

## Cuatro conceptos para interpretar el cruce entre digitalización y sociedad

Norberto Leonardo Murolo<sup>1</sup>

### RESUMEN

La sociedad de la información y la sociedad del conocimiento est n asentadas en el acceso y la apropiación de las llamadas Tecnologías de la información y la comunicación (TICs). Estas tecnologías se proponen en el terreno del consumo como objetos de distinción y buen gusto. Ante este momento histórico obligado, numerosos son los sectores sociales que encuentran difícil el acceso a estas tecnologías, ya sea por su costo o por no contar con los saberes para maniobrarlas. La literatura especializada acu n  conceptos como el de "brecha digital" para describir la distancia entre quienes tienen acceso y quienes no, como también el de "nativos digitales" para nombrar a los jóvenes que tienen un trato familiar con las TICs. Sin embargo, la *brecha* merece una mayor conceptualización, ya que proviene del mismo sistema que la genera, y los *nativos* no sólo son tales por un corte generacional o etario, sino por oportunidades de alfabetización y adiestramiento cotidiano. Cabe preguntarse entonces si la sociedad del conocimiento es un nuevo escenario donde generar modos de vida exclusivos y excluyentes.

**Palabras Claves:** sociedad de la información – distinción/gusto – brecha digital – nativos digitales

### ABSTRACT

The information society and knowledge society are settled in access and ownership of so-called Information Technology and communication technologies (ICTs). These technologies are proposed in the field of consumption as objects of distinction and good taste. Against this historical moment required, there are numerous social sectors are difficult to access these technologies, either at cost or not having the knowledge to maneuver. The literature coined concepts like the "digital divide" to describe the gap between those with access and those without, as the "digital natives" to nominate young people who are friendly with ICT. However, the gap deserves further conceptualization, since it comes from the same system that generates it, and the natives are not only such a cut generation or age, but literacy and training opportunities everyday. Should therefore ask whether the knowledge society is a new scenario where lifestyles create unique and exclusive.

**Keywords:** information society – a distinction/taste – digital divide – digital natives

---

<sup>1</sup> **Cargo académico:** Docente investigador UNQ – UNLP – CONICET

**Agradecimientos:** El autor quiere agradecer al Prof. Alfredo Alfonso por la lectura y el seguimiento de este trabajo.

**Correo electrónico:** [nlmurolo@unq.edu.ar](mailto:nlmurolo@unq.edu.ar) – [leonardomurolo@conicet.gov.ar](mailto:leonardomurolo@conicet.gov.ar)

## **INTRODUCCIÓN**

El mundo ha cambiado demasiado desde que Marshall McLuhan sentenciaba que las tecnologías eran ya extensiones de nuestros cuerpos. A pesar de que el mundo sea diferente, esa exageración parece tener en la sociedad actual un correlato fáctico, las pantallas nos rodean, incluso las llevamos con nosotros adonde vayamos.

El mundo se fue configurando en este sentido. El sistema capitalista mutante tomó su forma más acabada, conciliadora y consensual: la globalización; y de all , otorgándonos la posibilidad de acceder a una hiperconexión, instantaneidad y pertenencia, nos sedujo mediante artilugios embellecedores llamados tecnologías de la información y la comunicación (TICs). El mecanismo sofisticado es casi imperceptible (debería decirse invisible) de tan evidente. Pasa por delante de nosotros y naturalmente lo configuramos propio con nuestras prácticas cotidianas.

El desarrollo científico-tecnológico dise n  un nuevo modo de almacenamiento y transporte de datos: la digitalización. Como toda innovación en el terreno de la comunicación, se nos plantea con poderes sobrenaturales y emancipadores. La digitalización –como en su momento el cine, la radio y la televisión- es llamada en su era a ser una ventana hacia la democratización de voces antes acalladas. La digitalización sentencia que la proliferación de datos y de información nos convertirá en seres humanos críticos y más capaces de discernir. Es así como se nos abre paso a un estadio llamado Sociedad de la información.

En la modernidad líquida, donde todo fluye, nada es asible, y los referentes han caído, deslegitimados por el fin de la historia, es donde la trinchera del mercado erige lógicas sociales unificadoras y a la vez aislantes, generadoras de nuevas clases sociales ficcionales. En medio de este devenir imprescindible, inevitable y bienvenido, no todos son capaces de amoldar sus consumos hacia la imperiosa digitalización. Existen unos, “nativos digitales”, alfabetizados de nacimiento con su “ecología mediática”, quienes encuentran en la digitalización modos de socializar y de distinguirse, y existen otros que por falta de acceso se encuentran en el extremo desfavorable de la brecha digital. Es decir, no todos son capaces de alcanzar esa edad de oro de la información total.

