

(Recibido 22-02-06 / Aceptado: 17-04-06)

- Víctor Manuel Marí Sáez
Cádiz

Jóvenes, tecnologías y el lenguaje de los vínculos

Youth, technologies and the language of links

Este artículo explora los nuevos modos de relación y de interacción que se producen en la sociedad de la información, especialmente en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC). Los jóvenes, la «Generación.net», dan valor al lenguaje de los vínculos. Son ellos los que más y mejor se están apropiando de los potenciales de relación y de comunicación de tecnologías como Internet. Estas transformaciones implican oportunidades y riesgos que deben ser tenidas en cuenta por parte de educadores y comunicadores.

This paper explores the new ways of relation and interaction which are taking place into the Information Society, particularly on the use of the latest information and communication technologies (ICTs). Young people, the «Net generation», have a very good opinion of the language of links. They are taking the most of the relation and communication potentials from the new technologies such as the Internet. These present changes mean chances and risks that should be taken into account by teachers and communicators.

DESCRIPTORES/KEY WORDS

Redes, vínculos, interactividad, Internet, comunidades virtuales.
Networks, links, interactivity, the Internet, virtual communities.

1. Generación.net

Según los expertos, ya ha surgido la «Generación.net»,

la primera que está creciendo y educándose con la presencia de Internet en los principales espacios de socialización. Para Fisher (2002), ésta sería la generación que llega a la adolescencia coincidiendo con la efervescencia social de Internet. La «Generación.net» implica una adhesión al ciberespacio y a la revolución digital, dos aspectos que han modificado nuestro mundo y que acompañan al nuevo milenio.

Los estudios que se vienen publicando en los últimos tiempos sobre usos de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) entre la población

❖ Víctor Manuel Marí Sáez es profesor de la Universidad de Cádiz y miembro del CICO (Centro Iberoamericano de Comunicación Digital de Sevilla) (victor.mari@uca.es).

coinciden en destacar los mismos segmentos de edades que más y mejor se está apropiando de estas herramientas. En el caso de Internet, por ejemplo, el informe «Jóvenes, relaciones familiares y TIC» (INJUVE, 2003) considera que el retrato-robot corresponde a varones de una edad comprendida entre los 15 y los 44 años y a mujeres de 15 a 29 años. Para la Asociación de Usuarios de Internet (AUI, febrero de 2004), los internautas comprendidos entre los 14 y los 34 años representan el 62,4 % del total. Netvalue, en el estudio «Adolescentes en la Red en Europa» (2002), señala que uno de cada cinco internautas tiene una edad comprendida entre los 13 y los 19 años. Las cifras confirman la idea apuntada: aquellos segmentos de la población que están en un momento decisivo en la construcción de su identidad son quienes destacan por el uso que hacen de las TIC.

Por este motivo, en el presente artículo nos vamos a centrar en el análisis sociocultural de los usos de Internet por parte de los jóvenes. Siguiendo a Thompson (1999), creemos que el uso de los medios de comunicación implica la creación de nuevas formas de acción e interacción en la sociedad, nuevos tipos de relaciones sociales y nuevas formas de relacionarse con los otros y con uno mismo. Asistimos a un cambio en los modos de producir, consumir, pensar, vivir y relacionarse, que tiene mucho que ver con las pantallas ubicuas (Lewis, 1999) que rodean a los jóvenes: principalmente, la pantalla del ordenador, de la televisión, del móvil y de las videoconsolas.

2. El valor de los vínculos en el nuevo entorno sociocultural

En la actual sociedad de la información predominan las actividades que se organizan en forma de red. Como indica Manuel Castells, las redes constituyen la nueva morfología social de nuestras sociedades, y la difusión de su lógica de enlace modifica de forma sustancial la operación y los resultados de los procesos de producción, la experiencia, el poder y la cultura. Aunque la forma en Red de la organización social ha existido en otros tiempos y espacios, el nuevo paradigma proporciona la base material para que su expansión cale toda la estructura social.

