

LOS/AS JÓVENES Y LAS TECNOLOGÍAS SOCIALES: MITOS E INTERESES

Ángel J. Gordo López¹
Departamento de Sociología IV
UCM

Muchos mitos y prejuicios circulan frente al uso de las nuevas tecnologías y, en particular, las tecnologías sociales². Algunas personas dan por hecho que los/as niños/as y los/as jóvenes tienen habilidades innatas para su uso, obviando las brechas que se podrían producir por factores culturales o económicos. Por otro lado, hay quienes están preocupados por las horas que pasan los/las más jóvenes en el ordenador y lo que puede significar el que establezcan sus relaciones afectivas de manera virtual.

En el momento de globalización actual, bajo el signo de la nueva economía del capitalismo, el cambio tecnológico, lejos de constituir una poderosa herramienta para aminorar las desigualdades sociales, las amplifica, bien sea agrandando las brechas existentes —intergeneracionales, entre estratos sociales con distintos niveles educativos, nortes y sures— o generando otras nuevas —los alfabetizados y los analfabetos digitales—. Asimismo, el entramado socioeconómico en el que aparecen las tecnologías digitales del momento, tiende a naturalizar y homogeneizar las relaciones de los/as jóvenes y las tecnologías, en el sentido de atribuir y reconocer una sabiduría natural de los/as jóvenes para alfabetizarse en los nuevos medios, obviando las diferencias materiales y culturales (de ocio, relaciones y consumo...) que median estas relaciones, ocultando de este modo las nuevas asimetrías y estratificaciones sociales resultantes.

Afrontar estas cuestiones supone plantearse un problema sociológico más que técnico, y adoptar enfoques que combinen una comprensión sociocultural e histórica de lo tecnológico con análisis de las condiciones materiales que atraviesan en la actualidad nociones de juventud. Por ello, en la investigación en la que se basa este artículo³, nuestro objetivo era identificar los tipos ideales de relaciones, actitudes y vivencias de los/as jóvenes en relación con las nuevas tecnologías atendiendo a las variables básicas de edad y clase social, como variables estructurales, y las variables tipo y frecuencia de uso de las TIC en relación a dimensiones de ocio y trabajo. Y ello, a partir del estudio de las relaciones entre ocio, trabajo y tecnología en la vida y trayectoria de jóvenes concretos, y a través de las explicaciones individuales o en grupos de discusión de estos mismos jóvenes, sin por ello dejar de situar la comprensión de las mismas en el marco que aportan los informes especializados basados en estadísticas sociales y tendencias de mercado.

¹ Este escrito está basado en mi trabajo conjunto con Ignacio Megías, *Jóvenes y cultura Messenger: Tecnología de la información y la comunicación en la sociedad interactiva*. Madrid: FAD/INJUVE, 2006. Versión digital disponible en www.fad.es y www.injuve.mtas.es, una versión del mismo fue publicada en la Revista Docencia, 30: 32-6, diciembre 2006, Chile (en colaboración con Pilar Parra Contreras, Albert García Arnau e Ignacio Megías).

² Las aplicaciones que propician comunicaciones y usos más personales, más informales, como la mensajería instantánea, la telefonía por Internet y la creación de blogs se conocen actualmente como *software social* o *Web 2.0*.

³ A.J. Gordo López e I. Megías (2006), *opus cit.*

TECNOLOGÍA Y JUVENTUD: REPRESENTACIONES TÓPICAS

En la literatura especializada que surge desde mediados del siglo XX aparecen dos posturas bien diferenciadas: aquellas que proponen que los medios, en especial la televisión y las nuevas tecnologías de la información, han supuesto una erosión de los límites entre la infancia y la edad adulta, y aquellas otras que ven en las nuevas tecnologías un recurso de liberación para los/as adolescentes y los/as jóvenes.

La primera postura representa a los/as jóvenes con una predisposición casi natural hacia determinados medios de comunicación audiovisuales (televisión, multimedia) a diferencia de los medios en formato impreso. Estas explicaciones atribuyen a los medios de comunicación un poder e influencia singular para explotar la vulnerabilidad, desmantelar la individualidad y destruir la inocencia de los/as más jóvenes. Defienden la idea de que el medio escrito fomenta la abstracción y el pensamiento lógico. Por el contrario, la televisión y, por extensión, gran parte de los audiovisuales y multimedia posteriores, no requieren de habilidades especiales para interpretarlos, de destrezas a adquirir, lo que supone a su vez una pérdida del control de los adultos sobre el ambiente simbólico del joven así como una desviación en el tránsito a la edad adulta. Por todo ello podemos decir que este primer grupo de representaciones ofrece un escaso margen para la intervención y el cambio, reafirma una moralidad tradicional y sitúa a las personas adultas a cargo de los niños y las niñas en la obligación de ejercer un mayor control y protección sobre ellos, y a los/as más jóvenes en el papel de víctimas pasivas, objeto de control y manipulación.

Desde comienzos de los años noventa las posturas más optimistas o “integradas” ensalzan las visiones ya existentes que reconocen una sabiduría natural de los/as jóvenes para alfabetizarse en los nuevos medios. Estas visiones también consideran las nuevas tecnologías como un medio para encauzar y expresar la espontaneidad, la imaginación y la rebeldía juvenil. Buckingham (2000) alude a esta postura como la retórica de la nueva generación, generación red o *pantalleros*. Desde este otro lado del debate, la televisión se considera un medio pasivo; la televisión atonta a los usuarios, mientras que la red fomenta su inteligencia; la televisión transmite una visión unilateral del mundo, la red es democrática e interactiva. La nueva generación electrónica tiene hambre de expresión, de descubrimiento y autorrealización.

Semejante perfil está siendo cuidadosamente observado desde hace tiempo por las ciencias psicológicas y de la educación, como indica el hecho que la prestigiosa revista estadounidense *New Directions for Child and Adolescent Development* (Nuevas direcciones del desarrollo de los niños y adolescentes) dedique un número especial a estas temáticas bajo el título “Human Technogenesis: Cultural Pathways Through the Information Age” (2004, número 105). Esta línea de trabajo define tecnogénesis como “el proceso mediante el cual los humanos construyen, manipulan e interactúan con las tecnologías de la información, dando lugar a un proceso de desarrollo interactivo que de manera continuada condiciona nuestras representaciones y experiencias del mundo” (Sharman, 2004: 1718). La interacción con las tecnologías de la información —según estas posturas— conduce a la adquisición de nuevas funciones y estructuras mentales y a modos culturales y sociales diferenciados.