## **UNA ÉTICA LÍQUIDA**

Diversos son los autores que se ocupan de describir y comprender el momento histórico actual, denominado generalmente como *posmodernidad* (Lyotard), pero también *hipermodernidad* (Lipovetsky), *sobremodernidad* (Augé), *sociedad transparente* (Vattino). Por su parte, Zygmunt Bauman (2009) plantea que vivimos en una era a la cual denomina *Modernidad líquida*. La liquidez tiene como característica su dificultad de ser contenida, de poder asirla. La fluidez es entonces el modo definitorio de la sociedad en cuanto a espacios, tiempos y constancias. El autor sostiene que “El mundo moderno es un mundo que alberga un deseo, y una determinación, de desafiar su *memet * (como diría Paul Ricoeur), su mismidad. Un deseo de hacerse diferente de lo que es en sí mismo, de

rehacerse y de continuar rehaci ndose. La condición moderna consiste en estar en camino. La elección es modernizarse o perecer" (Bauman, 2008: 38). El camino hacia modernizarse parece no tener una llegada.

Aquello que nos demuestra estar en constante cambio es el sistema capitalista, que no sólo determina la economía de los pueblos sino también sus características sociales y comunicacionales. El capitalismo globalizado propicia este nuevo estadio histórico, líquido en diversas cuestiones, pero sólido en las referentes a los poderes omniscientes y mudos que permanecen donde siempre estuvieron. El largo proyecto de la modernidad, aquel del progreso infinito, lento, pero constante hacia la perfección, la define como una condición de diseño compulsivo y adictivo (Bauman, 2008: 46). Es frecuente que los estudios sobre la posmodernidad la grafiquen como un momento histórico de relatividad  tica, de ca da de los valores, donde el estado –las instituciones en general- como las autoridades, han perdido su peso específico, en cuanto a mostrarse como referentes sociales y, por consiguiente, como formadores de opiniones. Dice Jesús Martín-Barbero que "Es en ese debilitamiento social de los controles familiares introducido por la crisis de la familia patriarcal donde se inserta el des-ordenamiento cultural que refuerza la televisión" (Martín-Barbero, 2002). En este mundo *post*, el consumo, y sobre todo la industria cultural ocupa un rol central proponiendo visiones del mundo diferentes y atractivas. El ocio y el entretenimiento configuran all  un mundo paralelo, en apariencia consensual, legitimado por los consumidores, quienes se entrenan en novedosas prácticas comunicacionales.

Bauman en * tica posmoderna* (2005: 11) plantea que en este escenario,

El "camino correcto", antes único e indivisible, comienza a dividirse en "razonable desde el punto de vista económico", "est ticamente agradable", "moralmente adecuado". Las acciones podrían ser correctas, en un sentido, y equivocadas en otro.  Qu  acción debería medirse conforme a un criterio determinado? Y si se aplican diversos criterios,  cu l debería tener prioridad?

En un contexto donde se transforman las instituciones, el poder, las autoridades y los medios de comunicación, aparece Internet y globaliza de modo simbólico lo que el imperialismo económico ya había globalizado. El "camino correcto" parece ser el de *desfronterizarse*, borrar los bordes del rompecabezas global en materia económica, generando nuevas divisiones del trabajo mundial teniendo la posibilidad, mediante las comunicaciones, de llegar a mercados poco explorados. Asimismo, en este mundo virtual, de abundancia de datos necesarios e innecesarios, contextualizados y descontextualizados, se valoriza la información como un modo de alcanzar el conocimiento. En este mundo virtual el saber entonces se asienta en la hiperconexión no corporizada mediante Internet: chat, mensajería instantánea, redes sociales virtuales, blogs, foros, etc. El poder se manifiesta directamente en comunidades virtuales que se alfabetizan, aprenden y se configuran

como recursos humanos deseados de un nuevo modo y que a su vez generan prácticas sociales de información, comunicación y entretenimiento novedosas. El sistema, capitalizando estos hábitos propuestos y apropiados por la sociedad de modo masivo, acrítico y conformista, nos indica que estamos entrando en una era dorada, donde aquella perfección moderna -modernizarse o perecer- es posible, donde la emancipación y la seguridad harán de los seres humanos sujetos de derecho plenos. Ese modo de vivir, lo han dado en llamar sociedad de la información.

## **LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y LOS DESINFORMADOS**

La sociedad de la información nace a la luz de la presencia masiva de los medios de comunicación y ostenta una promesa: la emancipación. Las sociedades siempre fueron catalogadas teóricamente como Sociedad industrial, Sociedad de masas, Sociedad del espectáculo, Sociedad postindustrial. Desde una mirada materialista histórica podemos afirmar que las sociedades se conforman como tales a la luz de los modos de producción. Así la industrialización o los servicios definirán las clases sociales y los modos de relacionarse.

