

## Sobre la comunicación, los jóvenes y el aprendizaje<sup>1</sup>

**María Teresa Quiroz Velasco.**

Universidad de Lima, Perú.

Doctora en Sociología,

Profesora Principal e Investigadora de la Facultad de Comunicación y

Directora del Instituto de Investigación Científica (IDIC).

[tquiroz@ulima.edu.pe](mailto:tquiroz@ulima.edu.pe)

### Resumen

En este artículo la autora reflexiona sobre las relaciones de comunicación entre los jóvenes y los vínculos que estas pueden tener con el aprendizaje, teniendo en cuenta conceptos como nativos e inmigrantes digitales y la manera en la que las diferentes generaciones se adaptan al uso de los medios y las TIC y la manera en la que estas inciden en la vida cotidiana de sus usuari@s.

Menciona que con frecuencia frente a los medios la escuela queda descolocada y la reticencia a la actualización por parte de algunos docentes es algo que no les favorece. Por otra parte destaca que el uso de las TICs contribuye a una nueva gestión del tiempo cotidiano, en la medida que los más jóvenes se lo dedican a actividades autónomas y personalizadas, y sostiene que la denominada electronalidad hace a los más jóvenes diestros en el manejo de varios códigos de forma simultánea, multisensoriales y no solamente visuales, y los ha convertido en hijos de una cultura que los distingue de la homogeneidad y estabilidad, volviéndolos pragmáticos, activos y creativos, lo que conlleva el manejo de diversos códigos.

Dentro de este artículo la autora retoma información de diversos estudios sobre el tema que sin duda serán de gran interés para l@s lector@s.

### 1. Aprendizaje y nuevos medios

Es muy vasta la información que se publica sobre este tema. Resulta difícil, sino imposible, reunir y comentar todo lo que actualmente se difunde. La abundancia informativa marea y confunde, por lo que es un imperativo seleccionar y discernir sobre aquello que nos ayude a pensarlo. Ese es mi propósito. En la investigación que realizo indago sobre las relaciones de comunicación entre los jóvenes, así como sus vínculos con el aprendizaje, tomando en consideración las fracturas generacionales entre padres/maestros y estudiantes, así como aquellas distancias entre lo que pasa dentro y fuera del aula.

---

<sup>1</sup> Como parte de la investigación que realiza Teresa Quiroz de su año sabático: *Comunicación y aprendizaje. Los escolares y las redes sociales.*

Se impone día a día el acceso y el uso de Internet y de sus diferentes herramientas fuera de la escuela, por ello, las experiencias más importantes de los jóvenes son exteriores al aula de clase, así como el entretenimiento y el encuentro entre pares, su gran motivación. Si bien esta tendencia cambia conforme dejan la escuela y pasan a trabajar o a continuar estudiando, la cultura cotidiana de los más jóvenes está compuesta por la música, la televisión, el cine, los videojuegos, así como Internet y las redes sociales. Frente a este panorama la escuela queda descolocada y mantiene su conocida resistencia a renovarse. Camina con lentitud, los usos de Internet para el aprendizaje formal son escasos, y no llega a incorporar la interactividad, a lo que se suman los programas curriculares tradicionales y profesores cuya capacitación se limita a lo técnico. Pero, además, se confirma la reducida capacidad de la escuela por vincularse a los intereses de los jóvenes, cuyas experiencias sociales y culturales son, efectivamente otras.

Por otra parte, es notoria la ventaja de algunos escolares al conectarse a Internet desde sus hogares, porque lo hacen con más frecuencia y pueden experimentar, innovar e independizarse de las exigencias escolares. Se crea así, una brecha adicional a la brecha digital tan comentada. Imma Tubella manifiesta que se va produciendo una transformación y cambio en el consumo porque los llamados medios tradicionales, especialmente la televisión, ceden lugar en la vida cotidiana a los nuevos medios como Internet. Se trataría de una nueva gestión del tiempo cotidiano, en la medida que los más jóvenes se lo dedican a actividades autónomas y personalizadas. Además, no dejan de ver la televisión sino que su consumo está más dirigido a aquello que les interesa y bajo condiciones muy privadas, “y con la paulatina universalización de las herramientas que permiten la participación activa en los procesos de generación, edición y distribución de información y contenidos, el consumidor pasa a ser también, al mismo tiempo, un creador activo con capacidad para aportar y compartir de múltiples maneras su visión del mundo en el que vive” (Tubella, Imma; Dwer, Carlos y Vincent, 2008, p. 188). Ciertamente, esto ocurre en países más desarrollados y en familias con mayores recursos. Ante las limitaciones existentes en las escuelas, los jóvenes prefieren –si tienen los medios económicos– el espacio de sus hogares, porque hay menos restricciones, se sienten más libres y pueden atender sus intereses y motivaciones.

Debido a que hace varias décadas la socialización de los niños y los adolescentes no pasa solamente por la escuela formal, muchos de los valores de la educación están en crisis. Empero, la escuela conserva entre los más jóvenes su valor afectivo y de relación, pero no es único, ni el único. Resulta tangencial en sus vidas el discurso formal del *deber ser* sobre su futuro, sobre sus relaciones, sobre el sexo, por ejemplo. Hoy en día la información se encuentra en los espacios y redes sociales en los que comparten experiencias y se buscan respuestas directamente y por ellos mismos, sin la mediación de las autoridades, paterna, materna o del maestro: “(...) esta nueva *brecha digital* entre el uso de las tecnologías dentro y fuera de las escuelas también podría interpretarse como un síntoma de un fenómeno mucho más general: la existencia de una distancia cada día mayor entre los *mundos vitales* cotidianos de los niños fuera de la escuela y los énfasis de muchos sistemas educativos” (Buckingham, 2008).

Para muchos analistas y adultos en general, los niños y adolescentes construyen espacios caóticos. Sin embargo, a través del ensayo y el error, y bajo una lógica no secuencial, experimentan, juegan videojuegos, desarrollan y planifican estrategias, así como van adquiriendo habilidades y conocimientos. Todo ello lo alcanzan en la práctica, a través de sus vínculos entre pares y participando en comunidades de usuarios, experimentando y sin recibir instrucciones.

Al preguntarse David Buckingham (2008) acerca de lo que debe hacerse para salvar la brecha digital entre la escuela y el mundo extra escolar, se responde afirmando: *“la escuela debe poner el acento en desarrollar las habilidades críticas y creativas de los niños en relación con los nuevos medios y que la alfabetización en nuevos medios debe constituirse en un derecho educativo básico (...) No es posible comprender en forma acabada los medios digitales, si insistimos en considerarlos simplemente una cuestión de máquinas y técnicas o de hardware y software. Internet, los videojuegos, el video digital, los teléfonos celulares y otras tecnologías contemporáneas brindan nuevas maneras de mediar y representar el mundo, así como nuevas formas de comunicarse. Fuera de la escuela, los niños se están relacionando con estos medios no como tecnologías sino como formas culturales. El problema que plantea la mayoría de los usos educativos de esos medios es que se los siguen considerando meros medios instrumentales de distribuir información, como si fueran herramientas neutras o materiales de enseñanza”* (Buckingham, 2008).

3

El autor añade que la educación escolar necesita incorporar a los medios para evitar la inmensa fractura entre el discurso escolar del *deber ser* y los aprendizajes prácticos que los más jóvenes adquieren por otras vías. Pero además, por la necesidad que tienen de expresarse por cuenta propia, de producir sus propias formas de comunicación y dejar de ser receptores pasivos de contenidos. La escuela debiera promover la alfabetización de los escolares y la formación en habilidades y competencias para desenvolverse en el mundo de la comunicación de forma crítica: *“(...) una actividad a la vez crítica y creativa. Les proporciona a los jóvenes los recursos que necesitan para interpretar, entender y (si fuera necesario) poner en cuestión los medios que permean su vida cotidiana, pero al mismo tiempo les ofrece la capacidad para producir sus propios medios, para convertirse en participantes activos en la cultura de los medios en lugar de ser meros consumidores”* (Buckingham, 2008). Conviene precisar que no existe una contradicción entre una educación que prepara a los escolares para incorporarse a la vida social, incluso para una *ciudadanía democrática*, y la experiencia placentera y de entretenimiento de los niños y adolescentes con los medios. Es posible y conveniente acercar los espacios de la razón y la emoción, e integrarlos.

