

**Los jóvenes y las tecnologías
de la comunicación y de la información.
Hacia una etnografía de los entornos mediáticos**

*Luciano Elizalde**

Resumen: *El trabajo parte del supuesto de que los medios de comunicación crean un ambiente o un entorno tecnológico más o menos apromblemático para las personas sociales. De acuerdo con esto, el objetivo del estudio es describir y explicar la estructura y el proceso de transformación del ambiente tecnológico desde el punto de vista de los mismos usuarios. El trabajo se ha realizado sobre la base de entrevistas en profundidad realizadas a jóvenes (entre 18 y 25 años de edad). De las entrevistas se han obtenido narraciones que describen, explican y evalúan las relaciones de los jóvenes —la de sus parientes y amigos— con las tecnologías de la comunicación. En definitiva, el análisis de las narraciones de los jóvenes usuarios permite comprender cómo perciben la estructura y la transformación de los medios tradicionales y de los nuevos medios como si fueran ambientes o entornos tecnológicos.*

Abstract: *Beginning with the assumption that the mass media creates a technological environment which proves to be more or less unpro-*

* Doctor en Ciencias de la Información y Maestro en Ciencias Sociales. Profesor de Sociología de la Comunicación en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Austral (Buenos Aires, Argentina). Becario Investigador en el CEIL-CONICET (Comisión Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina)

blematic for the members of society, the aim of this study is to describe and explain both the structure of this technological environment and the process of transformation which it has undergone, as seen from the point of view of the users themselves. This paper has been based on the information obtained from in-depth interviews carried out with young people (18 to 25 years of age); interviews that have given rise to accounts which describe, explain and evaluate young people's relationship (and that of their relatives and friends) with communication technology. In short, the analysis of the young people's comments helps us to understand how they perceive the structure and the transformation of the traditional and new media as if they were technological environments.

Introducción

El presente trabajo está orientado a tratar las relaciones entre las tecnologías de la comunicación y sus usuarios. Más específicamente, se pretende entender la estructura de relaciones sociales que los jóvenes establecen y llevan adelante con las tecnologías de la comunicación y de la información.

El trasfondo de este problema está definido por los cambios dados en Argentina en los últimos diez años. Estos cambios han sido fundamentales para la infraestructura de la información y de la comunicación. El proceso de privatización de las empresas estatales de telefonía y de televisión (Dromi, 1991), junto con el desarrollo y expansión de la televisión por cable y el proceso de apertura económica general del país —que permite el abaratamiento de los productos electrónicos, de telecomunicaciones e informáticos— han desarrollado condiciones muy diferentes a las existentes en la década de los ochenta.

1. Problema

Pero muy poco o nada de las relaciones entre las tecnologías y las personas sociales se puede conocer si intentamos deducir a partir de estos cambios estructurales las consecuencias y efectos en uno y en otro lado. Y esto no se logra hacer porque el problema que aquí se plantea es el de qué experiencias subjetivas y sociales se desarrollan en

relación con la transición entre tecnologías de la comunicación tradicionales y los nuevos medios digitales. El discurso de presentación que la prensa especializada y que la publicidad hace de las nuevas tecnologías, si bien sirve para explicar cuáles son las tecnologías que los usuarios tienen a su alcance, no es suficiente para entender cómo experimentan las personas sociales con las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

2. Marco teórico

2.1 De la infraestructura de la información al entorno mediático

El concepto más importante para definir previo a todo avance es el de entorno mediático. Se considera entorno mediático al conjunto de las tecnologías de la información y de la comunicación, sean éstas definidas como medios tradicionales¹ o como nuevos medios², que se encuentran al alcance de las personas sociales y que son usadas habitualmente por éstas con diferentes fines. Este conjunto de tecnologías de la información que conforman el entorno mediático influyen y condicionan en el entendimiento que los usuarios tienen del mundo y en las relaciones que establecen con él. Hablar de entorno implica considerar la idea de nicho ecológico, es decir, de un ambiente que desarrolla relaciones equilibradas y más o menos 'naturales' con las personas sociales; éstas establecen con sus contextos sociales y culturales —compuestos por otras personas sociales y por objetos que no son personas humanas— relaciones que se convierten en hábitos y que modifican tanto a las personas como a sus entornos.