Este tipo de estudios consideran que la tecnogénesis condiciona el desarrollo evolutivo (ontogénesis), originando de este modo nuevas formas de comportamientos adaptativos

(el de los *pantalleros*, por ejemplo) en el marco del nuevo escenario de la evolución (el ciberespacio).

Estas posturas más optimistas o “integradas”, al igual que las visiones apocalípticas, movilizan nociones homogéneas y abstractas de infancia/juventud en su relación con la tecnología. En efecto, conectan la mitología sobre la infancia con una mitología paralela acerca de la tecnología. Los/as jóvenes se representan en posesión de un talento natural, de una creatividad espontánea, que es en cierta forma revelada a través del ordenador. Bien sea a través del televisor o del ordenador, la tecnología se presenta como agente transformador de los/as jóvenes, de sus estructuras mentales y rasgos psicológicos, de sus estilos de conocimiento y aprendizaje. Tanto los “apocalípticos” como los “integrados” recrean un determinismo tecnológico: la tecnología es la causante de todas las pérdidas (defunción de la infancia) y beneficios (liberación de la generación electrónica), independientemente de los entornos socioeconómicos, las diferencias de clase, capital cultural...

A nuestro entender la relación entre los más jóvenes y las nuevas tecnologías no puede abordarse en su debida complejidad a través de determinismos sociales o tecnológicos, o a partir de modelos homogéneos de desarrollo, en la medida que los cambios no se producen de una manera lineal ni ordenada, ni tienen el mismo efecto en los distintos grupos sociales ni dentro de cada uno de ellos. Los avances tecnológicos no pueden comprenderse al margen de las condiciones económicas, sociales y culturales que los hacen posibles al menos que, como hemos indicado, haya una serie de intereses y mitos que los vertebran. De lo contrario, corremos el riesgo de reproducir una visión interesada en resaltar las bondades de la sociedad de la información, y en el etiquetado y regulación de sus buenos y malos usos, al igual que fomentar distintas categorías de participación e inmersión en red.

TENDENCIAS GENERALES DE LAS TIC: EL FENÓMENO MESSENGER

La penetración constante de las TIC en España conforman un nuevo escenario, que puede ser extensible a otros contextos, de progresiva transición al formato digital, en especial en ámbitos tan relevantes como el ocio y la comunicación, en los que se detectan las siguientes tendencias (Fundación IDATE: 2005):

- Crecientes niveles de convergencia e interoperabilidad (aparatos con los que podrás conectarte a Internet, hablar por videoconferencia, escuchar música, ver películas...) entre tecnologías y soportes comunicacionales, con una progresiva adaptación de los contenidos en favor de mayores niveles de interactividad tecnológica y social.
- Auge masivo de la mensajería instantánea y desarrollo de las bitácoras (*blogs*), indicativo de una tendencia a la interacción directa, personalización (e individualización) de contenidos (comunicaciones).

En este contexto, uno de los medios que protagonizan la comunicación en Internet (en este caso, entre los/as jóvenes) es el Messenger, situándose a la cabeza de los canales a través de los cuales se relacionan y establecen contacto, de tal forma que ha aterrizado en el centro de los hogares y centros educativos con una creciente presencia en el ocio, la sociabilidad y la gestión de la identidad social de los/as jóvenes, encontrando a su vez correspondencias con formas emergentes de trabajo y productividad.

Del chat a la cultura messenger

¿A qué obedece el éxito de los programas de mensajería instantánea? ¿En qué medida el interés que manifiestan ahora las multinacionales, los empresarios y las administraciones por la mensajería instantánea participa de estrategias capaces de reducir las diferencias existentes entre los usos conversacionales informales y el fomento de los usos comerciales y administrativos de Internet? El análisis de las principales herramientas comunicacionales, sus relaciones y usos entre los/as jóvenes, que presentamos a continuación, puede arrojar cierta luz sobre estas interrogantes.

Los *chats* ofrecen la posibilidad de interactuar con otros usuarios conectados a salas virtuales, bien sea de manera abierta y visible (en el foro general) o bien a través de mensajes privados. La popularidad de los *chats* a lo largo de la década de los noventa es actualmente compartida con los programas de mensajería instantánea. Estos programas combinan las lógicas de los *chats* (que permiten la comunicación instantánea entre grupos de personas, de manera abierta y sin control previo) con las del correo electrónico (mensajes privados y no instantáneos). También permiten crear una lista de contactos (o agregados), saber si están conectados, además de poder entablar conversaciones simultáneas, enviar mensajes instantáneos, intercambiar archivos de texto o imágenes, ir a un *chat*, compartir aplicaciones, iniciar una conversación de vídeo u otras opciones, como aparece en el cuadro de diálogo “deseo” en la parte inferior izquierda de la siguiente imagen.