Si bien inicialmente el concepto de alfabetización digital estuvo restringido al acceso técnico, actualmente se amplía al ejercicio de nuevas prácticas como el conocimiento compartido, la creatividad y la innovación. Es decir, alfabetizarse no es solamente manejar la computadora o los programas, sino ser capaz de investigar, discernir, elaborar contenidos, compartirlos, crear y diseñar propuestas, pero también tomar distancia crítica: *“esta capacidad para obtener acceso o localizar información es, sin duda, importante,*

*pero las habilidades que requieren los niños en relación con los medios digitales van mucho más allá. Al igual que con la letra impresa, también necesitan estar en condiciones de evaluar y usar la información en forma crítica para que les sea posible transformarla en conocimiento” (Buckingham, 2008).*

Hay muchas dudas acerca de cuánto se ha logrado transformar la educación como producto del uso de tecnologías. ¿Aprenden más y mejor nuestros niños y adolescentes y mejora su rendimiento? No hay aún respuestas concluyentes. No obstante, y pese a unas y otras aseveraciones, el lugar de los medios digitales en la vida de los más jóvenes es definitiva y tiende a crecer. Reiteramos que el capital cultural de cada uno de los jóvenes tiene una incidencia directa en el mayor o menor aprovechamiento educativo. Es decir, estamos ante múltiples brechas: una socioeconómica y cultural, otra entre la cultura de la escuela y la extra escolar.

Seguimos preguntándonos: ¿qué le corresponde proporcionar a la escuela a escolares cada vez más independientes en sus procesos de aprendizaje? Ni la escuela como tal, ni los maestros y padres, pueden pretender competir con las fuentes informativas que tienen los más jóvenes. Se requiere, más bien, proporcionarles *“un acercamiento estructurado y sistemático al aprendizaje, brindarles a los niños experiencias y formas de conocimiento que de otro modo no tendrían, y suministrar contextos y motivaciones sociales para aprender que no es probable que los niños experimenten en otros ambientes”* (Buckingham, 2008). Si la escuela aspira a convertirse en un espacio que promueve la experimentación y la innovación, será necesario desprenderse de los viejos modelos y jerarquías, y aceptar que el conocimiento se ha descentralizado. Sólo una nueva mentalidad y otras actitudes permitirán abandonar las pretensiones de controlar el flujo de información y el sentido y los contenidos que se imparten, propios de la cultura letrada. Los nuevos medios y la abundancia de imágenes hace rato desafían a las instituciones formales.

4

Así, a través de la interactividad los más jóvenes no solamente pueden elegir sobre una vasta oferta de consumo, sino y fundamentalmente, producir y expresarse. Imma Tubella lo llama una *“interactividad de producción, en la que el factor esencial es el impulso del desarrollo de la creatividad”* (Tubella, Taberneroy Dwyer, 2008). Ese es uno de los campos en que la escuela tiene y puede contribuir, porque permite la participación activa de los niños y adolescentes en la producción, edición y distribución de nuevos conocimientos.

A propósito del rol de los maestros, el lingüista Eduardo Zapata (2009) reflexiona sobre el nuevo paradigma de la educación. Propone un cambio importante en el rol del maestro, el cual deberá ganarse un lugar, más allá de la imagen que representa. Sostiene que la *electronalidad* hace a los más jóvenes diestros en el manejo de varios códigos de forma simultánea, los hace multisensoriales y no solamente visuales, y los ha convertido en hijos de una cultura que los distingue de la homogeneidad y estabilidad, volviéndolos pragmáticos, activos y creativos: *“... la electrónica ha destronado al maestro de su excluyente papel de deidad, padre o autoridad hereditarios. Todo eso –gracias a la*

*tecnología– el maestro debe ganárselo en el aula. Con rigor, pero con cariño y respeto a los estudiantes” (Zapata, 2009).*

## 2. El desafío de los jóvenes en el siglo XXI y la fuerza de las imágenes

Los jóvenes están enfrentados a una serie de dificultades e incertidumbres. Se encuentran inmersos en acelerados cambios, en tiempos en los que la velocidad de los hechos y de la información suponen nuevas situaciones para pensarnos como sociedad, así como para reflexionar sobre la educación y la comunicación. Richard Sennett se pregunta en su libro sobre *La cultura del nuevo capitalismo* (Sennett, 2006), sobre los valores y las prácticas que puedan mantener unida a la gente cuando se fragmentan las instituciones bajo la cultura del nuevo capitalismo, y que no resulta ajeno a América Latina.

Menciona que sólo un determinado tipo ideal de hombre o de mujer es capaz de prosperar en condiciones sociales de inestabilidad y fragmentación, si hace frente a tres desafíos.

El primero es el *tiempo* y cómo manejarse a sí mismo en las relaciones a corto plazo mientras se pasa de una tarea a otra, de un empleo a otro, de un lugar a otro. El *tiempo* demanda de los más jóvenes iniciativa y capacidad para improvisar y tomar decisiones en el curso de sus vidas porque las instituciones ya no proporcionan estabilidad, certidumbres y marcos a largo plazo.

El segundo es el *talento*. A medida que las demandas de la realidad cambian, los jóvenes tienen que explorar capacidades potenciales y adecuarse para realizar múltiples tareas y responder a diferentes retos. La cultura actual celebra la habilidad potencial más que los logros del pasado. Frente a la flexibilidad laboral extrema, los más jóvenes tienen que ser creativos e innovadores para responder a retos muy distintos.

El tercer desafío es el de la *renuncia*, y cómo desprenderse del pasado. En medio de la inestabilidad y la falta de seguridad y garantía con respecto al futuro, los jóvenes viven un *presentismo* absoluto y requieren descartar las experiencias vividas, abrazando el valor de lo efímero, como el consumidor de los medios, ávido de cosas nuevas, inmediatamente reemplazadas.

Es decir, hay un trasfondo cultural que Sennett destaca y está en los cambios en las habilidades y su duración en el tiempo, en el cada vez más corto ciclo del conocimiento, en la relación entre la edad y su incidencia en el talento y el reconocimiento social y laboral, así como en la lógica del consumo sin límite. Asimismo advierte que en más de cinco décadas de generación de nueva riqueza y de intensa revolución tecnológica, ha sido muy alto el precio que han pagado en desigualdad económica e inestabilidad social, Latinoamérica, Asia y el Norte globalizado (Sennett, 2006).

Si el campo de la cultura emerge con tal importancia, conviene profundizar en los valores que se instalan en directa relación con el sistema productivo, cómo lo manifiesta José Manuel Pérez Tornero (1998):

El valor *de la innovación* adquiere una dimensión muy importante para las nuevas generaciones. Se afirma la fuerza del presente y del cambio, frente al sentido que los mayores le han dado a la permanencia y el pasado. Los medios instalan el carácter *efímero* de los objetos, dándole valor a la dimensión de *variación* en los procesos, frente a la *duración* y la *permanencia* de otros tiempos.

*La velocidad y la aceleración* resultan ser otros valores claves del sistema de consumo cultural. La primera tiene que ver con la necesidad de globalización espacial que requiere el sistema comercial capitalista, y la aceleración es el resultado de la convergencia y combinación de los aumentos de velocidad.

*El valor de la visibilidad* se impone por la fuerza de las imágenes. El sentido de la vista ha sido privilegiado durante el siglo XX con respecto a otros, y las tecnologías de la imagen han permitido amplificarlo. Hay que añadir que los códigos visuales de la representación son cada vez más accesibles a crecientes sectores de la población, en particular de los jóvenes. En términos sociales y culturales, como también políticos, hoy cuenta lo que se ve. Por ese motivo, la sociedad y los jóvenes en particular destinan sus energías a hacer visibles los hechos, los productos, las personas y a sí mismos, de todas las formas posibles.