La configuración del entorno mediático depende tanto de las acciones de las personas sociales como de la infraestructura de la información que tiene una sociedad globalmente considerada (Dertouzos, 1997). La infraestructura de la información es el conjunto de vectores tecnológicos que son partes fundamentales para el funcionamiento del "mercado de la información" en la sociedad actual: telecomunicaciones, software, hardware y medios de comunicación, es decir, industria de los contenidos. Pero el desarrollo del entorno mediático, sus consecuencias, sus relaciones con los usuarios, los usos que éstos les dan, no están necesariamente determinados por el grado

de complejidad y de expansión de la infraestructura de la información. De la misma forma que sería un error olvidar las influencias que el desarrollo de la infraestructura de la información tiene sobre las relaciones cotidianas de la gente y la tecnología, también es un grave error generalizar y concluir a priori que su influencia implica 'determinación' directa. Esto significa que no es aconsejable 'deducir' consecuencias y efectos de las tecnologías sobre las personas sociales y sus contextos solamente mediante el estudio de la infraestructura de la información. Las relaciones entre los usuarios y las tecnologías no están determinadas por el desarrollo de la infraestructura de la información, aunque sí condicionadas por éste.

Patrones de distanciamiento

La base teórica de estos patrones está configurada a partir de ideas de Habermas (1989a, 1989b), de Berne (1991) y de Elias (1995), y se consideran presupuestos para el análisis, es decir, no se pretenden probar, sino que se usan como marcos subyacentes que explican la realidad social.

Las personas sociales —en este caso los jóvenes— interactúan cotidianamente con un entorno mediático, es decir, con un conjunto de tecnologías de la comunicación y de la información, que les resulta más o menos aporreado. Estas interacciones no están fuera de las dimensiones ontológicas que conforman la realidad social y las relaciones de las personas con esta realidad. De la misma manera que sucede con una relación entre personas sociales, las relaciones entre las personas sociales y las tecnologías se establecen dentro de patrones de distanciamiento. Éstos son un conjunto de relaciones sociales que se distinguen por la dimensión ontológica en la que se presentan y que pautan el acercamiento o el alejamiento relativo de las personas hacia determinados objetos sociales. El alejamiento relativo y el acercamiento relativo no sólo son de tipo espacial o temporal, es decir, físico-corporal. Son también de orden semántico, cultural, económico, normativo, valorativo, emocional, racional, atencional, perceptivo, etc. Es decir, cubre todos los aspectos por los que una persona puede alejarse de o acercarse a un objeto social. Y por eso, las relaciones de acercamiento alejamiento relativos se puede describir y explicar por medio de siguientes patrones de distanciamiento:

(a) Patrones materiales de distanciamiento (factores económicos, infraestructura tecnológica y objetos físicos, artificiales y naturales, del mundo con que se relacionan las personas. Todos pertenecen al mundo externo objetivo).

(b) Patrones culturales de distanciamiento (saberes culturales que acercan o alejan a las personas de determinadas situaciones sociales. Mundo externo objetivo).

(c) Patrones sociales de distanciamiento (valores, normas y reglas sociales, contextos sociales y ámbitos sociales como el trabajo o el ocio que definen rutinas espacio-temporales. Mundo externo social).

(d) Patrones psíquicos de distanciamiento (elementos y factores subjetivos relacionados con sentimientos, percepciones, pensamientos al que llega sólo la propia persona. Mundo interno subjetivo).

(e) Patrones corporales de distanciamiento (aspectos relacionados con el cuerpo de la persona y que condicionan las relaciones sociales, como la satisfacción de necesidades primarias, hambre, sed, sueño. Mundo interno subjetivo).