En la modernidad líquida, la comunicación mediada supone una nueva sociedad llamada comúnmente Sociedad de la Información. Entre sus características principales están las del protagonismo de los medios digitales de comunicación que, gracias a la globalización, llegan de modo masivo a prácticamente todo el mundo.

Internet propicia un enorme acervo de información al alcance de la mano. Además, permite la conexión por intermedio de weblogs, webmails, chats, mensajería instantánea para interconectarse reduciendo las distancias y las temporalidades, por ello esta sociedad se define por la información, ya que las posibilidades de esta nueva noción de la sensibilidad propicia formas novedosas de relaciones y de intercambios, principalmente comerciales.

La clave es que los ordenadores e Internet exigen habilidades específicas si se quieren utilizar como herramienta que crea una ventaja relativa para las personas y las organizaciones que las utilizan. Tamb n pueden ser medios de entretenimiento y consumo. Lo que las hace radicalmente diferentes, sin embargo, es que son herramientas muy poderosas para trabajar y aprender, y que requieren una cierta capacidad de memoria y pensamiento abstracto, que constituyen la base de las habilidades de aprendizaje (Castaño, 2008: 220).

En esta sociedad, el conocimiento se posiciona como valor agregado. Y parece ser este aspecto el más importante en las promesas de la Sociedad de la Información. En los jóvenes objeto de nuestra indagación vemos que las TICs no significan información y conocimiento y valor, sino entretenimiento puro. La Sociedad de la Información plantea allí su paradoja, se presenta seductora

mediante tecnologías del entretenimiento y pretende masivizarse como conductora de información y conocimiento.

## **BASES MERCANTILES DE LA DISTINCIÓN Y EL GUSTO**

Siguiendo los postulados de Pierre Bourdieu en *La Distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, podemos decir que las clases altas imponen sus gustos distinguidos. En esa distinción estriba la idea del "estilo" como un privilegio de clase y criterio de jerarquización social. Mientras los ricos gozan de mercancías costosas y, por ende, distinguidas, los jóvenes en situación de pobreza deben contentarse con gozar, a veces, de las necesidades básicas satisfechas y, en el mejor de los casos, de hacerse con imitaciones, muchas veces vergonzosas, de las mercancías distinguidas.

Para estos jóvenes –y más allá de significar un ascenso hacia la sociedad de la información-, las mercancías envueltas por el fetichismo son las TICs. Es así como computadoras –de escritorio y personales-, teléfonos celulares, reproductores de m sica portátiles y demás *gadgets* novedosos se erigen en su discurso como objetos a conseguir y, sobre todo, exhibir. Como es sabido, el mercado crea las necesidades que luego viene a satisfacer. Desde siempre las elecciones pasaron por indumentaria, zapatos, alimentos manufacturados y demás mercancías. Inclusive existiendo la alternativa de no consumirlas. En el terreno de las TICs, este devenir autosuperador es no solamente inasible sino invisible de tan fugaz. El mp5 tard  menos tiempo en superar al mp4, en servicios y comodidades propuestas, que lo que tardó el discman en superar al walkman. De all  que se vislumbre lógico que La *Playstation 3* convierta en vergonzosa a la *Playstation 1*. Los precios bajan, pero también se reduce el ansia de obtener el modelo antiguo, menos evidentemente conformista que el más novedoso. Los jóvenes expresan su deseo de obtener el último modelo, los conocen por las vidrieras, por televisión, por el boca a boca, y conocen las aplicaciones del modelo antiguo y del último modelo. A su vez, saben de las diferencias de estilo que conllevan poseer uno y otro.

La particularidad de las TICs –que promueve el énfasis de este trabajo- es que nos transportan a la ineludible y vital sociedad de la información. Es casi imposible rehusarse a las TICs. En ese sentido, la distinción no es solamente de moda, lo que fuera en indumentaria la elección entre *Ona Saez* o *Calvin Klein*. Es decir, lo que se desprende de las manifestaciones de los jóvenes es que no es solamente una elección de marcas y modelos, sino de adoptar este modo de vida exclusivo y excluyente o condenarse a la otredad.

De este modo, una vez dentro del devenir tecnológico se asienta el segundo nivel de diferencia: el gusto. Si bien sigue siendo la sociedad quien crea las distinciones de consumo mediante la apropiación de determinados modelos y marcas, es el mercado quien plantea las bases definitorias del estilo aceptado, que construye un gusto a su medida. Así, la superación de los teléfonos celulares apunta a un público consumidor ABC que pueda disfrutar de las plataformas cada vez más sorprendentes de los *hardware*: teléfonos con cámaras fotográficas de gran resolución, GPS, reproductores de m sica y video con amplia capacidad, se convierten en objetos distinguidos no

solamente por la empresa fabricante del *hardware* sino también por el servidor de la línea telefónica que presenta esos aparatos con un coste de factura mensual superior a los de inferior categoría.