6

Martín Hopenhayn se ocupa de los desafíos de la educación en América Latina. Piensa que vivimos una paradoja porque nunca se le ha pedido tanto al sistema educativo, en medio de políticas y esfuerzos muy limitados: *“Se espera del sistema educativo que promueva la igualdad y reduzca las diferencias en términos de acceso a la modernidad, a empleos productivos, al bienestar, que actúe como gran mecanismo de igualación de oportunidades. Se le pide que genere capital humano actualizado para emprender grandes saltos tecnológicos, y para facilitar la entrada de nuestras sociedades nacionales, a la sociedad del conocimiento, que sería la gran puerta del desarrollo en el siglo XXI. Se aguarda que transmita las destrezas y los conocimientos necesarios para hacer ciudadanos de la sociedad de la información que participen políticamente a partir de esas herramientas. Se espera del sistema educativo que promueva una sociedad multicultural a partir de la diversificación de puntos de vista y de perspectivas”* (Hopenhayn, 2007).

Para Hopenhayn, los desafíos de la educación en nuestros países están relacionados con lo siguiente: 1) Se requiere más capital humano para alcanzar trayectorias laborales exitosas en la sociedad del conocimiento. El camino para competir con éxito en el futuro pasa obligadamente por el conocimiento. 2) En medio de la *sociedad de riesgo* existe una gran incertidumbre frente al futuro. Un escenario productivo y laboral inestable, entre cambios tecnológicos y de organización, suscita muchas dudas respecto al mundo del

mañana. La publicidad exagera la gratificación inmediata y privilegia el mundo del presente, en el cual los más jóvenes se debaten en el conflicto entre el goce presente y la acumulación para el futuro. En ese contexto se acrecienta el desinterés por la escuela, y pierde legitimidad la figura de la autoridad. 3) La tensión entre autonomía y disciplina se manifiesta en el consumo de información desde edades muy tempranas, y la gran facilidad de los más jóvenes en los nuevos lenguajes de intercambio informativo, así como sus mayores expectativas de autonomía en sociedades a la vez cada vez más secularizadas, donde los valores que se transmiten son más flexibles. 4) La cultura de los jóvenes está preferentemente marcada por el consumo audiovisual, en particular por la música, desde el cual construyen sus identidades. Cabe señalar que la identidad juvenil está integrada por referentes no muy duraderos, pero muy intensos y expresivos, aunque no muy fácilmente comprendidos desde fuera por los adultos. Curiosa paradoja entre el hermetismo de estos últimos frente a los jóvenes cuyas identidades tienen componentes estéticos y expresivos en expansión (Hopenhayn, 2007).

Ambos enfoques, el de Richard Sennett y el de Martín Hopenhayn, no difieren en lo fundamental. Los jóvenes enfrentados a la flexibilidad laboral y la incertidumbre, – acrecentadas con la crisis internacional–, requieren de recursos para enfrentar los retos de ser innovadores, autónomos, de usar su inteligencia, pero también su sensibilidad para diferenciarse y desarrollar sus propias identidades. Éstas últimas se construyen en medio de valores que priorizan, cómo ha sido señalado, lo efímero y la visibilidad.

7

Asimismo, la velocidad, tan asociada a la vida en el mundo contemporáneo se manifiesta en el movimiento de las imágenes, en el ritmo de la vida, en la necesidad de adecuarse y cambiar. A propósito de la velocidad, Todd Gitlin cita al historiador James Turslow Adams que 1931, mucho antes de la televisión y mucho más de los medios digitales, señaló:

*“...A medida que se incrementa el número de sensaciones, disminuye el tiempo que tenemos para reaccionar y asimilarlas (...) Una vida así tiende a convertirse en una mera búsqueda de sensaciones cada vez más excitantes, que socavan todavía más nuestro poder de concentración mental. Se busca el alivio de la fatiga y el hastío en la mera excitación nerviosa, como en las carreras de coches o en las películas emotivas”* (Gitlin, 2005). Vale decir, estas características son propias de las sociedades contemporáneas desde el siglo XX, y atañen a los jóvenes en distintas partes del mundo.

Las diferencias entre Sennett y Hopenhayn están en los énfasis de uno y otro autor, debido a las realidades en las que viven los jóvenes y en sus expectativas, en un caso en los Estados Unidos, y en el otro, en América Latina. En nuestro continente, los extremos de desigualdad exponen a los jóvenes a condiciones que afectan su propia supervivencia material, su estabilidad laboral, viéndose sometidos a formas de violencia material y simbólica, en algunos casos, muy extremas. Las similitudes las hayamos en las crecientes distancias generacionales, las cuales reconfiguran las relaciones de autoridad, en medio del sobre valor al presente, de un tiempo que corre velozmente y que convierte rápidamente en efímeras las relaciones, los conocimientos y los objetos.

Para los jóvenes en su vida cotidiana, la fuerza de las imágenes y de los sonidos resulta una característica distintiva. Según Todd Gitlin las imágenes se “cuelan” y el silencio pareciera ser ajeno a la vida, salvo mientras se duerme, ante un espiral de sensaciones y una búsqueda de satisfacciones sin límite. Identifica este estado como un zumbido de lo intrascendente, característico de los medios, y cuya incidencia es mayor entre los niños y jóvenes que han crecido inmersos en esta cultura, y para quienes es incuestionable y natural el derecho a disponer de todos los medios. Pero lo interesante, destacado por el autor, es que nuestra civilización ha desarrollado una variedad lúdica peculiar que enlaza la diversión y la utilidad a través de la inmersión en imágenes y sonidos, donde la plenitud icónica es la condición contemporánea. Es decir, es posible entretenerse, mientras se conoce y se aprende (Gitlin, 2005).

Frente a la rutinaria vida en el trabajo y también en la escuela, identificada con el tedio, el consumo, el ocio y el entretenimiento compensan este *sin sentido*. Pero más allá de los medios audiovisuales, Gitlin añade la situación sin precedentes de poder sentirnos acompañados por personas que no están físicamente en el mismo lugar, pero con las cuales se comparte conversaciones, estados de ánimo y hasta el sexo. Se transita del hogar como espacio de consumo de las imágenes y sonidos, a las diversiones privadas a través de los consumos portátiles, el *walkman* primero y los *ipods* después, lo cual añade velocidad al ritmo de vida (Gitlin, 2005). Empero, hay que añadir que hay un retorno al hogar, y más precisamente a los espacios más personalizados de los niños y adolescentes, como son sus dormitorios, y en los cuales se produce una intensa comunicación mediada por la tecnología.

8

### 3. Nativos e inmigrantes digitales

Hay muchos estudiosos que coinciden en utilizar los conceptos de *nativos digitales* y de *inmigrantes digitales* para entender el mundo de los jóvenes y más precisamente las diferencias de los niños y adolescentes con los adultos, así como las de los educandos con los maestros, y, en general, las profundas fracturas generacionales que se expresan en la familia, la escuela y la vida cotidiana. Al respecto, la profesora Mónica Arzuaga de la Universidad Católica del Uruguay anota que *“(...) los jóvenes le dan prioridad hoy en día a manipular su mundo inmediato, para ello buscan contenidos, conocimientos y procedimientos que les sirvan a este fin. Incluso están mejor preparados que los propios docentes y alumnos, son más plásticos, y les resulta mucho más fácil manejarse con saberes conectados, mientras la mayor parte de profesores son de la época de las disciplinas. Las preguntas que se hacen unos y otros son diferentes. Nosotros nos preguntábamos cómo solucionar los problemas del mundo, el estudiante de hoy tiene un sentido fuertemente estratégico, motivo por el que le resulta muy fácil el aprendizaje de procedimientos. Las fortalezas de los más jóvenes son muchas. Mientras los mayores*



*aprendimos a pensar desde una lógica deductiva, la lógica inductiva y constructivista funciona y les funciona mejor*<sup>2</sup>.