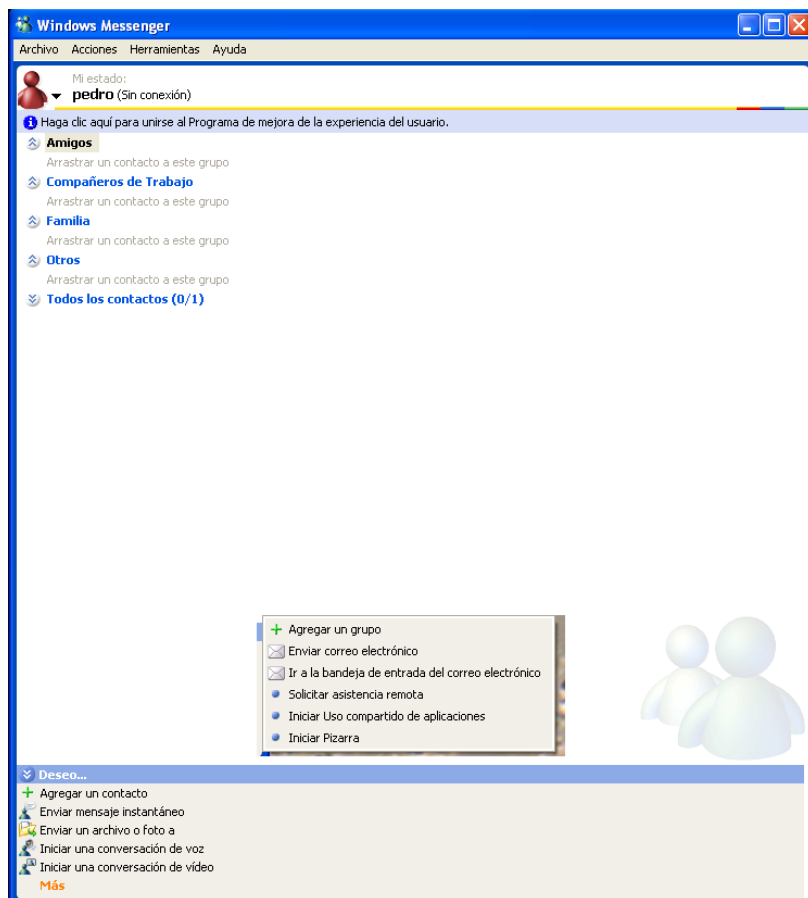


IMAGEN 1: ACCIONES POSIBLES EN EL WINDOWS MESSENGER

La mensajería instantánea de Microsoft ha integrado así, y en un único programa de fácil manejo, otras herramientas (el correo electrónico, los *chats* y los *blogs*) y servicios disponibles en Internet (intercambio de ficheros, conexiones de voz y vídeo, navegación, compartir archivos, envío de SMS, telefonía por Internet) (Jiménez y Vela, 2005). También ha hecho posible que las comunicaciones con personas desconocidas, como las que proporcionan los *chats*, queden relegadas a un segundo plano. Así pues, las relaciones que se establecen actualmente entre los *chats* y la mensajería instantánea, como las dos herramientas conversacionales más utilizadas, quedan fijadas de la siguiente forma:

- Los *chats* representarían la idea de “espacios virtuales públicos” (como una discoteca o sociedad anónima) mientras que la mensajería individualizaría las comunicaciones establecidas (fiesta privada o sociedad limitada).
- En las salas de *chats* se conoce gente cuya relación es posteriormente reforzada o desarrollada a través de la mensajería instantánea. Cuando el grado de intimidad de un *chat* es suficiente, es posible pasar al segundo nivel de confianza que proporcionaría el Messenger.

Pero las ocasiones que brinda la mensajería instantánea no se agotan en el uso que los/as jóvenes hacen en sus pautas de ocio y de relación. Al integrar y ordenar en una única plataforma la variedad de herramientas comunicacionales disponibles, la configuración técnica del Messenger también amplía su campo de acción al mundo laboral y a la administración. Encontramos así que una pauta común de las empresas del sector servicios es proporcionar a todos sus empleados una cuenta de Messenger para asegurar la comunicación en red de sus empleados al tiempo que proyecta a los clientes conectados al Messenger una imagen de continua disponibilidad, pasando así a ser cliente “agregado” de la empresa (véase imagen 2).

Las categorías de agregados que el programa ofrece por defecto —“compañeros de trabajo”, “otros”— indican cómo algunas de estas oportunidades comerciales son consideradas en el diseño y *marketing* del programa (véase imagen 1). Las administraciones locales y nacionales, por su parte, tampoco pierden el tren de la mensajería instantánea, como revela el acuerdo adoptado por la administración belga con Microsoft, “que permitirá que los/as jóvenes se identifiquen en el Messenger de MSN con el DNI digital” con el propósito de hacer más segura la navegación infantil (Reventós, 2005: 5).