 Qu  sucede entonces, cuando las mercancías ya necesarias para transitar la liquidez moderna, catapultas hacia la sociedad de la información, no son alcanzadas por todos?  Qu  sucede cuando la sociedad de la información genera, como daño colateral, sus propios parias? Podemos decir que en el mundo hay alimentos para todos, aunque la distribución no est  realizada como debería estarlo. Podemos también afirmar que abunda indumentaria para que todos los seres humanos nos vistamos, aunque la moda nos sentencie que la ropa que compramos el año pasado ya no nos sirve, por más que pueda durar unos años más. Las opciones, en ese caso, son entrar en una carrera de consumo y “estilo” o relegarse a ser demod  y el hazmerreír de los estilizados. Por su parte, las TICs no abundan, y si abundasen – ya llegar  el momento de su descarte masivo- no serán objetos fáciles de conseguir y de poner a punto. Una computadora, por ejemplo, trae consigo los gastos del *software* y del servidor de Internet, descontando la alfabetización digital necesaria para maniobrarla. En este escenario, quienes quedan fuera pueden ser rescatados por el progreso económico de sus actividades laborales, cada vez más precarizadas ya que a la canasta básica total se les agregan artículos, antes de lujo; pero en la actualidad, necesarios. O quizás, deban esperar encontrar en el ámbito de la educación formal una puerta de ingreso a la sociedad de la información. All  estriba la mayor distinción de la modernidad líquida; compleja, de múltiples factores y denominada de modo concreto: brecha digital.

### **LA BRECHA DIGITAL Y SU SECRETO**

La denominada brecha digital hace referencia a una diferenciación entre quienes acceden a la digitalización y quienes no. Por ello se postula como un concepto positivista que no atiende a matices en tanto accesos y usos. El acceso al que refiere la brecha digital tiene varias aristas ya que quienes acceden o no, lo hacen o no por diferentes motivos. Existen autores que hablan de “brechas digitales”, demostrando la variedad de factores: “el estudio de la brecha digital no puede limitarse al análisis del acceso a Internet (primera brecha digital), sino que debe dar un paso más e involucrarse en el análisis y la determinación de los usos y la intensidad de uso de Internet (segunda brecha digital)” (Castaño, 2008: 219). Donde la segunda brecha digital está relacionada con el conocimiento y el aprovechamiento que cada usuario hace de las TICs. En este terreno toman protagonismo conceptualizaciones como *alfabetización* digital, *competencias* digitales, *habilidades* digitales.

La perspectiva de brecha digital que tomaremos es la abordada por el investigador mexicano Adolfo Rodríguez Gallardo (2006) quien sostiene: “La premisa básica de la brecha digital es que existen individuos y sociedades que tienen acceso a los recursos tecnológicos de cómputo, telecomunicaciones e Internet. (...) Una diferencia más amplia es la que enfatiza el acceso a la información como el elemento relevante y no tanto el acceso a la tecnología”.

Las tecnologías nos dan la apariencia de vivir en sociedades avanzadas “como si ello fuera sinónimo de cambio social, no debe hacernos pensar que el riesgo de brecha digital es consecuencia de la insuficiente banda ancha para acceder a la red o de otros problemas similares. Esto es solo la punta del iceberg” (Raya Diez, 2002). El acceso completo puede alcanzarse plenamente por cinco factores esenciales: *hardware*, *software*, servidores, manejo y conocimiento. Asimismo la imposibilidad de acceso puede deberse a localizarse en zonas aisladas de accesibilidad, o por razones cognitivas, pero fundamentalmente por motivos económicos. La brecha es creada por el sistema capitalista como un problema del camino progresivo hacia la información total. El problema central sigue siendo el de la exclusión y la desigualdad social.

En los jóvenes de nuestro análisis vemos que existen ambas dimensiones de la brecha digital, pero fundamentalmente una brecha digital de segundo orden, hablamos de la referida a la apropiación del acervo de información proveido por las TICs y la posibilidad de transformarlo en conocimiento útil. La brecha de los hardwares y softwares, desde ya que es importante. La mayoría de los jóvenes con quienes interactuamos no tiene computadora en sus hogares; sin embargo, conocen sus usos principales. La brecha estriba entonces en ver a las TICs como un elemento para alcanzar el conocimiento vía la información y no meramente como un medio de entretenimiento. Por lo expresado por los jóvenes, esta brecha digital no es combatida por la escuela formal al incluir en la formación computadoras personales, que acercan a los jóvenes a hardwares de avanzada, ya que poco suman a la apropiación provechosa de los beneficios de la sociedad de la información, dada la poca profundidad en los cambios de las currículas en este sentido.