En definitiva, el uso de estos patrones como presupuestos teóricos permite dos posiciones importantes para el estudio: una epistemológica-metodológica y otra teórica. La primera se relaciona con la posibilidad de conjugar un punto de vista objetivo con uno subjetivo. En cada patrón de distanciamiento existe la posibilidad de observar las estructuras que regulan o reglamentan al sujeto; y al mismo tiempo, es posible comprender las relaciones que establece el sujeto-agente, sus percepciones, los significados que pone en juego, sus acciones y sentimientos (Habermas 1989a, Giddens, 1995). En segundo lugar, el uso de los patrones de distanciamiento permite tratar el problema de las relaciones de las tecnologías y las personas sociales como una cuestión de relaciones sociales. El concepto de relaciones sociales es central porque permite salir de la lógica de las determinaciones lineales para entrar en la lógica de la doble determinación (Bourdieu, 1988).

Medios de comunicación

Las tecnologías importan en este estudio en tanto y en cuanto sean parte de lo que se puede llamar un medio de comunicación. Se consideran aquí, en primer lugar, a todas las tecnologías de la comunica-

ción y de la información (aparatos de televisión, computadoras, video casetera, conexiones on line, Internet, walkman, radios, soportes de papel, discos, discos compactos, etc.) que tienen algún tipo de relación permanente con organizaciones productoras y distribuidoras de contenidos (canales de televisión de cable y de televisión abierta, prensa, radio, industria discográfica, editorial, cine, etc.). Pero al mismo tiempo, se considera que los medios de comunicación también son: los textos que producen y distribuyen, los contenidos, las personas que aparecen públicamente en ellos, las formas estéticas y técnicas que muestran al público y sus estructuras de recepción institucionalizadas.

2.1 Metodología

Los datos empíricos se han tomado de noventa (90) entrevistas en profundidad realizadas a jóvenes —entre 18 y 26 años— residentes en Buenos Aires y en el Gran Buenos Aires, en dos momentos distintos: entre 1995 y 1996 primero, y en 1997 después. Las entrevistas realizadas apuntaban a comprender las relaciones estructurales entre los jóvenes y los medios de comunicación en el marco de su vida cotidiana.

Las entrevistas realizadas se orientaban a comprender los espacios, tiempos, valoraciones, relaciones e interacciones que las personas desarrollan alrededor de los medios de comunicación, según la definición anterior. El análisis de las entrevistas tuvo en cuenta la perspectiva etnográfica, es decir, tratar de comprender mediante una "descripción densa" (Geertz) las relaciones cotidianas entre los jóvenes y las tecnologías de la comunicación que se encuentran a su alrededor.

La muestra

La muestra se consiguió por medio de la metodología de Glaser y Strauss (1967): la muestra por saturación teórica. De acuerdo con lo que antes se definió como el tema de la investigación, se comenzó a buscar, desde el primer entrevistado —que sólo se limitó a que sea joven y de un nivel económico medio alto— narraciones de sus experiencias subjetivas y sociales sobre los medios de comunicación con los que mantiene relaciones cotidianas.

3. Relaciones sociales, identidades y percepciones de los usuarios y de los receptores de los medios sobre las tecnologías de la comunicación

A continuación se mostrará el análisis de las relaciones de los jóvenes con su entorno mediático. La mayoría de las categorías que se presentarán son categorías introducidas por los mismos entrevistados en cuanto a la centralidad que han manifestado y a sus manifestaciones evaluadoras.

3.1 Entorno fragmentado de los medios tradicionales y nuevos medios. Experiencias subjetivas ante las tecnologías mediáticas

Centralidad de la televisión

La televisión es el medio que está en el centro del sistema mediático de estos jóvenes. Esto significa que, aunque en sus respectivas casas es un hábito comprar el diario —en algunos casos más de uno—, la televisión es el medio que mayor tiempo monopoliza y mayor atención les 'solicita' a los jóvenes. En este sentido, la radio no puede competir con la televisión porque funciona como un medio de recepción de fondo y no de figura.