Mientras los *nativos digitales* pasan su tiempo en entornos digitales, intercambiando constantemente correos electrónicos, archivos digitales y mensajes cortos de textos por celular o en salas de Chat, los *inmigrantes digitales* se acercan voluntariamente a estos espacios y se esfuerzan para adaptarse a las reglas. Los chicos en edad preescolar empiezan a usar los medios a edades cada vez más tempranas y su subjetividad se redefine en interacciones colaborativas. Muy pronto superan las formas unidireccionales y están habituados a los vínculos de muchos a muchos. Es cierto que leen menos libros, pero también es verdad que están habituados a leer en formatos distintos y por la pantalla, porque su mundo es un mundo de imágenes. En ese sentido, la escuela y los sistemas de educación difícilmente pueden competir, ni con la televisión, y menos frente a las redes, los videojuegos y los entornos participativos (Piscitelli, 2008; 2009). Estamos ante un nuevo modelo comunicativo porque el conocimiento de la realidad de los más jóvenes pasa, en mayor medida, por los medios y menos por la observación y experiencia directas (Igarza, 2008).

Pese a lo dicho, no existe un solo tipo de *nativos digitales*. Las profundas diferencias socio económicas y culturales siguen separando a los más jóvenes. La desigualdad no puede reducirse a un asunto material, de recursos técnicos, sino más bien a un acceso desigual a los nuevos recursos de la individuación, muchos de los cuales están vinculados a los conocimientos facilitados por la digitalización. Por ese motivo, muchos niños o adolescentes *nativos* por edad, no disponen de la educación y las facilidades propias a este universo de capacidades. Alberto Melucci sostiene que la información es un recurso simbólico y reflexivo, pero que no se trata de cualquier bien. Para producir información e intercambiarla se requiere de capacidades de simbolización y decodificación. ¿Son iguales los niños y adolescentes cuyas familias les estimulan la interpretación de las imágenes, el ejercicio de la opinión y el desarrollo de múltiples capacidades, a aquellos de familias urbano-marginales y rurales, donde la violencia familiar es más frecuente, el estímulo intelectual menor y la educación de los padres más escasa?

Agrega Melucci que la información y el conocimiento son factores de poder y “...el conocimiento es cada vez menos conocimiento de contenidos y cada vez más capacidad de codificar y decodificar mensajes (...) El control sobre la producción, acumulación y circulación de información depende del control de los códigos. Este control, sin embargo, no está distribuido uniformemente, de tal modo que el acceso al conocimiento deviene en territorio en el que aparecen nuevas formas de poder, discriminación y conflicto” (Melucci, 1999). Este análisis realizado desde la sociología y la política argumenta que somos herederos de la modernidad porque venimos de una cultura que establece la posibilidad

---

<sup>2</sup> Entrevista realizada por la autora a la Doctora Mónica Arzuaga, de la Universidad Católica del Uruguay. Setiembre de 2008.

de que la gente se piense a sí misma en términos individuales, junto con el reconocimiento de sus vínculos sociales y relaciones. Esto permite construir identidades autónomas, aunque limitadas por la desigualdad social y porque los recursos no están distribuidos uniformemente en la sociedad.

Para Roberto Igarza, la brecha generacional entre *inmigrantes* y *nativos* es significativa, porque estamos ante dos comunicaciones-mundo, dos códigos, dos espacios de intercambio diferentes (Igarza, 2008). Para los *nativos* la tecnología digital soporta buena parte de sus actividades diarias y les permite estar comunicados todo el tiempo. Se trata de una tecnología rupturista y aislacionista porque con el teléfono celular, el lenguaje breve y sintético en el Chat y las redes sociales, los jóvenes marcan sus territorios, separados de los adultos. Los *nativos digitales* se forman en la no-linealidad y les resulta normal adquirir conocimientos *tejiendo* diversos fragmentos, a través de procesos rápidos y decisiones inmediatas. A ese ritmo difícilmente pueden llegar los adultos, tendrían que esforzarse para alcanzar el entrenamiento diario y constante de los menores, facilitado, por ejemplo por los videojuegos.

Mientras la fractura tradicional entre el pensar y el sentir, la razón y la emoción, instaurada por la educación en la familia y consagrada por la escuela, es un tema de los *inmigrantes digitales*, los más jóvenes disfrutan de los espacios de relación y vínculos intensos y cotidianos. Las palabras de Roberto Igarza al referirse a los *nativos digitales*, así lo precisan, *“ser es, ante todo, comunicar, mientras disfrutan del tiempo de ocio, en descargar y escuchar música en formatos digitales, armar álbumes de fotos accesibles a través de Internet que sus amigos pueden ver y comentar, visionar videos cortos en sitios como YouTube y chatear al mismo tiempo que hacen otras varias actividades simultáneamente. La televisión ya no les concierte tanto. Esto se debe a que implica asumir una pasividad que los aburre. Necesitan un elevado nivel de (hiper)actividad, lo que está muy bien aprovechado en el modelo comunicativo de la era digital”* (Igarza, 2008).

Constantes debates invaden la vida social y la académica. Los niños y jóvenes de hoy son calificados por los adultos como ociosos y desinteresados, así como por su poca disposición para la abstracción. Otros aprecian que están inmersos en relaciones interactivas, aprenden colectivamente y su visión de la realidad se construye tejiendo los hilos o las partes de los hechos y situaciones a través de la navegación en Internet. Para Lorenzo Vilches (2008) si bien los usuarios son más libres para interpretar los mensajes, están menos atados a la cultura tradicional, son más autónomos de los valores dominantes, y acusan una significativa dependencia de las relaciones interpersonales en la red. Frente a la débil capacidad de atención que muchos docentes constatan entre los jóvenes educandos, Roberto Igarza responde indicando que la atención depende del interés que despiertan los contenidos propuestos. Aprecia que la tecnología no es neutra, no es ni buena ni mala, hay casos y casos. Concluye relativizando la idea de que los procesos mentales de adquisición de conocimientos se vean afectados (Igarza, 2008). Sin

embargo, ¿la brecha digital no es acaso una brecha cognitiva, de competencias y de motivaciones?

Carlos Scolari (2009) comenta los cambios cognitivos de las nuevas generaciones, formadas en otras experiencias mediáticas y perceptivas. Diferencia la cognición de un chico que pasa el tiempo en medio de pantallas interactivas y narrativas transmediáticas, de aquel formado solamente por la televisión o los libros. Cada vez más la escuela sufre los efectos del mundo extra escolar de los más jóvenes, siempre a destiempo de los cambios, y no logra *contener* ni acompañar a los niños y adolescentes. Sin embargo, resulta equivocado pensar que todos ellos hacen un uso total y profundo de las tecnologías digitales, así como mitificar a estos grupos generacionales, porque si bien lo digital marca una zona de frontera, los chicos construyen en su propio territorio otras subculturas, creándose nuevas identidades a través del uso diferenciado de estas tecnologías.

Hay quienes se inclinan por examinar más críticamente a los llamados *nativos digitales*, como el inglés David Buckingham, quien critica la visión complaciente sobre las posibilidades ilimitadas de la tecnología y su apropiación por parte de los más jóvenes. Recuerda que al evaluar la relación con la tecnología no debemos ignorar los aspectos culturales que están detrás de sus experiencias. Así agrega: “... *la realidad es más prosaica y más compleja. La visión optimista de los jóvenes como una ‘generación digital’ –liberada y potenciada automáticamente en virtud de su experiencia de las nuevas tecnologías- es poco más que una forma de ilusión. Esta concepción no tiene en cuenta algunas continuidades fundamentales, así como importantes diferencias y desigualdades, en las experiencias culturales de los jóvenes (...)* brecha importante, cada día más profunda, entre la experiencia de la mayor parte de los jóvenes con la tecnología fuera de la escuela y el uso de tecnología en el aula. Y esa ‘nueva brecha digital’ es la que la política y la práctica educativas deben abordar ahora con urgencia” (Buckingham, 2008, p. 110).