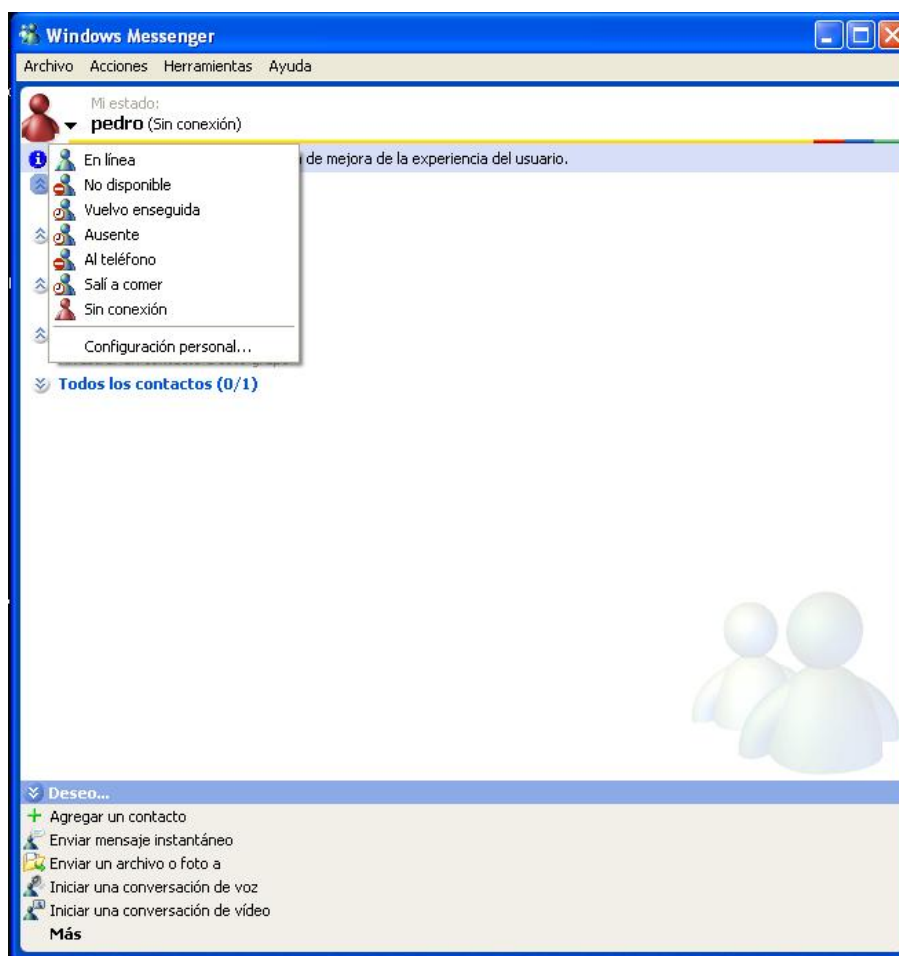


IMAGEN 2: OPCIONES DE CONEXIÓN Y DISPONIBILIDAD DEL MSN MESSENGER

REDES DE OPORTUNIDADES Y GESTION DEL YO

Las prácticas sociales relativas a la manera en que los/las jóvenes establecen su relación con sistemas como el Messenger y los *chats*, y en general las TIC, en base a la manera en que se crean y establecen nuevas pautas de relación, comunicación y sociabilidad, permite adentrarse en toda una serie de mitos de la sociedad tecnológica y de la propia relación jóvenes-TIC, como hemos indicado, así como acercarnos, a partir de la tríada ocio-trabajo-TIC, a procesos de estratificación social emergentes y a los discursos en los que estos procesos encuentran algunos de sus cimientos o supuestos centrales.

Una de estas formulaciones discursivas gira en torno a la rapidez de obtener información y la posibilidad de gestionar adecuadamente las relaciones sociales, los grupos de pertenencia y adscripción, así como administrar o “consumir” el tiempo de la mejor manera posible (en ocio, en trabajo). Internet, los teléfonos móviles, representan de esta forma la constante posibilidad de estar “conectado”, relacionado, sabiendo al instante y de manera constante qué está pasando, y dónde. Fantasía, por tanto, de un acceso constante y unos recursos infinitos al alcance permanente de la mano, alimentada además por la sensación de que, precisamente en la sociedad de la información, los

grandes medios de comunicación manipulan y sirven a los intereses de los grupos empresariales que los sustentan.

Esa visión de Internet como medio de comunicación, expresión e información con un alto componente de autonomía, construye una imagen de Internet como *lugar* en el que está todo, y para todos (los que accedan a él), por lo que será un lugar en el que *hay que estar*. Más aún por cuanto el análisis de su importancia y de sus capacidades se realiza desde el seno de una sociedad que observa el conocimiento y las aplicaciones tecnológicas no ya como el futuro, sino como el mismo presente. Esta visión relativa a la democratización de los canales de información y comunicación da por supuesto que toda aquella persona que tenga un ordenador y una conexión adecuada puede acceder al mismo tipo de información, por lo que la posibilidad de que se generen pautas de distinción cultural queda convenientemente matizada o redefinida.

No todos los/as jóvenes comparten esta visión tan democrática de las nuevas tecnologías; tampoco aceptan el hecho de que por ser adolescente/joven se tiene unas habilidades casi innatas en el uso y conocimiento de las nuevas tecnologías. En contra de la idea de la naturalización de la relación joven-tecnología, casi como si ésta fuera algo consustancial a su naturaleza, lo cierto es que los propios interesados afirman restringir su uso a aplicaciones que sólo pretenden aprovechar la posibilidad de relacionarse de otra manera con sus amigos y conocidos, o de obtener alternativas de ocio de forma fácil y económica. Más allá de tales usos, las aplicaciones académicas o escolares parecen reducirse a la ayuda que Internet brinda a la hora de realizar trabajos o “deberes”, en un ejercicio (muchas veces de “corta y pega”) que desde los docentes, pero también desde muchos jóvenes, se interpreta como, cuando menos, discutible en lo que se refiere a su validez o adecuación formativa.

Nos encontramos, por tanto, ante una serie de realidades y contradicciones que dibujan un perfil de adolescentes expertos en sacar el máximo provecho a las TIC a la hora de configurar su tiempo de ocio y de relaciones (según reconocen los propios jóvenes), al tiempo que aún parecen lejos de adentrarse en terrenos informáticos con aplicaciones de otro tipo, más centradas en la programación o en la formación.

En este sentido, muchos expertos y educadores cuestionan también el mito de la juventud tecnologizada, cuanto menos en términos de una realidad generalizable, y se muestran desorientados con la manera en que se suele incluir la formación en las nuevas tecnologías en los planes de estudios de colegios e institutos: no hay demasiados huecos para insertar contenidos, en ocasiones se intenta enseñar cosas de un nivel demasiado básico para la media, y en muchos casos (clases medias y altas) el equipamiento que tienen los alumnos en casa supera al que tienen en la escuela, motivo por el cual pierden interés (va muy lento, faltan programas...). O al contrario: jóvenes de clases bajas que no pueden aplicar en casa (por carecer de PC, o de conexión a Internet) los conocimientos impartidos en los centros educativos. Se crean, por tanto, procesos por los que se desarrollan *curricula* no oficiales, frente a los oficiales, algo que incide en determinadas brechas sociales, reforzadas además por las diferencias de clase.

La “confusión” manifiesta de docentes acerca del uso social de las TIC en el aula, la situación de “descoloque” de los padres ante un mundo tecnológico que observan desde el otro lado de la asumida brecha generacional, y la de unos gobiernos estatales y autonómicos incapaces de hacerse con las riendas del desarrollo y la educación en la

sociedad de la información, abonan el terreno para que las multinacionales tomen las riendas del cuidado y formación de los más jóvenes.