Tanta es la centralidad de la televisión, que hay algunos jóvenes que perciben su relación con la televisión como una relación adictiva. Sin embargo, en sentido estricto más que una adicción es un hábito profundamente arraigado en las pautas culturales y sociales de la persona. Esto se puede asociar con la cotidianeidad que tienen los medios y especialmente la televisión: que se utiliza diariamente, algunas horas por día, es fácil que genere algún grado de dependencia emocional, lo cual puede terminar en decaimiento y sensación de depresión cuando se abandona la exposición o cuando se toma conciencia de lo que se consiguió con ella.

En definitiva, la tecnología central en el hogar es la televisión. Son excepcionales los hogares de entrevistados que no tengan suscripción a TV cable. Todos tienen video casetera y un aparato de CD.

En todas las casas existe más de un televisor y se alquilan videos los fines de semana.

La televisión como objeto doméstico

Esta idea está muy presente en los trabajos de Roger Silverstone (1996): la televisión entra realmente en el hogar en la medida en que es "domesticada", es decir, en la medida en que se la acondiciona como objeto funcional en el hogar, en sus espacios y en sus tiempos.

En todos los hogares de los jóvenes entrevistados existen varios aparatos de televisión. Los espacios y tiempos en los que estos aparatos se hacen funcionar dependen de varios factores. Por un lado, de ciertos patrones materiales de distanciamiento: quién puede comprar un televisor y quién puede pagar la suscripción del cable en la casa. Estos elementos dentro de los patrones materiales alejan o acercan a los jóvenes de la televisión. Y sobre todo, generan un distanciamiento relativo de la posibilidad de una mayor o menor oferta televisiva familiar para exponerse al medio. Cuando un joven puede comprar un televisor, seguramente le dará —dentro de esta categoría socioeconómica de entrevistados— un uso privado, reservándolo para sus espacios y tiempos. Esto es posible porque este aparato de televisión no será el central, al que se expone toda la familia.

Otro factor que influye en la cuestión de la domesticación de la televisión, es el tiempo social (Elias, 1989) de la casa. Las rutinas diarias, las divisiones de tareas y situaciones cotidianas están definidas de formas bastante diferentes en cada grupo familiar y los jóvenes muestran dependencias, aceptadas o no, con respecto a estas rutinas. Contrariamente a lo que el sentido común nos puede decir, los jóvenes se quejan de que en el horario de la comida —principalmente, a la noche— el padre —sobre todo— mire algún programa de televisión que al resto de la familia no le interesa y que dicha situación no les permite conversar tranquilamente. Estos jóvenes ven a la televisión como un objeto de distorsión y de desequilibrio de las relaciones familiares en ese momento. La segunda forma de exponerse a la televisión como objeto domesticado es el uso de la televisión como un "ruido de fondo". Esto además tiene implicaciones sobre las recepción por-

que este tipo de hábito deriva en que algunos jóvenes, en ocasiones diferentes, usen a la televisión como fondo de otra actividad principal (figura) que están desarrollando.

En tercer lugar, están quienes respetan completamente la regla instituida en la casa: no se mira televisión cuando la familia se reúne para comer. Esto también es un hábito y se respeta ampliamente, sobre todo en aquellas casas organizadas con parámetros más tradicionales, en la que los roles del padre y de la madre son fuertes, y en las que el padre es quien se encarga del sustento material de todos.

Nuevas tecnologías del audiovisual: video y TV cable

Las nuevas tecnologías más usadas son la TV cable y el video. Son las nuevas tecnologías domesticadas. Carla, por ejemplo, dice algo interesante sobre esta tecnología unificada con la televisión: "*Vivimos grabando programas. Cada una tiene su video. Y no se tocan. O sea, si tenés un lugar para grabar y nos interesa a las dos, en ese caso sí, y no lo borramos hasta que no lo vemos las dos*"⁴. El aparato de video, sea sólo reproductor de películas que se alquilan o sea usado para grabar programas que se presentan en televisión, es una tecnología muy usada por los jóvenes. En el caso de Carla y de su hermana, mantienen con el video, como tecnología domesticada, relaciones de acercamiento material (compran videos), de acercamiento cultural (deporte, películas) y social (utilizan mucho tiempo en grabar y mirar).