11

Rechaza la visión estereotipada de los niños como una generación dotada de *fluidez tecnológica*, frente a padres y docentes temerosos, incompetentes y reacios a ceder el control. No debemos olvidar, afirma, los intereses del mercado por convertir a los niños en consumidores. Coincide con las apreciaciones de Marc Prensky sobre la familiaridad de los niños con los gráficos y menos con las palabras, así como con la velocidad. Finalmente se resiste a *endiosar* a los niños y jóvenes por su capacidad de informarse, innovar y crear contenidos, porque hay muy pocos indicios de que utilicen Internet para conectarse con el mundo. Lo hacen más bien para vincularse con sus pares cercanos y extender las relaciones preexistentes (Buckingham, 2008).

#### **4. Investigaciones realizadas por: Manuel Castells (mundial), Roxana Morduchowicz (Argentina), Leopoldina Fortunati- Anna María Magnanelli (Italia) y David Buckingham (Inglaterra)**

Recupero estos estudios porque aportan explicaciones cualitativas sobre el tema de nuestro interés, y no se limitan a constatar datos de acceso, disponibilidad y frecuencia.

Estas investigaciones coinciden en identificar a los jóvenes como el grupo de edad que contribuye en mayor medida con la innovación tecnológica. El equipo de Manuel Castells, en una publicación colectiva del año 2007 (Castells, Manuel; Fernández-Ardévol, Mireia; Linchuan Qiu, Jack y Araba, Sey, 2007), presenta los resultados de una investigación realizada durante más de dos años en tres continentes. Ofrece información de telefonía móvil en EE.UU y Canadá (Norteamérica); en Latinoamérica: Brasil, México y Chile; en Asia: Japón, Corea, China, Filipinas, Filipinas, India; y en Oriente Medio, África y Oceanía. Años antes en Italia, Leopoldina Fortunati y Anna María Magnanelli (Fortunati, Leopoldina y Anna María Magnavelli, 2002) se ocuparon de la telefonía móvil y los jóvenes y Roxana Morduchowicz (Morduchowicz, 2008) investigó en Argentina a la generación multimedia y sus prácticas culturales, publicando los resultados en el año 2008. A estas investigaciones agregaría el libro publicado el 2009 por David Buckingham sobre el aprendizaje infantil en Inglaterra en medio de la digitalización.

La revisión de estas investigaciones, permite señalar lo siguiente:

El crecimiento significativo de la comunicación inalámbrica en todas partes del mundo es superior al de la telefonía fija. Los teléfonos celulares reemplazan la función del teléfono fijo, especialmente en zonas con limitaciones para establecer la infraestructura adecuada. El teléfono ha dejado de ser una tecnología empleada por las élites, para masificarse en su acceso y en su uso. Si bien en algunos casos permanece en casa, en otros “sale” con algún miembro del hogar, y, sobre todo, ayuda a las poblaciones migrantes a mantenerse en relación con sus familias. En el caso de Italia, Leopoldina Fortunati enfatiza la importancia del celular como un aparato de toda la familia. Resulta una tendencia el hecho de que las personas adecúan la tecnología inalámbrica a sus necesidades y valores en la vida diaria, y de acuerdo a la cultura propia de los habitantes, aunque esto varía según la edad, el género y la clase social. M. Castells manifiesta: “la diferenciación social de la tecnología reproduce fielmente la diferenciación social de la sociedad, incluyendo la diversidad cultural manifestada dentro de los países y entre ellos” (Castells; Fernández-Ardévol,; Linchuan Qiu, y Araba, 2007).

El teléfono celular deja de ser el instrumento para “hablar”, y pasa a cumplir funciones de comunicación más amplias, resultando indispensable entre los jóvenes porque refuerza su sociabilidad. Hay quienes piensan que el uso del celular consagra la autonomía e independencia de los jóvenes frente a sus padres, apartándolos de la vigilancia familiar y construyendo espacios de autonomía. Otros indican que esto es relativo porque los padres son quienes deciden la compra del celular, y lo utilizan como otra forma de control y de mantenerse en contacto con sus hijos. Coinciden en definir a los más jóvenes como el grupo que consolida las pautas de uso del celular, y con ello marcan diferencias generacionales destacables.

Coinciden los estudios revisados en que los jóvenes reproducen sus pautas de selección de amigos, tanto en el uso del teléfono celular como de las redes sociales. Éstas son más

restringidas entre los jóvenes de clases sociales medias y altas. No es la relación con “todos”, y con el mundo en general, sino con aquellos que son parte del círculo de amigos, y de los amigos de sus amigos. Es decir, se extienden y sostienen los vínculos pre existentes, más allá del espacio social físico de relación. Los adolescentes, asimismo, configuran sus teléfonos de acuerdo a la identidad que van construyendo, compartiendo lenguajes, íconos, es decir, dándole un significado a los atributos tecnológicos.

La comunicación mantenida por los adolescentes se produce a través de flujos, permitiendo la comunicación y el intercambio desde múltiples lugares y facilitando una mayor libertad en sus relaciones. Hay que destacar que priorizan la conexión a la movilización de un lugar a otro, porque les facilita realizar varias actividades al mismo tiempo. Los adolescentes necesitan estar siempre en actividad, no “desperdiciar” su tiempo porque lo identifican con el aburrimiento. Esto es muy bien entendido por las empresas, quienes organizan sus negocios para atender el apremio señalado (Castells, Fernández-Ardévol,; Linchuan Qiu, Jack y Araba, 2007).

¿Desarrollan nuevos lenguajes? ¿Se afecta la capacidad de expresión a través de la escritura o, a la inversa, promueven nuevas formas de síntesis? ¿La escritura rápida se acerca más a su manera de hablar, es decir a la oralidad? Mientras algunos estudios consideran que se estaría produciendo un reencuentro con la palabra escrita, nuevas formas de expresión de las emociones, que incluso pueden desinhibir a los tímidos, otros alertan sobre el empleo de un lenguaje reductor de las formas de expresión y que afecta a la escritura. Manuel Castells, citando la investigación de Fortunati en Italia, defiende la necesidad de interpretar de otra manera las relaciones entre la oralidad y la escritura producto de los cambios en el lenguaje: *los territorios de oralidad y de escritura se están reestructurando por completo, la escritura ha penetrado en el territorio del teléfono móvil, el instrumento oral por excelencia. La adopción de la nueva tecnología afecta al lenguaje, incluido el vocabulario y las reglas gramaticales en las prácticas del usuario. Finalmente, dichas prácticas afectan al lenguaje común y al lenguaje mismo* (Castells; Fernández-Ardévol, Linchuan Qiu, y Araba, 2007).

13

Cómo años atrás ocurrió con la escuela o la información pública, los cuatro estudios mencionados señalan la importancia que tiene en el mundo actual el acceso a las redes de comunicación, como reivindicación social inclusiva. Es decir, el acceso a la producción de conocimiento no puede ser ajena a las políticas públicas que promuevan la igualdad y la calidad educativa.

Recupero algunas ideas de Manuel Castells (Castells, Fernández-Ardévol, Linchuan Qiu, y Araba, 2007) en la investigación mencionada:

- Si bien se amplía la comunicación, las clases sociales se ven reforzadas en sus diferencias. Los más jóvenes construyen una red ubicua entre la familia, los amigos, el trabajo, los servicios, el entretenimiento, pero es siempre una red selectiva.

- La nueva sociabilidad a través de los teléfonos celulares y las redes cambia el carácter íntimo de las relaciones, ampliando los espacios de comunicación, desde lugares muy diversos. La conectividad ubicua y la libertad de comunicación se vinculan con las identidades de los usuarios.
- Los niños y adolescentes gozan de una mayor autonomía producto de una relación con el espacio mediado por la tecnología, utilización de su tiempo y definición de su agenda, sin dejar de compartir tiempo con su familia. Los padres han encontrado en el uso del teléfono celular un modelo que les permite crear formas de protección y control sobre sus hijos.
- Denomina “oralidad escrita” a las nuevas habilidades escritas y de síntesis a través de la cual muestran sus emociones.