Esto sucede con la “brecha digital”, que como ninguna otra brecha, la del agua potable, la de la electricidad, la de la vivienda digna, la del empleo seguro, la de los derechos humanos, la de la salida de la pobreza, la de la seguridad social, es atendida no sólo por el sistema económico mundial sino por las políticas gubernamentales con programas tendientes a la *inclusión*. Cuáles son los objetivos centrales que se persiguen brindándole una computadora a cada joven *dentro* de las escuelas, ya no contentos con los usos cada vez más prolongados que los jóvenes que cuentan con ellas les dedican fuera del aula, y qué le estamos brindando a aquellos jóvenes que no cuentan con una computadora y se topan con la posibilidad de aquello deseado en una sociedad de la información cada vez más cercana a una sociedad del consumo y del entretenimiento. Aquella computadora vista detrás de una vidriera, por televisión o en los cibercafés como un alquiler momentáneo, llega a estos jóvenes como propia proponiéndose adiestrarlos de modo connotativo en que “la compu”, como objeto didáctico, es capital, es una herramienta de trabajo lejana a los usos de entretenimiento habituales.

En la sociedad de la información, bajo nuevas coordenadas sociopolíticas asistimos a un proceso de precarización de las relaciones sociales y laborales, no sólo de quienes forman parte del mercado de trabajo, sino particularmente de quienes no pueden acceder

a él por falta de competencia técnica y de capacidad de rentabilizar su “fuerza de trabajo” en un tipo de economía basada en el conocimiento (Raya Diez, 2002).

En esta economía basada en el conocimiento, pertenecer al mundo de las TICs ya no es una elección tecnológica más sino que determina la propia configuración como recursos humanos deseables. Achicar la brecha digital obedece a una educación, siempre mediada por el consumo, que tiende a formar proletarios siglo XXI, donde su fuerza de trabajo es enriquecida por el conocimiento. All , “la baja probabilidad de valorizarse en el mercado de trabajo está conformando nuevas infraclases que plantean retos políticos y sociales” (Raya Diez, 2002). Es en este sentido que los programas estatales al estilo *One Laptop per Child* se hacen eco de un requerimiento sistémico y ponen sus recursos a disposición de reducir la brecha digital, reducción que, se prevé, tendrá correlatos sociales en la baja de la deserción escolar, de la desocupación y la generación de una conciencia ciudadana. La pregunta que cabe formular es cómo entendemos y dentro de qué mecanismo autómata estamos incluyendo a los jóvenes que estigmatizamos como “nativos digitales”.

#### **NATIVOS DIGITALES: UN MITO CONVINCENTE**

El concepto comunicacional de “nativos digitales” ya tom  un uso cotidiano. Sin embargo, existen diferentes interpretaciones al respecto. La más abarcativa habla de un grupo etario que oscila entre jóvenes menores de veinticinco hasta menores de treinta años de edad, quienes tienen facilidad y se sienten más cómodos informándose, comunicándose y entreteniéndose mediante TICs que de cualquier otro modo. La literatura específica define a los nativos digitales como jóvenes que “consumen datos simultáneamente de múltiples fuentes; esperan respuestas instantáneas; permanecen comunicados permanentemente y crean también sus propios contenidos” (García, Portillo, Romo, Benito, 2005). Curiosamente, estos jóvenes “multitarea” parecen ser causa de asombro porque se alfabetizan en una ecología a la cual pertenecen. Y no solamente eso, sino que su visión generalmente es acrítica y celebratoria (Piscitelli, 2006).

Es difícil mantenerlos atentos en una clase tradicional de exposición de contenidos por parte del profesor, porque tienen la percepción de que ese contenido lo pueden consultar en Internet, lo pueden intercambiar entre ellos, localizar otras fuentes, elaborar mapas o visualizaciones. En definitiva, tienden a participar activamente en la construcción de su propio conocimiento (García, Portillo, Romo, Benito, 2005).

Desde ya que la alfabetización de un niño ante cualquier lenguaje es mayor que la de un adulto, bastaría ejemplificar con el aprendizaje de un idioma. Es por ello que estos niños, se hayan criado alrededor de todas las tecnologías constantemente novedosas o no, son capaces en pocos minutos de ser adiestrados o autoadiestrarse en su uso. Aun así, el concepto de “nativos digitales” no