Los usos y el deber ser de las relaciones tecnosociales

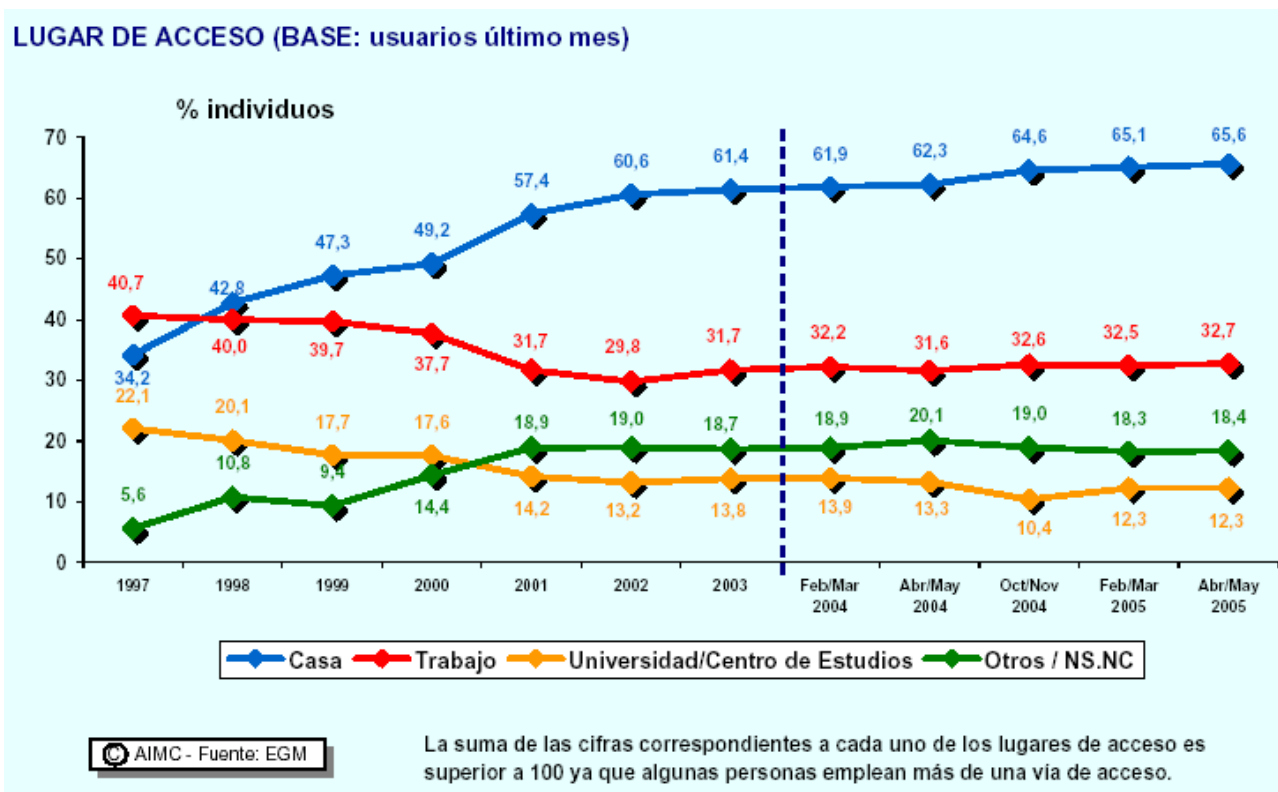
La asociación del espacio Internet (sobre todo en lo que se refiere al Messenger), como espacio de ocio y relaciones, resulta perfectamente compatible a su vez con la aceptación de que es en la calle, en los bares, con los amigos, de noche, donde un joven adolescente ha de desarrollar sus principales estrategias relacionales. Por ello, ocupar tales momentos (fines de semana por la noche) frente al ordenador, parece situación restringida a quienes tienen problemas para entablar tales relaciones, o a los denominados *freaks*, o asociales, pues carecen de otras habilidades sociales, o bien han tomado partido por una forma de relacionarse que voluntariamente se sitúa al margen de los canales habituales, a partir de los cuales se construye la realidad “física”. Todo lo que no responda a esos *malos usos*, será aceptado como una manera natural, adecuada, de ocupar el tiempo libre, entre semana o en las mañanas o tardes de los fines de semana. Entonces no importan tanto las horas que se pasen delante del ordenador.

Por otro lado, y de manera significativa, asistimos también a procesos por los que los tiempos de ocio y trabajo se entremezclan, o se redefinen, en base precisamente a la manera en que la tecnología contribuye a configurarlos. Así, atendiendo en este caso a la situación de jóvenes de mayor edad, será común que en los lugares de trabajo éstos tengan correo electrónico o Messenger, con el que podrán establecer redes internas con el resto de trabajadores, pero con el que también podrán mantener permanente contacto con amigos y conocidos del exterior, regulando de manera autónoma e independiente sus propios momentos de desconexión o descanso para hablar o entretenerse con esas personas externas al trabajo. En función de esta idea de ocio que participa del tiempo de trabajo para hacerlo más llevadero, escuchamos voces en los grupos de discusión que, partiendo de los argumentos más integrados en los procesos tecnológicos que suelen corresponder a los/as jóvenes profesionales de clases medias y ascendentes, parecen negarse a trabajar si no cuentan con esa posibilidad de conectarse al Messenger. Y en el lado contrario de tal proceso por el que se entremezclan los tiempos, tendremos el claro ejemplo de cómo el teléfono móvil ha propiciado que el trabajo ocupe en ocasiones el tiempo libre o de ocio, gracias a la posibilidad que tendrán las empresas de tener siempre localizados a sus trabajadores, aunque se encuentren fuera del teórico espacio y horario laboral.

Otro aspecto relevante es el hecho de que los/as adolescentes de clases medias y altas, principalmente, construyen todo un microcosmos con su habitación como epicentro. Lugar, dentro del hogar familiar, en el que cuentan con los medios suficientes como para no necesitar mayores recursos de entretenimiento y comunicación que no impliquen salir fuera de casa para relacionarse físicamente. Es decir, teniendo a mano (en sus propias habitaciones) el PC con Internet (en el que también pueden ver películas, jugar a videojuegos o escuchar música), teléfono móvil, equipo de música, incluso televisión y DVD, acumulan, en el reducido espacio físico de sus “cuartos”, sus necesidades de ocio y relación.

Pese a la visión generalizada de que hoy en día resulta esencial desenvolverse de manera adecuada con los ordenadores, empezando desde los centros educativos para desembocar en los entornos laborales, las opiniones de los/as más jóvenes es que utilizan fundamentalmente el ordenador desde sus casas, en sus habitaciones. “En el

instituto tengo un aula de informática, sí: pero mi auténtica relación con el PC la tengo en casa, en mi tiempo de ocio, y es para ese ocio doméstico para el que necesito el ordenador e Internet”. Esta tendencia al incremento del acceso desde el hogar se corresponde con las tendencias de los internautas españoles, y en el resto de los países de economía de mercado, como muestra el siguiente gráfico de un estudio reciente de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC).