Siguiendo a Elina Dabas (1995), hablar de redes supone dar importancia al lenguaje de los vínculos. Al valor de las interacciones, de los intercambios dinámicos que somos capaces de crear entre las personas y entre las organizaciones e instituciones sociales en las que participamos. Algunas expresiones coloquiales de los jóvenes —«hay un buen ambiente en este sitio», «hay buena química entre tú y yo»— remiten a unas

formas nuevas de sociabilidad y de comprensión del mundo en las que la calidad de los vínculos y el mundo relacional y emocional juegan un papel decisivo.

Frente a la lógica cartesiana, al pensamiento abstracto y la miopía de lo visible que predominaban en el paradigma anterior, en la sociedad-red se otorga más valor a una lógica relacional que parte de lo concreto, pero que es capaz de descubrir las conexiones ocultas que conectan a los acontecimientos y a las personas entre sí. En este nuevo contexto sociocultural en el que predomina la lógica de la Red es en el que triunfan las redes tecnológicas y sus correspondientes dispositivos comunicativos. Por ello, creemos que es fundamental que integremos, en nuestros análisis, la dimensión tecnológica y la dimensión sociocultural de las TIC: la difusión y popularización de Internet no sería tal si no coincidiese con un nuevo clima sociocultural en el que las redes y el lenguaje de los vínculos son altamente significativos.

3. En torno a la interactividad

Hablar de redes y de tecnologías supone, necesariamente, hacer referencia al término interactividad. Para Kerckhove (1999), la interactividad es, junto a la hipertextualidad y la conectividad, una de las características básicas de las TIC. Consiste, básicamente, en la relación que se establece entre la persona y el entorno digital. Este término es utilizado sistemáticamente por las empresas productoras de multimedia, como parte de unas estrategias de marketing que pretenden asociar los materiales con nuevos modelos educativos y comunicativos en los que el usuario (supuestamente) tiene un papel más activo que en los modelos tradicionales.

Ahora, en los nuevos medios de comunicación digitales, la interactividad y el hipertexto sugieren que el centro del proceso comunicativo es el usuario, y no el productor del texto. Nos dicen que ahora podemos construir nuestros propios itinerarios de exploración, navegación, comunicación y aprendizaje, gracias al descentramiento y a la estructura no lineal sobre la que se han construido los materiales multimedia y las páginas web. Es necesario, por tanto, discernir entre lo que de verdad y lo que de envoltorio publicitario y seductor hay en este concepto. Alfonso Gutiérrez (1997) ofrece una síntesis de los diferentes niveles de interactividad que puede llegar a ofrecer una producción multimedia digital. En una gradación de menor a mayor, él establece cinco modelos:

- Modelo A: característico de la enseñanza programada. Prima un modelo de comunicación unidireccional, en el que la iniciativa parte del programa multimedia.

- Modelo B: además de transmitir información, en este nivel se efectúan determinadas consultas al usuario. Éste tiene un poco más de participación que en el modelo anterior, aunque se trata de una respuesta a las instrucciones previamente marcadas por la máquina o el programa informático.

- Modelo C: propio de la enseñanza programada, donde el equipo informático es capaz de recoger y de tener en cuenta las respuestas y elecciones del usuario.

- Modelo D: son aplicaciones multimedia con diseños más abiertos que en el caso anterior, donde el ordenador no podía ajustar su respuesta a las intervenciones del usuario. En este caso, es posible moverse con mayor libertad por la información proporcionada por el sistema.

- Modelo E: el usuario no sólo navega libremente por la aplicación previamente diseñada por el creador, sino que utiliza el medio para convertirse él mismo en emisor de mensajes.

Si contrastamos los materiales multimedia y las páginas web que prometen interactividad con esta clasificación que acabamos de exponer, observamos que la mayoría de ellos se quedarían en los niveles más bajos de interactividad. En contadas ocasiones se llega al máximo nivel de participación del usuario, en el que emisor y receptor intercambian sus posiciones.