habla de predisposición a la alfabetización digital sino a s perhabilidades asombrosas. Desde ya que siempre ha habido *nativos* hábiles, ligados a las tecnologías novedosas, en todas las generaciones: hijos que enseñaron a sus padres a utilizar la radio, el televisor, la videocasetera y hoy los elementos digitales. Claro que aquellos no involucraban a la sociedad en una revolución de conocimiento que atravesaría casi todos los niveles de la vida en sociedad: desde la comunicación hasta la educación, desde el trabajo hasta la diversión. Los “nativos digitales” serían pues quienes poseen competencias casi innatas para el uso de las tecnologías de la información, comunicación y el entretenimiento. De all  que sean considerados seres de avanzada, una generación mítica.  Qu  sucede cuándo parte de esa generación no tiene acceso a estas tecnologías o a los saberes necesarios para utilizarlas? Como vimos, se da lo que el sistema etiquetó como “brecha digital”. Una pregunta que surge entonces es si quienes se encuentran en el extremo menos favorecido de esta brecha son, aún así, nativos digitales.  Afirmar amos que por el sólo hecho de compartir un rango etario o un corte generacional tienen este don innato de maniobrar una computadora, un teléfono celular o un videojuego, aunque nunca hayan tenido contacto alguno con ellos?

Los jóvenes demuestran una adaptabilidad a las TICs propia de conocerlas por múltiples vías, como los locales de alquiler y por contar con alguna versión de ellas en sus propias casas y en casas de amigos. Las tecnologías están encaminadas en un devenir autosuperador que hace que la versión antigua, devaluada, pueda conseguirse en el mercado del descarte a un bajo precio. A estas tecnologías se tiene acceso. La alfabetización en primera instancia, es fácil. Encender y conocer sus aplicaciones primarias no requiere de una alfabetización compleja. Como esta variable no est  explorada por los mayores negados a las TICs, los “nativos digitales” son vistos como genios.

Asimismo, en este momento histórico es más necesario que nunca que las generaciones sean nativas digitales. Es decir, que est n familiarizadas con las tecnologías para que no sólo puedan convertirse en recursos humanos cada vez más requeridos, sino para convertirse en consumidores de tiempo completo. All , tiene un sentido la celebración de una “Generación Einstein”. En ese caso, la reducción de la brecha no sólo obedece a una política de inclusión social hacia la democratización de la sociedad del conocimiento, sino a un capitalismo pleno en su fase evolutiva más acabada: la globalización.

## **INTERNET, TELEFONÍA MÓVIL Y VIDEOJUEGOS**

En cuanto Internet, lo señalábamos cuando hacíamos referencia al concepto de brecha digital (hardware, software, servidor y saberes), son diversos los factores que no llegan a ser cubiertos para que los jóvenes en situación de pobreza accedan. Asimismo, una vez que puedan tener acceso a estos elementos en las escuelas o en locales de alquiler, los modos de vida exclusivos y excluyentes siguen permaneciendo. Diversas plataformas de Internet se han erigido como los modos de socialización preferidos por los jóvenes, nos referimos a la mensajería instantánea –al estilo *Messenger*-, portales comunitarios –al estilo *Fotolog*, *YouTube* o *Facebook*- de all  que las relaciones

sociales se den en un terreno virtual omnipresente, cotidiano y usual. No es curioso entonces que al indagar sobre los modos de socialización de quienes no cuentan con banda ancha en sus hogares, se plantee como un deseo esta posibilidad. Si bien la sociedad de la información nos propone un reservorio de datos para ser consultados y saciar el ansia de saber, los jóvenes indagados ven en las tecnologías de la información y la comunicación, primeramente una ventana hacia un universo lúdico inagotable y la posibilidad de socializar con sus pares. Por esto, tanto por la posibilidad de acceder a conocimiento como por la posibilidad de generar relaciones sociales virtuales, Internet termina planteando modos de vida exclusivos y excluyentes. Para ser usuario de *Fotolog*, *Facebook*, *YouTube*, *Messenger* y demás aplicaciones empleadas por los jóvenes de clase media y alta como modos de intercambio y socialización, es necesario navegar por estos portales con una asiduidad permanente, de all  que quienes no cuenten con banda ancha en sus hogares, sean excluidos de los modos de vida que generan estas prácticas de Internet.

En lo que se refiere a la telefonía móvil debemos comenzar sealando que en 2009 en Argentina había 117,11 teléfonos móviles cada 100 personas. Es decir una superpoblación de telefonía móvil. Sin embargo, y a pesar de los esfuerzos de las empresas del rubro por generar un mercado infantil y juvenil alrededor de las prácticas generadas por esta tecnología, una vez más los jóvenes en situación de pobreza no acceden a ella. El teléfono móvil se erige como la posibilidad de ser hallado, de conectarse con los amigos, de generar ligazones que borran las fronteras y los espacios mediante un silencioso y breve sms. Como modo de relacionarse es celebrado por los más jóvenes, sin embargo debe contarse con el hardware y con el servidor, prepago cuando se carga el crédito para ser consumido y postpago cuando se paga mediante una factura que llega a fin de mes. La telefonía móvil plantea su cuota al trastrocamiento del espacio y el tiempo en la era actual. Es posible mediante un sms planear una actividad en pocos minutos, dada la instantaneidad y la posibilidad de la respuesta inmediata. Asimismo, se puede encontrar a quien uno busque, ya sea en el reposo de su hogar o en medio de una multitud anónima y poliforme. La telefonía móvil también genera entonces modos de vida exclusivos y excluyentes dado que no contar con esa tecnología coloca en una situación más vulnerable a quien ya lo era por no contar con otras necesidades básicas. Lo hace inaccesible y desconectado para atender un requerimiento inmediato.