La investigación llevada a cabo en Italia por Leopoldina Fortunati y Anna Maria Magnanelli (2002) aporta lo siguiente:

- Emiten juicios positivos sobre las posibilidades de la telefonía celular. En Italia, los padres obsequian el teléfono celular a los menores de edad, para mantenerse en contacto continuo con ellos. Si bien se resuelve así algunos problemas de organización familiar, no soluciona la calidad del vínculo.
- Los adolescentes como usuarios han contribuido a redefinir las fronteras de uso del teléfono celular y están en primera fila en el consumo del video, los equipos de audio y otros. Se usa sin límites, incluso en la escuela, y durante las 24 horas del día está siempre encendido.
- La vida familiar con chicos menores genera nuevas necesidades de comunicación que imponen una racionalización logística, producto de la propia presión de los hijos. Para los padres resulta indispensable dotarlos de tecnología pues les permite estar mejor preparados en la vida.
- Los niños y adolescentes están en ventaja en el uso del teléfono celular frente a los adultos. Son básicamente autodidactas, exploradores de este *know how*, al margen de sus padres y maestros. Han convertido al hogar en un “laboratorio”, enseñan a sus padres, invirtiéndose el modelo de adquisición y transmisión de conocimientos tradicional. A distancia se produce una “hermandad virtual” entre adolescentes, “viven” juntos, a la distancia, conocen minuto a minuto lo que el otro hace, comparten su intimidad y se sienten acompañados entre pares, escapando además de la mirada y control de los padres.
- Los adolescentes han redescubierto “el encanto de escribir”, a través de mensajes breves, a pesar de ser considerados por los adultos como “reclutantes” a las formas de expresión escrita. Han pasado de la escritura formal, sujeta a las normas y juicios de la escuela, a comunicarse entre ellos con mayor libertad, en un diálogo escrito, de verbalización escrita con limitados caracteres, sobre una

pantalla. Resulta una escritura bastante funcional a sus necesidades de comunicación, desapareciendo incluso las dificultades del primer acercamiento físico con los amigos o conocidos.

- Los SMS implican la asincronía de quien escribe y lee, cada uno por su cuenta y en soledad, sin contacto directo, y a bajo costo. Si bien se dirige al otro, no se hace con el otro, como en el caso de la comunicación oral, no implica un compromiso, ya que se diluye en la temporalidad y el espacio. En su uso hay diferencias generacionales. Para los padres es preferible hablar con sus hijos a escribirles mensajes porque no están tan familiarizados con el procedimiento. Prefieren sentir sus voces, percibir su estado de ánimo, así como ubicarlos, saber dónde se encuentran para protegerlos y garantizar su seguridad.

Roxana Morduchowicz (2008) aporta las siguientes reflexiones, a partir del estudio realizado en Argentina:

- Citando a Néstor García Canclini, sostiene que han cambiado las formas como los adolescentes se emancipan de sus padres. Mientras antes dicha emancipación era alcanzada a través del trabajo, el estudio o el matrimonio, hoy en día la conectividad y el consumo les da independencia y les permite construir un horizonte ajeno al familiar.
- Las competencias y los saberes de los niños y adolescentes provienen en gran medida de la cultura extraescolar. Esto los distancia de sus maestros porque viven y experimentan con otros lenguajes, saberes y escrituras que circulan por fuera de sus ámbitos de influencia. La información que obtienen es menos estructurada, fragmentada y está inserta en la cultura de lo simultáneo, del cambio y de la velocidad.
- Confirma la preferencia de los más jóvenes por las películas de acción, por su rapidez e intenso movimiento. Se aburren frente a aquellas con largos planos, o las que abundan en la subjetividad o los procesos íntimos. Han cambiado los referentes que provienen de las bibliotecas y los libros, por las páginas Web o los enlaces. La intensidad de la comunicación instantánea tiene un valor personal fundamental, así como también la fugacidad de las modas, la información o la comunicación en las redes. Estas características plantean una separación y una ruptura con la sensibilidad de los adultos, con la percepción de la velocidad y la sonoridad, de las imágenes, del discurso televisivo, la publicidad y los videoclips.
- Desarrolla el concepto de *entorno mediático*, en el cual están todos los medios, los tradicionales y los nuevos, descartando la idea de que un medio desplaza al otro. Agrega que el significado que los chicos le asignan a un medio depende de factores como la valoración familiar y las expectativas de uso, en suma, del contexto.

- Sostiene que en la Argentina, hay un retorno al hogar, símbolo tradicional del espacio de aburrimiento para los jóvenes porque significaba una permanencia obligada con los padres y los hermanos. Hay un desplazamiento al dormitorio, porque los adolescentes cuentan cada vez más con un televisor y una computadora que les permite construir un universo propio en la casa. Llama a esto *el declive de la cultura de la calle*, al transformarse los hogares en hogares mediáticamente ricos. Si antes la frontera en el hogar era la puerta de la casa, que separaba el afuera (la calle) del adentro (la casa), en los últimos años la nueva frontera es la puerta de la habitación, la cual divide el espacio colectivo del individual dentro del hogar. Se facilita que los adolescentes experimenten en el propio hogar su independencia, al separarse del territorio adulto. Ya no es necesario negociar con los padres o hermanos los programas de televisión o las películas de video preferidas.
- Se suma una nueva brecha a la tradicional que se organizaba por referencia al capital familiar (vivienda, barrio, escuela), a otra definida por la disposición de equipamiento y tecnología audiovisual que les permite a unos el acceso ininterrumpido a información y entretenimiento desde su casa, frente a aquellos que la disponen de forma ocasional.
- En el caso argentino, si bien la televisión sigue siendo el medio más popular entre los adolescentes, es la música el consumo más valorado, su marca de identidad y un indicador del abandono de la infancia. Consumen de forma complementaria y simultáneamente los medios, miran la televisión, hacen la tarea, escuchan música, usan la computadora, leen su correo, chatean, ingresan a sus cuentas, mandan mensajes o hablan por teléfono. Saben clara e intuitivamente para qué momento y para qué tipo de mensaje utilizar cada soporte.

16

A propósito de lo que viene ocurriendo con los niños ingleses, David Buckingham (2008) contribuye con las siguientes ideas:

- Para los niños británicos la llamada *cultura del dormitorio*, con amplia disposición de medios, es una realidad, la cual compensa las restricciones a moverse de forma más libre fuera del hogar. Desde allí crean música, manipulan imágenes, editan videos, relativizando las jerarquías culturales y sociales basadas en las diferencias de edad. Afirma además que las tecnologías móviles independizan al usuario de su ubicación física y acentúan la tendencia a un acceso individualizado.
- Se intensifican las relaciones interpersonales y las redes sociales en el grupo de pares, con independencia de la familia, a pesar de lo cual se establecen una serie de acuerdos o pautas en la relación de padres e hijos, como responder inmediatamente un mensaje o llamada.
- Más que proveedoras de información, las tecnologías digitales son portadoras de imágenes, relatos y fantasías. Estos nuevos medios se añaden a las opciones disponibles, sin eclipsar o desplazar las formas de cultura infantil o juvenil. Los



niños y adolescentes combinan actividades distintas como chatear mientras miran la televisión, escuchan música y hacen la tarea. Coincide con Prensky al afirmar que esto no expresa la distracción posmoderna, sino la capacidad que tienen de ejecutar varias tareas al mismo tiempo (*multitasking*), y en paralelo.