4. Ambigüedades y zonas oscuras del lenguaje de los vínculos

Al final del apartado anterior hemos comenzado a analizar críticamente algunas de las promesas de interactividad, de comunicación y de relación que prometen las nuevas tecnologías. En esa misma línea, vamos a profundizar en las ambigüedades y contradicciones que generan la sociedad-red, el lenguaje de los vínculos y las TIC, en las diversas dimensiones a las que estamos haciendo referencia: sociocultural, comunicativa y tecnológica.

No deja de ser paradójico el hecho de que la exaltación de los vínculos sociales coincida, a su vez, con la crisis y el desmoronamiento de determinadas redes sociales que permitían al individuo, en épocas anteriores, construir su proyecto de vida personal e integrarse en la sociedad. El sociólogo polaco Bauman (2002) plantea que hemos entrado en el período de la «Modernidad líquida», en el que se han derretido los sólidos

que parecían inmutables en épocas anteriores, y que permitían unir al individuo con las estructuras sociales. Se han derretido y evaporado instituciones (públicas), servicios (sociales, educativos y sanitarios gratuitos y universales) y valores (solidaridad, emancipación) sobre los que se había construido la convivencia social durante décadas en las sociedades avanzadas.

Por un lado, el nuevo entorno sociocultural fomenta el lenguaje de los vínculos, el valor de las relaciones e interacciones, cara a cara, y mediadas tecnológicamente. Pero, por otro lado, en esta misma sociedad se cortan otros vínculos que permiten el desarrollo personal y colectivo. Como apunta Richard Sennett (2000), las consecuencias personales del nuevo capitalismo flexible conducen a la corrosión del carácter, entendido como la apuesta a largo plazo por construir relaciones estables: «Nada a largo plazo es el principio que corroe la confianza, la lealtad y el compromiso

La Red no sólo plantea una comunicación para transmitir, sino que también contempla una comunicación para relacionarse. Potenciar el lenguaje de los vínculos en nuestras prácticas educativas y comunicativas supone aprovechar lo mejor del nuevo contexto sociocultural para construir redes que dan libertad.

mutuos... Las condiciones de la nueva economía se alimentan de una experiencia que va a la deriva en el tiempo, de un lugar a otro lugar, de un empleo a otro... El capitalismo a corto plazo amenaza con corroer el carácter, en especial aquellos aspectos que unen a los seres humanos entre sí y brindan a cada uno de ellos la sensación de un yo sostenible» (Sennett, 2000: 22-25).

Desde esta perspectiva, habría que releer críticamente el modelo de sociabilidad que subyace a las comunidades virtuales y a los chats, que tanta aceptación tienen entre los internautas. ¿Qué tipo de relaciones y qué modelo de comunidad está presente en esos espacios comunicativos? Sin negar sus utilidades y aportaciones válidas para el desarrollo social y educativo, creemos, siguiendo a Wolton (2000), que detrás de muchas de estas propuestas comunicativas hay un modelo cultural fuertemente individualista, que deja de lado la cuestión de la alteridad, de la relación y convivencia con «los otros que no se parecen a mí». En el

ciberspacio y en la sociedad-red hay lugares en los que relacionarse con los iguales, pero faltan mediaciones desde las que gestionar creativamente las diferencias. Y una sociedad que no se plantea estrategias de relación y de comunicación con los diferentes y con los excluidos acaba reforzando las brechas y divisorias, tanto las estructurales como las digitales.

Finalmente, en el plano tecnológico, habría que preguntarse si la cuestión de la interactividad conduce a mayores niveles de democracia. Para Michel Sènechal (1995), existen dos concepciones posibles de la interactividad. Una, en la que los usuarios de la comunicación permanecen cautivos dentro de un universo comercial prefabricado. Y otra, al servicio de un proyecto de reapropiación crítica de los medios, basada en la reciprocidad y en altos grados de participación de los usuarios en el proceso de comunicación. Además, habría que plantearse la participación de la ciudadanía no sólo en los productos multimedia y en el ciberespacio; en nuestros días, es fundamental retomar la participación de la población en los asuntos generales de interés público relacionados con la cultura, con la economía y con la política. No tendría mucho sentido, desde una perspectiva transformadora, educar en la participación mediática y comunicativa sin plantearse, a la vez, una participación en la sociedad.