Fuente: AIMC. Estudio General de Medios, abril-mayo 2005

GRÁFICO 1. LUGAR DE ACCESO

El aumento progresivo de un uso personalizado, y desde casa, es un proceso que hace compatible la personalización del uso de las TIC y el retorno de la familia “integrada” como base de los valores de corte liberal.

LA IMPORTANCIA DEL MESSENGER COMO ESPACIO RELACIONAL/GERENCIAL: “POR SI ACASO”

Entre las ventajas o cualidades del Messenger que destacan los/as jóvenes, encontramos en primer lugar, las que tienen que ver con la comodidad y la supresión de las distancias, pues te permite mantener conversaciones regulares con personas muy lejanas. Frente al coste que puede suponer hablar por teléfono, Internet propicia mayor frecuencia de contactos y conversaciones “sin límite” ni restricciones, por lo que el tiempo pasa a tener una medida relativa y ampliamente flexible. Sin embargo, pese a que el Messenger permite esa aparente cercanía y presencia, ese “estar” a partir del cual

puede surgir la “confianza” que generan las relaciones, conviene destacar que su uso principal no parece estar restringido, ni siquiera centrado, en las personas más íntimas, con las que se tiene más relación “en la calle” (más amistad, más confianza, más intimidad “física”), sino en otras personas, con las que se entablan relaciones distintas, que probablemente en la calle, en el cara a cara, no serían tal cual son.

Pero además de tener la capacidad de propiciar una relación “cercana” con gente que físicamente está “lejana”, el Messenger permite establecer una comunicación a la carta, en el sentido de que la propia persona la configurará a su medida, y en función de sus intereses y predisposiciones puntuales. En primer lugar, sólo agregarás a quien tú quieras, y nadie “indeseado” podrá contactar contigo. En segundo lugar, que incluso dentro de tus agregados podrás decidir, en cada instante, si quieres “aceptar” su invitación a conversar, o incluso si quieres “eliminar” a un contacto por el que ya has perdido tu interés. Gráficamente, la imagen sería la de gente que, teniendo tu dirección (y tú sólo das tu dirección a quien consideras que, quizás en alguna ocasión, te puede apetecer que te haga una visita), llama a tu puerta; entonces tú observas por la mirilla de la puerta y decides si abres o no. Todas estas posibilidades aglutinan el concepto de estar “a la espera” (al *acecho*... de oportunidades en red), frente al “ir a buscar” que supone entrar en un *chat*: teniendo el Messenger abierto incluso puedo “mostrarme” ante el resto de usuarios “ausente”, al tiempo que voy viendo cuáles de mis contactos se conectan.

Lo interesante de esta capacidad del Messenger, y del hecho de que sea una de las cosas que más destacan y agradecen sus usuarios, es que ensalza tener la posibilidad de relacionarse, de mantener contactos, sin que ello implique que quieras hacerlo en todo momento, o incluso en gran parte de los momentos. Y por ello se valora especialmente disponer de una carpeta de contactos lo más amplia posible, pues ello propicia mayores posibilidades de entablar contactos, se hagan efectivos o no. Lo importante es tener la oportunidad, o no perder oportunidades “por si acaso”, pues es la expectativa de lo inesperado la que protagoniza el horizonte de relaciones y diversión en torno al que se configura el Messenger, (“nunca se sabe a quién podré conocer, o si me puede salir una oportunidad de trabajo, o si puedo tener una experiencia verdaderamente divertida...”). Así, lo importante es la expectativa de posibles “resultados”, lo cual confiere especial importancia al hecho de acumular “por si acaso”: cuanta más gente tenga en mi lista de agregados, mayores posibilidades de que ocurra lo diferente, lo inesperado, lo divertido. Y ya tendré tiempo de ir “cribando”.

Esta posibilidad, sin duda importante respecto a la forma en que los/as jóvenes desarrollan sus procesos de socialización a través de estas herramientas conversacionales, se constituye en una de las auténticas novedades que propician las TIC, ya que con ello se redefinen algunas claves relacionales: procesos de comunicación individualizados, personalizados, “a la carta”, compatibles con las lógicas neoliberales y los procesos de individualización crecientes (Álvarez-Uría, 1998).

Más allá de las consideraciones sociales relativas a las relaciones físicas o reales (mediadas por los sentidos o “cara a cara”), Internet se constituye en un terreno de juego en el que “mis otros yos” digitales pueden ser vividos como absolutamente reales, por representar un lado auténticamente íntimo, por personal y blindado (nadie se puede meter en él, ni condicionarlo), que participa de ese juego de oportunidades (“por si acaso”). La observación de la manera en que se gestiona el yo en estos otros espacios

propicia que debemos redefinir términos como “presencia” (que no sólo dependerá de aspectos “físicos”, y será también la que determine la identidad “virtual”), “intimidad” (propiciada por la seguridad de estar identificado con un yo blindado, independientemente del interlocutor) o “confianza” (que ya no se tendrá sólo con los íntimos, en base a la desinhibición y ausencia de timidez que propicia el “anonimato” físico). Pero también resalta la importancia de valores como la “creatividad” y la “picaresca”, fundamentales a la hora de gestionar esas identidades virtuales, que en sí mismas se constituyen en activos de la comunicación por Internet (ya incitados por la configuración o interfaz de estos programas como hemos visto en el caso del Messenger) (Rendueles, 2004).

Estas observaciones sobre la autogestión y la proyección del yo a través de las TIC están constantemente puestas en relación con los planteamientos referidos a las relaciones “verdaderas”, o parámetros de la “normalidad” en lo que concierne a las interacciones entre las personas. En base a estas consideraciones, lo importante, “lo trascendente” con los conocidos ocurre en el “cara a cara”, en el contacto físico y “personal”, aunque lo íntimo, lo más nuestro, lo intocable, se desplaza paulatinamente a ser narrado y reflexionado en la interacción virtual que proporciona la cultura *messenger* con extraños, conocidos, o con aquellos “agregados” que no tienen una presencia habitual en nuestras otras vidas “reales”, o a los que no debemos ningún tipo de explicación o coherencia en el día a día.

