

¿Todos somos generación Google?

06:00 03 de septiembre de
2008

Quienes nacieron después del año 1993 sólo conocen un mundo con Internet, dominado por el buscador; los demás, tendremos que adaptarnos a la nueva era digital.

Es un hecho, el medio de comunicación y acceso a la información más importante de esta época es Internet y todos aquellos que nacieron en la última década y media lo utilizan como la mejor forma de comunicación y acceso a la información.

David Nicholas e Ian Rowlands, académicos de la University College of London, han pasado los últimos siete años estudiando a las nuevas generaciones, que nacieron después de 1993 en un mundo dominado por el Internet, así como a las anteriores que hacen lo posible por acoplarse a la ola digital.

Para los investigadores el futuro es ahora, pues es tan continuo que mientras hablamos de él está sucediendo. “Entramos a este nuevo mundo como sonámbulos, no nos damos cuenta de que ya estamos ahí”, dice Nicholas y agrega que necesitamos un llamado de atención, para despertarnos y encontrarnos en ese mundo anónimo, en donde no podemos ver las cosas que pasan detrás.

La pregunta del millón para marcas, comerciantes y hasta académicos es ¿cómo llegarle al consumidor digital? A la población que ha desarrollado el hábito de consumir productos e información de la Web por su sencillez y prontitud.

Como sociedad hemos visto el cambio más impresionante en un periodo de tan sólo cinco años, que fue el pasar de lo tangible a lo virtual y es ahí donde Google protagonizó el papel principal, posicionándose como el buscador favorito de los internautas.

De ahí que los académicos se pregunten si todos somos “generación Google”, y la respuesta es sí, tanto los que nacieron ‘virtuales’ después del ’93, como los que no tenemos lo digital en la sangre pero estamos dispuestos a adaptarnos.

Aunque Internet parece ser todo beneficio, hay disciplinas que lo pueden llegar a sufrir, como la investigación. Suena a advertencia de maestro de secundaria, pero es la realidad: una investigación de biblioteca resulta más fructífera que una en la Red, sobretodo si se hace como comúnmente lo hacen los jóvenes, con 2.1 búsquedas en Google, lo que da como resultado una investigación paupérrima.

Los cambios tecnológicos han puesto en alerta a las autoridades británicas, de donde provienen ambos investigadores. El gobierno está conciente de que sus instituciones tendrán que cambiar conforme avancen las innovaciones digitales para crear políticas públicas ad hoc con la vida de los gobernados.

Por lo pronto, Rowlands sugiere a los académicos, escuelas y bibliotecas, ver a Google como su aliado y no como su enemigo, y aprovechar sus estructuras internas para crear equipos dedicados a investigar los hábitos de los usuarios del popular buscador. Sólo así podrán realmente llegarle al consumidor digital, que en su caso, devora información en Internet.

► **Palabras clave:** Encuentra este artículo con ..

Web | jóvenes | tecnología | generación google | Google | Internet |