- El enfoque sobrio de la cultura infantil cede lugar a otro identificado con la anarquía y la sensualidad placenteras. El niño siempre disminuido, vulnerable y sujeto a protección, pasa a desempeñar el rol de *consumidor soberano*, sometido al mercado. El tiempo libre de los niños está cada vez más privatizado y las familias invierten parte considerable de sus ingresos en medios de entretenimiento. Hay un tránsito de los espacios físicos de los juegos, a los virtuales y mediados por tecnología.
- Enfatiza la polarización producida entre ricos y pobres, a propósito de la “brecha digital”, precisando que las diferencias guardan relación no solamente con el acceso, sino con la calidad de los equipos, y, principalmente con las habilidades y el capital cultural para usarlo. Insiste y refuerza la idea de que las experiencias de los hijos de las élites y de los profesionales urbanos son cualitativamente distintas a las de los niños provenientes de padres con ingresos y educación de menor nivel. Más aún afirma que Internet ha profundizado las divisiones sociales propias de la clase social y del origen étnico.
- La distancia entre los niños y los adultos frente a la cultura digital guarda relación con su acceso casi irrestricto a los contenidos de los adultos. Mientras la audiencia infantil tiene un grado de subversión, sensualidad y desarrolla formas autónomas de comunicación, poco comprendidas, los mayores experimentan una sensación de pérdida de control y cierta crisis en las relaciones de poder y de autoridad. Así se explican los discursos plagados de ideas de censura y de llamado a la regulación de medios.
- Menciona a Tapscott y la variedad de cambios sociales y psicológicos que se producen, tales como: a) Nuevos estilos de comunicación e interacción que darían lugar a relaciones en las cuales se promueve la igualdad y el diálogo. b) Cambio en las formas de aprendizaje. Se transita hacia procesos centrados en el descubrimiento y la innovación, quedando atrás las formas solemnes y primando las lúdicas. Se desafía a las autoridades y a las generaciones anteriores bajo un modelo no lineal en el cual el educando ocupa el lugar más importante. c) La aparición de *estructuras cerebrales más complejas* emparentadas con los estilos innovadores e informales del lenguaje en Internet. d) Cambios psicológicos en la generación red, manifiestos en su gran autoestima y sensación de eficacia y valor personal. El niño es un actor que experimenta y “juega” con sus identidades, adoptando múltiples “yo”.

No obstante, Buckingham aprecia que Tapscott, —un gran crítico de la televisión por su pasividad—, ensalza excesivamente a los nuevos medios e idealiza a los

jóvenes, sin advertir que las tecnologías digitales coexisten con las tradicionales. Sostiene que los más jóvenes todavía emplean más tiempo en ver televisión.

## 5. Sobre la intimidad y las identidades

Sherry Turkle en el conocido libro publicado en 1997 *La vida en la pantalla*, adelanta importantes reflexiones acerca de la identidad en tiempos de Internet. Si bien han transcurrido más de 12 años desde su publicación, muchas de sus ideas abrieron debates de la mayor trascendencia. Constata los cambios producidos por la expansión acelerada del sistema de redes, el cual enlaza en nuevos espacios a las personas: “está cambiado la forma con la que pensamos, la naturaleza de nuestra sexualidad, la forma de nuestras comunidades, nuestras verdaderas identidades” (Turkle, 1997). Precisa que Internet no es solamente una herramienta y tampoco un espejo, porque podemos atravesarlo al vivir en mundos virtuales, en los cuales creamos personajes, mantenemos relaciones de amistad e íntimas, sin que medie una relación física.

Agrega que se ha producido una erosión de fronteras tanto entre lo real y lo virtual, como entre, el yo unitario y el múltiple, facilitada por la interacción social anónima. Las personas transitan por la red en cualquier momento, abren las ventanas y conversan, retirándose si así lo desean, eligiendo desempeñar roles distintos, tanto en la pantalla como en la vida real. El “juego” de identidades consiste en mostrarse como son, cómo quisieran ser, o cómo creen que los otros las aceptarían mejor.

Si bien para la autora la relación con la máquina permite que las computadoras hagan cosas no *para nosotros*, sino *con nosotros*; hoy en día estamos ante un nuevo modelo de comunicación donde lo que prima no es la relación con la máquina, sino la comunicación entre las personas, a través de la mediación tecnológica. La autora es categórica al señalar que el arraigo a un lugar resulta secundario. Eso atañe a los procesos migratorios, a los vínculos de los ciudadanos con la familia y los amigos a través de la red, independientemente del lugar de residencia. Se trata de un fenómeno mundial y que afecta las identidades culturales, las relaciones más íntimas y las emociones.

El uso de la red y los espacios de interacción han crecido entre los usuarios de cualquier edad, al tener la posibilidad de convertirse en un *personaje* en la red, conocido por millones de personas. Abundan los Blogs, lugares para compartir videos como *YouTube* o redes sociales como *Hi5*, *MySpace*, *FaceBook* y *Twitter*, en los cuales las personas intervienen, interactúan y hacen pública su vida diaria. Los aspectos más simples, menos trascendentes, tradicionalmente parte de la vida privada, son exhibidos *en línea* y compartidos con otros. Por ello se pregunta Paula Sibilia, *¿Qué implica este súbito enaltecimiento de lo pequeño y de los ordinario, de lo cotidiano y de la gente común? (...)* *¿Qué significa esta repentina exaltación de lo banal, esta especie de satisfacción al constatar la mediocridad propia y ajena?* (Sibilia, 2008).

La autora se refiere a los nuevos modelos de enlace a través del correo electrónico, a las formas de conversación en el Chat, a la mensajería instantánea y a las redes sociales, las

cuales vinculan a través de ventanas siempre abiertas a miles de personas conectadas en cualquier lugar del mundo. A renglón seguido se pregunta si está siendo afectada la propia subjetividad: *¿Cómo influyen todas estas mutaciones en la creación de “modos de ser”? ¿Cómo alimentan la construcción de sí? No hay duda de que esas fuerzas históricas imprimen su influencia en la conformación de cuerpos y subjetividades: todos esos vectores socioculturales, económicos y políticos ejercen una presión sobre los sujetos de los diversos tiempos y espacios, estimulando la configuración de ciertas formas de ser e inhibiendo otras modalidades* (Sibilia, 2008).

Manifiesta Sibilia que la *gente común* es reconocida como la personalidad del año, por ejemplo por la *Revista Time* en el 2006: *Usted es la personalidad del año*. Y en las redes sociales cada persona busca mostrar su vida diaria y señalar detalladamente qué hizo al levantarse, con quién se encontró, qué comió, si hizo nuevos amigos, el inicio y el fin de sus relaciones de afecto, así como el relato de todo lo que le ocurre. Estos espacios de comunicación han sido capturados por el mercado, de muchas maneras, *el show del yo* les resulta muy conveniente y la creatividad de los jóvenes es festejada e instrumentalizada, así como reconvertida.

Compara la autora el modelo explicativo de Foucault, disciplinario y que atribuye a las personas funciones eficaces para el capitalismo industrial, con el de Deleuze de las sociedades de control a través de las tecnologías digitales, donde son dominantes el consumo, el marketing, la publicidad y los servicios y flujos financieros y simbólicos. Se publicita la vida privada del adolescente, en momentos en que se promueve y exalta la visibilidad, sin olvidar los extremos de las diferencias sociales y económicas.

En estos espacios de expresión de la intimidad, conviene recuperar la idea de Fortunati y Buckingham sobre el cultivo de las marcas de la oralidad, imitándose el modo de hablar y el estilo coloquial en la escritura, así como incorporándose signos que expresan emociones. Los niños y adolescentes son expertos en esto. Han perdido lugar el arte de contar historias y de escucharlas, de leerle cuentos a los niños con calma y entonación, así como el valor de la experiencia. La rapidez, la ausencia del silencio (no la soledad) configuran relaciones en las que el tiempo ha cambiado. Si se lee, ésta se ajusta a los intereses y necesidades de los usuarios, por ello el placer de la lectura no se ajusta al modelo de los adultos. Los jóvenes de hoy viven en el mundo de las imágenes, conviven con ellas, pero además –como ha sido mencionado– el valor de la visibilidad los devora, así como el de las apariencias. Por esa razón agrega Sibilia: “(...) *la espectacularización de la intimidad cotidiana se ha vuelto habitual, con todo un arsenal de técnicas de estilización de las experiencias vitales y la propia personalidad para ‘salir bien en la foto’*. *Las recetas más efectivas emulan los modelos narrativos y estéticos de la tradición cinematográfica, televisiva y publicitaria, cuyos códigos son apropiados y realimentados por los nuevos géneros que hoy proliferan en Internet*” (Sibilia, 2008).