5. Estrategias

Los retos que plantea el nuevo entorno sociocultural deberían llevarnos a diseñar unas estrategias educativas y sociales que aprovechen lo mejor del nuevo contexto y que reduzcan las contradicciones y limitaciones que existen. Creemos, en primer lugar, que sería provechoso incorporar el lenguaje de los vínculos y el valor de las relaciones a las prácticas educativas y comunicativas en las que estamos inmersos. Fomentar la lógica de la Red y la construcción de redes sociales y comunicativas que rompan con los modelos jerárquicos, verticales y unidireccionales que tanto predominan en nuestras sociedades y espacios educativos.

En segundo lugar, haría falta aprovechar el potencial interactivo que tienen las TIC. Llegar hasta los máximos niveles de interactividad, porque de esta manera demostraremos, en la práctica, que la interactividad está estrechamente unida a una concepción de democracia que pretende ofrecer los máximos niveles de participación a las personas involucradas en los procesos comunicativos.

En tercer lugar, hace falta revisar los modelos de comunidad y de sociabilidad que predominan en In-

ternet, con el fin de favorecer la inclusión del otro, del diferente, del excluido. Siguiendo a García Canclini (2005), habría que preocuparse, conjuntamente, por los diferentes, los desiguales y los desconectados. Las diferencias de identidades, de posición socioeconómica y de integración tecnológica tienen que responderse conjuntamente para evitar reduccionismos: «¿Quiénes son los diferentes, los desiguales y los desconectados? A veces son los mismos. Ésa fue la principal motivación para trabajar juntos los tres términos y las teorías que los sostienen... Pensar juntas estas tres condiciones de diferencia, desigualdad y desconexión me parece básico para avanzar en cualquier pensamiento y transformación de lo social».

Como señalan Sánchez y Aguaded (2002) en las conclusiones de su investigación «Internet y los jóvenes», la Red no sólo plantea una comunicación para transmitir, sino que también contempla una comunicación para relacionarse. Potenciar el lenguaje de los vínculos en nuestras prácticas educativas y comunicativas supone aprovechar lo mejor del nuevo contexto sociocultural para construir redes que dan libertad.

Referencias

- ALFIERI, C. (2005): «Todos nos hemos globalizado» (Entrevista a Néstor García Canclini), en *Revista de Occidente*, 294; 127-153. [Sobre el libro de GARCÍA CANCLINI, N. (2004): *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Barcelona, Gedisa].
- BAUMAN, Z. (2002): *Modernidad líquida*. México, Fondo de Cultura Económica.
- DABAS, E. y NAJMANOVICH, D. (Comps.) (1995): *Redes. El lenguaje de los vínculos. Hacia el fortalecimiento de la sociedad civil*. Buenos Aires, Paidós.
- FISHER, H. (2002): *El choque digital*. Buenos Aires, Edutref.
- GUTIERREZ, A. (1997): *Educación multimedia y nuevas tecnologías*. Madrid, De la Torre.
- KERCKHOVE, D. (1999): *Inteligencias en conexión*. Barcelona, Gedisa.
- LEWIS, D. (1999): *La pantalla ubicua*. Buenos Aires, La Crujía.
- LORENTE, S.; BERNETE, F. y BECERRIL, D. (2003): *Jóvenes, relaciones familiares y TIC*. Madrid, INJUVE.
- MARÍ, V.M. (1999): *Globalización, nuevas tecnologías y comunicación*. Madrid, La Torre.
- MARÍ, V.M. (Coord.) (2004): *La Red es de todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la Red*. Madrid, Popular.
- SÁNCHEZ, M. y AGUADED, I. (2002): *Internet y los jóvenes*. Granada-Huelva, Grupo Comunicar.
- SENECAL, M. (1995): «¿La interactividad conduce a la democracia?», en *El Correo de la Unesco*, 48; 16-18.
- SENNETT, R. (2000): *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona, Anagrama.
- THOMPSON, J.B. (1999): *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós.
- WOLTON, D. (2000): *Sobrevivir a Internet*. Barcelona, Gedisa.