En cuanto los videojuegos, no es lo mismo poseer las consolas en los hogares que ir a jugar a locales de alquiler. No solamente por la comodidad del hogar, que estribaría que si se puede contar con una consola de videojuego, se cuenta con vivienda, alimentación, electricidad, educación, y demás necesidades básicas satisfechas, sino porque la práctica social de jugar en el hogar con la familia y con amigos, no es la misma que la de jugar en red con desconocidos alrededor, contrarreloj, con el precio del minuto avanzando.

Lo que est  en juego, a raíz de las prácticas sociales alrededor de los videojuegos, descriptas por los jóvenes, tiene que ver con el estatuto de la diversión y el entretenimiento. Se percibe de sus dichos, que no es entretenido sino una vía de escape jugar videojuego media hora en un local de

alquiler. El videojuego entonces también genera prácticas sociales exclusivas, como poseer la *Playstation 1* o la *2* y jugar en el hogar intercambiando juegos, con la duración temporal que se quiera. En determinados casos se puede vislumbrar que los usos exclusivos de los videojuegos se tratan más de conformismo, que de diversión.

## **A MODO DE CIERRE**

Los cuatro conceptos: sociedad de la información, distinción/gusto, brecha digital y nativos digitales, fueron explorados en relación con la juventud y las diferencias sociales.

Los jóvenes de bajos recursos económicos, al igual que los integrados “nativos digitales”, también generan prácticas con las nuevas tecnologías. Saben de su existencia, tienen la posibilidad de maniobrarlas enseñados por amigos o vecinos que se las prestan, o incluso, en locales de alquiler de computadoras para jugar o informarse. Es allí cuando, por momentos, la Sociedad de la Información parece ser una sociedad global que es plausible incluso para quienes no cuenten con los objetos materiales determinantes para transitarla. Hay algo aurático<sup>2</sup> en la Sociedad de la Información, y ese halo que todos los habitantes poseen, parece ser estar al tanto del manejo de alguna tecnología, de alguna técnica de apropiación de datos, o al menos del conocimiento de que ello es bueno. En los jóvenes objeto de nuestra indagación se ve una predisposición a apropiarse de las nuevas tecnologías, de tomarlas como algo conocido a pesar de no contar, en su mayoría, con ellas en sus hogares. Esto no significa que sepan usarlas sin una previa alfabetización o instrucción. Es decir, no abonamos a raíz de nuestra indagación, la perspectiva de que existen “nativos digitales” que per se saben maniobrar tecnologías que recién llegan a sus manos. Sino que con una mínima instrucción, los jóvenes se animan a desarrollar prácticas con las nuevas tecnologías. No les temen.

De ello, veíamos proponer desde la literatura especializada que toda una generación es “Nativa Digital” es obviar cuestiones de fondo que atienden a desigualdades sociales, en muchos casos, profundas. Postulamos en lugar de la categoría de “nativos digitales” la idea de “nativos hábiles” que se definiría advirtiendo que en todas las épocas hubo y habrá jóvenes que aprenden fácilmente a maniobrar las tecnologías de su época. Incluso más que lo adultos.

Cuando hablamos de lo digital, la digitalización, la sociedad de la información, del conocimiento, y demás denominaciones teóricas, nos referimos a un estadio del capitalismo en evolución hacia lo global que nos obliga a convertir nuestras prácticas sociales, sobre todo las comunicacionales, en datos intercambiables y compartibles. De ello, que las tecnologías constantemente novedosas de la información, comunicación y, sobre todo, del entretenimiento, se

---

<sup>2</sup> Tomamos el concepto de “aura” de Walter Benjamin, como aquello que era inherente a la obra de arte anterior a la época de su reproductibilidad técnica: a su aquí y ahora. En este caso, referido a la sociedad de la información como construcción mítica, lo entendemos como su *mismidad*, como su presupuesto generalizado e implícito: que todos accederíamos a ella.

erijan como elementos insustituibles en este devenir. Las tecnologías son manufacturas, mercancías costosas que despliegan una cantidad de aplicaciones en evolución. Estas tecnologías vienen acompañadas de diferentes propuestas seductoras y de allí la variación de sus precios.

