

Las redes sociales son una oportunidad para los jóvenes

5 de Febrero de 2013



Alfonso Baella Herrera, presidente de Baella Consulting, especialista en redes sociales y autor del libro *Yo quiero ser presidente*, reflexiona en la siguiente entrevista sobre la revolución de las comunicaciones en las redes sociales y su relación con los jóvenes.

¿Considera que las redes sociales promueven la participación de los jóvenes en el debate nacional?

Las redes sociales son hoy en día los medios de comunicación más importantes que tienen los jóvenes en sus manos. Pero valdría la pena, para aproximarnos al tema de las redes sociales, mencionar una metáfora para poder entender mejor de que se trata. Es la famosa metáfora de *La gacela y el león* : Hay un león que está sentado en una de las enormes sabanas africanas y piensa que tiene que correr de la manera más rápida posible para poder cazar a la gacela más lenta y así poder almorzar. Igual la gacela piensa lo mismo, tiene que correr de la forma más rápida posible para salvarse de que el león no se la coma a ella y seguir sobreviviendo. La idea es que ambos, gacela y león, para

sobrevivir, tienen que hacer una sola cosa: correr. Eso es lo que hoy día implican la información y las redes sociales, es decir la velocidad, la velocidad para poder transmitir información y para poder enterarnos de lo que está sucediendo. En ese sentido las redes sociales son los medios que tienen los jóvenes más a la mano para poder conectarse no solamente con todo aquello que puede ser su interés inmediato sino también con la realidad nacional e internacional. Entonces las redes sociales ya constituyen hoy día un ecosistema poderoso y extendido a lo largo de todo el mundo para poder saber qué está ocurriendo. Allí los jóvenes, que están mayoritariamente conectados, tiene la oportunidad para poder ser verdaderos gestores de una nueva revolución de las telecomunicaciones, de la forma de hacer política, de interactuar con la ciudadanía, y para poder llevar adelante ideas y verdaderas revoluciones. Ese es el tema.

¿Están las redes sociales enriqueciendo la formación de la opinión pública?

Creo que habría que analizar un poco de cifras para poder fijar exactamente de qué se trata esto de las redes sociales. Digamos que Internet móvil creció en el Perú casi 2,000% en 24 meses. Quiere decir que la gente está utilizando su telefonía móvil para poder conectarse a Internet, esto es un tema muy importante, así como el hecho de que el 30% de los teléfonos que existen son smartphones, o sea que tienen conexión a Internet. Esto está representando realmente una forma de comunicarse de los jóvenes, de una manera muy distinta a como fue hace una década. Esto significa que la forma en que la política se está haciendo en el mundo, la política que se está haciendo en el Perú, es distinta hoy en día. Se están informando a través de sus propios teléfonos, están participando, leyendo, informándose, formándose un criterio, a veces no opinando porque uno no entra a una red necesariamente a opinar, uno puede ser simplemente alguien que está escuchando y tomando conciencia de algo, o utiliza la red social para contrapesar esa opinión con algo que ha leído. Entonces ahí es importante recordar lo que pasó en la última elección en los Estados Unidos: el público que entra en las redes sociales, y usa las redes sociales, es una gran mayoría de millones de norteamericanos, casi el 80% de los usuarios del Facebook, no cree en la información que le dan los medios escritos o televisivos, y entonces lo que hacen ellos es contrastar esa noticia que escuchan, a través de las redes sociales buscan cómo filtrar si es cierto o no, y buscan contrapesar lo que han escuchado o leído en un medio habitual. Esto quiere decir que las redes sociales se están convirtiendo también en un catalizador, en un filtro a través del cual la gente toma una posición final: Uno recibe algo en la televisión, en la radio, en la prensa escrita, pero generalmente lo duda, va a las redes y encuentra una versión distinta. Este es el valor que está teniendo hoy la red social.

¿Qué buscan los jóvenes en las redes sociales?

Las redes sociales son gigantescas. Este cuadro que tenemos aquí nos muestra que el uso de texto, o sea del uso de computadoras que están en oficinas, está siendo dejado de lado por el crecimiento de la telefonía móvil. O sea, cada vez la Internet móvil está haciendo que los dispositivos móviles sean más usados que los desktop. Estamos yéndonos hacia un tipo de interacción móvil, en la que el ser humano, para interactuar en la red ya no se sienta en un lugar, está conectado todo el tiempo. Eso que es bien interesante y que

está ocurriendo, que pronto van a ser más los móviles que los fijos, significa que los jóvenes están realmente utilizando la conectividad de una manera intensa. Ahora, ¿qué hacen estos jóvenes en las redes sociales? De todo, porque la red social es, junto con el correo electrónico, aquello que los jóvenes consultan inmediatamente en el día apenas se levantan. El 95% de los jóvenes te confiesa siempre que lo primero que hacen en el día, incluso antes de lavarse los dientes, es mirar su teléfono, ver su mail y su Facebook para saber qué les llegó a ellos por el correo y qué está haciendo su grupo, su comunidad, virtualmente. Esto quiere decir que los jóvenes se están conectando. Lo que no está ocurriendo es que los centros de poder institucional se estén conectando con ellos. Hay un mundo virtual, real, que podríamos llamarlo si quieres informal, que está en las redes sociales, con los jóvenes buscando información, pero el mundo formal no se está conectando con ellos. Es muy lenta la municipalidad, el gobierno central, el Poder Legislativo. Los centros de poder no tienen canales de comunicación virtuales vía redes que se comuniquen con los jóvenes, hay una fractura en este momento. El gran desafío que tenemos los peruanos es entender cuáles son las oportunidades, y si las entendemos podemos aspirar a ser un país realmente importante en esos términos. Porque si ocurre lo que estamos pensando que va ocurrir, que es que la sierra del Perú se va a conectar de punta a punta, con los grandes canales de comunicación virtual de alta velocidad, la pregunta es ¿cómo esta gente se va a incluir en la comunicación? El ciclo económico requiere un ciclo de comunicación para estar integrados. Allí hay una oportunidad para el Perú. Si logramos realmente meternos de cabeza y entender que esa es una condición para salir del subdesarrollo estamos apostando por un Perú diferente. Ese es el gran desafío de hoy.