Los cambios en las relaciones entre lo público y lo privado fueron explicados por Javier Echeverría en su importante libro *Cosmopolitas Domésticos*, en 1995. Se remite para ello a la forma en que se estructuraron las viviendas con habitaciones privadas, como parte

del proceso de desarrollo de la individualidad fomentada por las ciudades y los Estados y como consolidación de la burguesía. La vida transcurría exclusivamente en la casa y luego en la escuela, y su socialización dependía de ambas. Los medios desbordan el ámbito territorial, permitiendo enlaces y la interconexión con zonas lejanas, emergiendo un cosmopolitismo doméstico. Para Echeverría, a través de la televisión irrumpe lo social y público en la vida privada, a través del tratamiento televisivo que trae al hogar la vida de los personajes políticos, los temas de la muerte, la violencia y la farándula. Posteriormente la televisión incorporará los relatos privados de las personas, a través de los programas de conversación (*talk shows* y *reality shows*). Concluye caracterizando a la televisión como un referente, fuente de la memoria doméstica, como lo fueron antes las bibliotecas como representaciones impresas del pensamiento y la cultura universal (Echeverría, 1995).

Lo descrito antes es todavía, una relación unidireccional y de pasividad del usuario. Será luego, con la llamada Web 2.0, cuando esta condición cambie: “... *se considera que el yo tiene derecho a poseer una audiencia, y a ella se dirigen como autores, narradores y protagonistas de tantos relatos, fotos y videos con tono intimista (...) En un aparente retorno a los modos de vida en las zonas rurales y pequeños pueblos anteriores a la urbanización de Occidente, en esta aldea global del siglo XXI, resulta imposible preservar los secretos. Aquí, sin embargo, el anonimato tampoco parece deseable, todo lo contrario, pues en este escenario la sola posibilidad de pasar desapercibido puede convertirse en la peor de las pesadillas*” (Sibilia, 2008, p. 88). Se transforma el espacio doméstico, y deja de ser un lugar cerrado desde el cual se accede al mundo público, para devenir en un escenario translúcido, y en el cual a través de rituales, unos y otros exponen sus vidas privadas. Lo define como una mutación que empuja al yo desde el interior hacia el exterior y lo critica porque considera a los fenómenos de exposición de la intimidad como mera exacerbación de narcisismo, voyeurismo y exhibicionismo (Sibilia, 2008). El cuerpo y su visibilidad a través de distintas pantallas expresa esa necesidad creciente de mostrar el yo, para ser reconocido por los otros. En ese monopolio de la apariencia, sólo existe lo que se muestra, porque la subjetividad moderna está vinculada a la necesidad de ser visto, leído u oído por millones de personas. La autora es muy crítica de lo que llama un *mercado de personalidades*, en el que la imagen personal es el principal valor de cambio. Sostiene que las personas no muestran sus obras, sino simplemente su vida privada convertida en espectáculo, aunque no deja de reconocer que esta necesidad podría estar relacionada con la soledad contemporánea (Sibilia, 2008).

Desde una orilla aún más crítica, Alessandro Baricco emprende un agudo examen – ciertamente discutible– de la lectura, de los nuevos lenguajes y de un mundo bárbaro que nos asola y pone en riesgo a la humanidad. Sostiene que vivimos una crisis de la lectura, y que quienes compran libros no son en realidad lectores, sino personajes atrapados por el mercado. Comenta que un número significativo de los libros vendidos provienen de una película, son novelas escritas por personajes de la televisión o gente famosa, temas conocidos o de autoayuda: “(...) *los bárbaros utilizan el libro para completar secuencias de sentido que se han generado en otra parte*” (Baricco, 2008). Los libros que tienen valor comercial son aquellos escritos, en lo que Baricco denomina, la lengua del mundo, la

lengua del imperio. Su origen está en la televisión, el cine, la publicidad, la música y el periodismo y contiene una idea de ritmo, de secuencias emotivas estándar y una geografía de caracteres, que forman parte de una secuencia (Baricco, 2008).

Baricco es muy crítico de la Web porque valora el conocimiento y la información, dándole prioridad a un tema, caso o nombre, según la frecuencia de visitas o la velocidad para encontrarlo. Es decir, en la práctica se redefinen valores como la calidad y la importancia de los hechos y las situaciones, desplazándose el sentido al movimiento y la secuencia entre los saberes. Si antes la comprensión y el conocimiento estaban en la profundidad y esencia de los temas, ahora se encuentra en su trayectoria, que no está en el fondo, sino en la superficie.

En el mundo de la red, a esto se le llama el surfing: “Navegar en la red. Nunca han sido más precisos los nombres. Superficie en vez de profundidad, viajes en vez de inmersiones, juego en vez de sufrimiento” (Baricco, 2008). Añade: “Multitasking (...) hace los deberes mientras chatea en el ordenador escucha el iPod, manda sms, busca en Google la dirección de una pizzería y juguetea con una pelotita de goma (...) Habitar cuantas zonas sea posible con una atención bastante baja es lo que ellos, evidentemente, entienden por experiencia” (Baricco, 2008). Para Baricco el bárbaro piensa menos, aunque, admite, piensa en redes indudablemente más extensas, “(...) efectuando en horizontal el camino que nosotros estamos habituados a imaginar en vertical” (Baricco, 2008). Por todo ello, alerta sobre la necesidad de emprender una política cultural que preserve a las inteligencias del azar, del mercado puro y simple y apueste por una formación colectiva mediante la escuela y la televisión.

Tiempo de intensos debates para comprender y discernir.

## Referencias

- Baricco, A.** (2008). *Los barbaros. Ensayo sobre la mutación*. Barcelona: Anagrama.
- Buckingham, D.** (2008). Más allá de la tecnología. Aprendizaje infantil en la era de la cultura digital. Buenos Aires.: Manantial.
- Castells, M.; Fernández-Ardévol, M.; Linchuan Qiu, J. y Araba, S.** (2007). *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global*. Barcelona.: Ariel/Telefónica.
- Echeverría, J.** (1995). *Cosmopolitas domésticos*. Barcelona.: Anagrama.
- Fortunati, L. y Magnavelli, A.** (2002). *El teléfono móvil de los jóvenes*. Revista Estudios de Juventud. España: Instituto de la juventud. 57. Consultada el 4 de mayo de 2010. Disponible en:

<http://www.injuve.migualdad.es/injuve/contenidos.item.action?id=149095362&menuId=1969776808>

**Gitlin, T.** (2005). *Enfermos de información. De cómo el torrente mediático está saturando nuestras vidas*. Barcelona: Paidós.

**Hopenhayn, M.** (2007). *Comentarios Seminario de Análisis: La cooperación cultural-comunicación en Iberoamérica*. Madrid: OEI.

**Igarza, R.** (2008). *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La Crujía.

**Melucci, A.** (1999). *Esfera pública y democracia en la era de la información*. 9. México.

**Morduchowicz, R.** (2008). *La generación multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires: Paidós.

**Pérez Tornero, J. M.** (1998). *El ansia de identidad juvenil y la educación*. En H. L. Cubides, *Viviendo a toda. Jóvenes, territorio, cultura y nuevas sensibilidades*. Bogotá.: Fundación Universidad Central.

**Piscitelli, A.** (2008). *Nativos digitales*. Contratexto. 6. Consultado el 3 de mayo del 2010. Disponible en: <http://.ulima.edu.pe/Revistas/contratexto>

**Piscitelli, A.** (2009). *Nativos digitales*. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación. Buenos Aires: Santillana.

**Scolari, C.** (2009). *Nota del 17 de mayo del 2009*. Disponible en: <http://www.digitalismo.com>.

**Sennett, R.** (2006). *La cultura del nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama.

**Sibilia, P.** (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: FCE.

**Tubella, I.; Taberero, C. y Dwyer, V.** (2008). *Internet y televisión: la guerra de las pantallas*. Barcelona: UOAC/Ariel.

**Turkle, S.** (1997). *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Transacciones.

**Vilches, L.** (2008). *La migración digital*. Barcelona.: Gedisa.

**Zapata, E.** (2009). *Al alumno con cariño*. El Comercio, 5 de septiembre.