El rasgo más importante que advertimos en nuestras observaciones es que las nuevas tecnologías, si bien conocidas por ser compartidas por familiares, amigos, en la escuela o en casas de alquiler, suponen prácticas sociales habituales de las cuales los jóvenes en situación de pobreza quedan excluidos. Tomemos nuestros principales ejemplos: Internet, la telefonía celular y los videojuegos, donde los usos de mensajería instantánea, *Fotolog*, *Facebook*, *YouTube* y demás redes sociales virtuales; el sms y los videojuegos generan los modos de información, comunicación y entretenimiento exclusivos y excluyentes.

La brecha digital, como concepto positivista, se asienta entonces en tener acceso a hardware, software, servidor de Internet o telefonía y a poseer los conocimientos necesarios para maniobrar las TICs. Sin embargo, la brecha se asienta en un rasgo definitorio que va más allá: la capacidad de transformar la información en conocimiento. La alfabetización digital implica también adquirir conocimientos de búsqueda, clasificación, evaluación y presentación de la información. En un mundo virtual donde toda la información posible parece estar en nuestras manos es muy fácil reproducir discursos verosímiles. También es allí donde se generan las prácticas exclusivas y excluyentes, donde quienes tienen las capacidades educativas de discernir entre la abundancia de información se posicionan en el extremo favorable de la brecha.

Las prácticas de estilo relacionadas con las TICs son adoptadas por una elite dominante que las plantea como lo deseable. Sin embargo, esos usos exclusivos tienen correlatos excluyentes hacia quienes, por motivos económicos o de aprendizaje no acceden a ello. A su vez, el manejo de las tecnologías de la información y la comunicación configura nuevos recursos humanos adaptables a la digitalización. Capital humano que est  sujeto a las prácticas que en su entorno social se haga de las TICs: si se convive con jóvenes en edad escolar o si se usa computadora en el trabajo.

Es de esperar que este mundo inevitable, intente solucionar al menos algunas de las falencias de la Modernidad inconclusa. El desafío es trabajar para que su última apuesta no deje, como sus anteriores promesas falsas, desdichados seres humanos en los bordes de las sociedades globales.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- BAUMAN, Zygmunt (2005) * tica posmoderna*, Buenos Aires, Siglo XXI Editores Argentina.  
BAUMAN, Zygmunt (2008) *Vidas desperdiciadas. La modernidad y sus parias*, Buenos Aires, Paidós.  
BAUMAN, Zygmunt (2009) (2000) *Modernidad líquida*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.  
BOURDIEU, Pierre (2006) (1980) *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, España, Taurus.

- CABRA TORRES, Fabiola y MARCIALES VIVAS, Gloria Patricia (2009) "Nativos Digitales: ¿Ocultamiento de factores generadores de fracaso escolar?". En *Revista Iberoamericana de Educación*, Nº 50, PP. 113-130.
- CASTAÑO, Cecilia (2008) "La segunda brecha digital y las mujeres jóvenes". En CASTAÑO, Cecilia (dir.) *La segunda brecha digital*. Madrid: Cátedra.
- FORD, Aníbal (2003) *El malestar de la brecha digital*. Conferencia organizada por el Área de Comunicación de la Universidad Andina Simón Bolívar. Disponible en línea: <http://periodismoabc.files.wordpress.com/2010/02/anibal-ford.pdf>
- GARCÍA, Felipe; PORTILLO, Javier; ROMO, Jesús; BENITO, Manuel (¿?) *Nativos digitales y modelos de aprendizaje*. Universidad de País VASCO / Eukasal Herriki Unibertsitatea (UPV/EHU). Disponible en línea: <http://ftp.informatik.rwth-aachen.de/Publications/CEUR-WS/Vol-318/Garcia.pdf>
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (2002) "Jóvenes: comunicación e identidad", en *Pensar Iberoamérica*, Revista de Cultura, Número 0, febrero. Disponible en línea: <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a03.htm>
- PISCITELLI, Alejandro (2006) "Nativos e inmigrantes digitales ¿Brecha generacional, brecha cognitiva, o las dos juntas y más aún?", en *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, Enero-marzo 2006, Vol. 11, Núm. 28, Pp. 179-185.
- RAYA DIEZ, Esther (2002) "Brecha digital: Viejos problemas sociales, nuevos recursos políticos", en *1er Congreso ONLINE del Observatorio para la CiberSociedad*. Disponible en línea: <http://www.cibersociedad.net/congreso/comms/g12raya.htm>
- ROCKWELL, Elsie (2006) *La experiencia etnográfica. Historia y cultura en los procesos educativos*. Buenos Aires, Paidós.
- RODRÍGUEZ GALLARDO, Adolfo (2006) *La brecha digital y sus determinantes*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.