Así, en base al planteamiento que tiene más de políticamente correcto, los usos adecuados pasarán por una progresiva criba y selección de contenidos y aplicaciones, que en ningún momento propicie la sustitución de las relaciones “verdaderas”, sino que incluya las opciones que presentan las nuevas tecnologías en el entramado de nuevas oportunidades y nuevas opciones de ocio, trabajo y relaciones.

A partir de este punto, los planteamientos más integrados en la sociedad tecnológica resaltarán la necesidad de integrar las TIC en el día a día de unas rutinas que, cada vez más, las emplean como mediación y opción *total* (“todo el ocio y todo el trabajo en mi PC”), a partir de una especialización (“mis favoritos”) muy acorde con el discurso gerencial. Por supuesto, también existirán planteamientos más críticos que tienden a realizar un análisis en clave de añoranza, en el sentido de que tecnologías originalmente creadas para la comunicación generan, precisamente, procesos de incomunicación entre las personas. En el contexto de esta teórica diferenciación entre “lo real” y “lo virtual”, la emoción se constituye en el elemento que da cuerpo a esa presencia digital que procuran herramientas conversacionales como el Messenger.

Las emociones cobran formas y significados distintos a través del *Messenger* y sus comunicaciones mediadas por ordenador. Como señala Mora (2004), estas interacciones “parecen corresponder a un punto medio que no cabría explicarse a través de ninguna de las partes de la díada ficción/realidad debido no sólo a su carácter, sino también a las condiciones en las cuales tienen lugar las interacciones en el ciberespacio”. No obstante, estos límites empiezan a ceder a medida que las comunicaciones virtuales reproducen el orden de otras formas de interacción social, proporcionando a su vez una sensación de copresencia y corporeidad.

La rutinización, las relaciones sostenidas, la asociación entre apodosos y direcciones de correo junto a la opción de visualizar imágenes de los interlocutores en un margen de la

pantalla del *Messenger*, todo ello contribuye a la asignación de una identidad y su correspondiente fijación a una imagen cada vez más corporeizada y en control (Domínguez, 2005). De este modo los rituales de comunicación con fuertes cargas emocionales ayudan a corporeizar identidades virtualizadas.

Así, la mensajería instantánea ayuda a amortiguar los contrastes entre los usos informales (de ocio, interpersonales, amorosos, etc.) y formales (administrativos, de gestión, de compra) de la red además de ser un activo importante para equiparar y fijar correspondencias progresivamente entre las identidades reales y las virtuales. Este tipo de procesos permiten a su vez empezar a solventar, por ejemplo, las preocupaciones que algunos padres, madres y educadores manifiestan sobre los usos informales del Messenger por parte de los/as jóvenes (Cueto, 2005).

Hasta el momento hemos visto cómo la mensajería instantánea incita comunicaciones personales, reforzando la dimensión individual de un yo amplificado en sus posibilidades de control y reflexión. Como apuntábamos previamente, la configuración del *Messenger* amplifica la gestión del mundo interpersonal. También lleva adscrita la participación en el mundo laboral, la clase social y, en definitiva, cambios sociales emergentes.

ESTRATIFICACIONES TECNOSOCIALES EMERGENTES: TIPOS IDEALES

La voz de los/as jóvenes de mayor edad, y su perspectiva desde la procedencia social y desde la visión que procura la incursión o cercanía con el mercado laboral, nos permite entender adecuadamente las explicaciones, expectativas y referentes de los más jóvenes en relación con las tecnologías de la información y la comunicación. En concreto veremos el modo en el que nuevos procesos de estratificación social están teniendo lugar a través de estos espacios de comunicación. Las variables clase social y el trabajo desempeñado por los/as jóvenes o sus padres, lejos de desvanecerse, toman una nueva centralidad y significado al amparo de las nuevas relaciones y tecnologías (o falta de las mismas). Así quedó patente en la tipología resultante del análisis de las declaraciones, vivencias y tipos de uso de las TIC por parte de los/as jóvenes estudiados. Esta tipología incluye los siguientes tipos ideales de usuario: los de *banda ancha* (o integrados), los de *banda estrecha*, los *ajenos* (inmigrantes o trabajadores no cualificados), los *freaks* y los *resistentes voluntarios*. Pasamos a ver las características principales de cada uno de estos tipos.

Hablamos de *banda ancha* para referirnos a las posturas que asumen la necesidad de integrar el uso y la lógica de las nuevas tecnologías en el trabajo, en el ocio y en las relaciones sociales, para no perder oportunidades ni quedarse fuera de una sociedad que, según este perfil de usuario, cada vez ofrece menos contextos de socialización e interacción (no es tan fácil conocer a gente en los bares, ni bajar al parque a relacionarse... pero podemos hacerlo a través del Messenger desde nuestras casas). Este tipo ideal, que en parte responde a las posturas integradas (generación red o pantalleros) referidas al comienzo del artículo, explotan al máximo y viven en un continuo proceso de aprendizaje e incorporación de las TIC, abogando por un uso discriminado de las mismas (“no puedes pretender que la comunicación en el messenger sea lo mismo que una conversación cara a cara”). Vivir de cara a lo tecnológico para estas posturas no supone renunciar a otros tipos de comunicación o relaciones sociales, sino integrar las “oportunidades” y recursos tecnológicos en sus vidas, ocios y trabajos. Las variables

que más discriminan en este grupo son disponer de una situación laboral estable, con trabajos cualificados y de clases medias y medias altas.

Con el término de *banda estrecha* nos referimos a planteamientos más críticos con las bondades de las nuevas tecnologías, más preocupados por restringir su aplicación y su rutinización, y centrados en la idea de “saber utilizar” las TIC como sinónimo de restringir su uso a las imperiosas necesidades que implica la inmersión en el mercado laboral, pero procurando que el mismo no sustituya procesos de relación y comunicación menos mediados tecnológicamente. Podríamos decir pues que este segundo grupo en lugar de “integrar” las TIC en su vida, las “utilizan” en función de sus necesidades puntuales, laborales o personales. Reclaman asimismo una postura más ideologizada en el uso de estas tecnologías. Este grupo de jóvenes se declaran conscientes de vivir inmersos en un momento cultural y social que prioriza la rapidez versus el buen hacer, la cantidad versus la autenticidad, en definitiva, contemplan las “utilidades” de las TIC aunque son conscientes de su uso en un contexto competitivo y en respuesta a unos valores económicos (neoliberales) en auge. Las variables que más discriminan en este segundo tipo ideal son disponer de una situación laboral precaria o con padres con trabajos no cualificados y de procedencia de clases medias bajas o clase media ascendente.

Evidentemente, estas dos categorías plantean determinadas divergencias internas, de igual forma que proyectan y contrastan la existencia de otros tipos ideales en lo que se refiere a la relación jóvenes-tecnología, en este caso representando posiciones en los límites de la frontera que determina las nuevas inclusiones/exclusiones sociales, y las nuevas marginaciones y estigmatizaciones: *inmigrantes* y adolescentes como representantes de los principales nichos de mercado en los que se fija éste para determinar sus estrategias de consumo tecnológico, en base a la asociación del mismo con la distinción y el ascenso social; “*curritos*” o “*currantes*” como las personas excluidas de la rueda de naturalización con las TIC, pues no las necesitan para su trabajo ni para sus interacciones sociales (están al otro lado de la brecha digital, pero no parecen vivirlo como un problema); *freaks* como nuevos estigmatizados sociales, en base a su aparente decantación por desarrollar la vida dentro de las TIC, rompiendo con ello toda diferenciación entre “lo real” y “lo virtual”, y obviando el principio de “integración” pero no “sustitución”; personas con carencias o dificultades relativas a las habilidades sociales necesarias para relacionarse en el plano del “cara a cara”, o impedidas por algún motivo o circunstancia, como la población que “necesita” verdaderamente la mediación de las TIC en sus procesos de socialización, y que representa los mayores beneficios del “invento” Internet; por último, los que hemos denominado como *resistentes voluntarios*, o personas que se excluyen voluntariamente de la rueda de integración tecnológica, rechazando el uso y naturalización de la misma como respuesta a lo que entienden que es un proceso de despersonalización y amplificación de la dependencia (más que del yo).

En todos los casos se acepta que la tecnología propicia brechas sociales de nuevo cuño, que procuran nuevas situaciones de diferenciación en torno a lo que podemos interpretar como analfabetismo funcional: si no te desenvuelves adecuadamente con las TIC, no estarás integrado en los actuales procesos de socialización, integración, movilidad social. Brechas que no sólo tendrán que ver con el capital tecnológico, pues resulta igualmente relevante el capital cultural que propicie los conocimientos, la predisposición y el interés frente a nuevos procesos de desarrollo, comunicación e

información. Por ello es tan importante la educación en general, no sólo la alfabetización digital, y por ello las brechas se acrecientan ante situaciones de desequilibrios formativos y curriculares.

Más allá de esta aceptación de lo que se asume como el nuevo escenario de las interacciones sociales, desde las posturas más críticas se desarrollan, en el marco que propicia la tríada ocio-trabajo-TIC, los argumentos que definen la otra cara de la moneda respecto a las ventajas de la tecnología: la velocidad, flexibilidad, movilidad e interconexión deviene en ligereza, insustancialidad y flexibilización de las dependencias. Es lo que hemos denominado como “vida en precario” (atendiendo al símil con el “trabajo precario”), por representar el lado menos amable de la mediación de las TIC en nuestra vida cotidiana: de igual forma que nos permiten acceder de forma rápida a nueva información, nos permiten optar a numerosas ofertas de trabajo, amplificar nuestra voz y nuestra proyección (personal, laboral), y mantenernos constantemente interconectados, propician que esa misma voz se diluya entre el ruido de miles de voces ligeras e intrascendentes, extienden nuestra dependencia hasta el terreno de lo personal, y nos mantienen *colgados* de determinados canales (el móvil, Internet) a la espera de eternas posibilidades, inciertas opciones, promesas.

BIBLIOGRAFÍA

- AIMC (ASOCIACION PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN) (2005). *Estudio General de Medios*, abril/mayo, 2005. Madrid: AIMC.
- ÁLVAREZ-URÍA, F. (1998). “Retórica neoliberal”, en F. Álvarez-Uría, A. G. Santesmases, J. Muguerza, J. Pastor, G. Rendueles y J. Varela (compiladores) *Neoliberalismo vs Democracia*. Madrid: La Piqueta.
- BUCKINGHAM, D. (2000). *After the death of childhood*. Cambridge: Polity Press.
- FUNDACIÓN IDATE (2005). *Digiworld2005. Los retos del mundo digital*. Madrid: Edición española elaborada por ENTER, Andrés Font (dir).
- CUETO, J. (2005). “Nos vemos en el Messenger”. *El País Semanal*, 6 de febrero, pág. 10.
- DOMÍNGUEZ, M. (2005). “Técnicas de subjetivación e interacción virtual en tiempo real. ¿Tienen algo en común Michel Foucault y los chats?”, en *Actas electrónicas del 2º Congreso online del Observatorio para la Cibersociedad*, 1-14 de noviembre de 2004 (formato CD-ROM). Madrid: Observatorio para la Cibersociedad.
- JIMÉNEZ, J. J. y VELA, C. (2005). “La transformación de la experiencia virtual a través de la mensajería instantánea”, en *Actas electrónicas del 2º Congreso online del Observatorio para la Cibersociedad*, 1-14 de noviembre de 2004 (formato CD-ROM). Madrid: Observatorio para la Cibersociedad.
- MORA, B. (2004). “Rituales de simulación y sociabilidad virtual. Una aproximación a los procesos de construcción de emociones en la Red”, <http://usuarios.lycos.es/politicaset/articulos/rituales.htm>
- RENDUELES, G. (2004). *Egolatría*. Oviedo: KRK, Fundación Benito Feijoo.
- REVENTÓS, L. (2005). “Los belgas con DNI virtual saben cuándo y para qué usa el administrador sus datos”, *Ciberp@ís*, 10 de febrero.
- SHARMAN, D. (2004). “Cultural pathways through the information age,” *New Directions for child and adolescent development*, 105: 3-24.