Se han adaptado a los requerimientos cotidianos del hogar: grabar cuando hay algo importante o alquilar en el video club. Es común que los videos sean una razón para juntarse con amigos. El video —en complementación con el video club— es uno de los aparatos más usados en el hogar para el entretenimiento familiar. Federico, que tiene 22 años y es estudiante de derecho, narra lo que sucede en su casa:

"(...) los domingos, aunque yo no estoy, por lo general, en casa, sé que alquilan video ... como está la abuela ... sé que a veces alquilan. Y lo ven todos juntos, pero ni idea qué cosa alquilan ni cada cuanto lo hacen porque yo rara vez estoy con ellos. El que más alquila es mi hermano más chico. Mi her-

*mano más grande alquila como yo para ver con la novia cuando no tienen un programa divertido o están cansados y hacen de ese su programa. Pero mi hermano más chico debe alquilar dos o tres veces por semana*⁵.

Alrededor del video y del televisor se producen situaciones de exposición que dependen directamente de: el grado de domesticación de estas tecnologías, de su funcionalidad en el hogar y del grado de facilidad con que pueden acercarse las personas —y estos medios acercar— a determinados saberes culturales —cine de estreno, por ejemplo— que, no hace mucho, se encontraban alejados por razones sociales y económicas.

En definitiva, el video poco a poco se ha ido adhiriendo al aparato de televisor cumpliendo una función básica de entretenimiento familiar, entre amigos, con la pareja y de forma individual.

3.2 El entorno en transición: las nuevas tecnologías digitales en el entorno de los jóvenes argentinos

Patrones materiales: ingresos económicos y tipos de tecnologías en el hogar

Los últimos dos años han sido fundamentales en Argentina para que los receptores duros se transformen en usuarios duros⁶ de las nuevas tecnologías. Entre los jóvenes entrevistados hay un caso muy interesante porque puede ser transformado en el tipo ideal de lo que está pasando de manera menos definida en otros. Ariel⁷ tiene 23 años. Estudia en la universidad la carrera de diseñador gráfico. Si bien no le interesa demasiado el estudio formal, sí está altamente motivado para desarrollar actividades literarias, artísticas e intelectuales en general. Tiene una relación 'natural' de acercamiento con su entorno mediático desde varios patrones de distanciamiento. Por ejemplo, no tiene ningún problema de tipo económico que le impida relacionarse con los medios. En la primera entrevista —finales de 1995— narraba que, luego de sus salidas nocturnas los fines de semana, compraba la revista *Time* o la *Rolling Stone* antes de irse a dormir, o que gastaba dinero que le daba su padre en discos compactos, en videos o en

revistas nacionales. Durante esa entrevista, Ariel no hace ninguna referencia directa sobre el uso o el acercamiento habitual a algún nuevo medio digital, exceptuando los CD, el video y la televisión por cable.

En 1995 estos tres medios no son nada extraños para la clase media argentina. Si bien existen diferencias de distanciamiento, en general, los jóvenes tienden a un acercamiento relativo hacia las tecnologías relacionadas con el video, los CDs y la televisión por cable. Sin embargo, en 1995, para la mayoría de los jóvenes, incluso para los que materialmente podrían estar cerca de las tecnologías digitales (computadoras, Internet, e-mail, etc.) éstas no son parte del 'paisaje' que tienen a su alrededor, es decir, en definitiva, no las consideran parte de su entorno mediático. En el caso de Ariel, su acercamiento al entorno mediático —formado por medios tradicionales (revistas, radio, televisión abierta, cine) y algunos nuevos medios (video, CDs y TV cable)— está condicionado por el gasto de dinero que puede hacer en ellos. Estos gastos de dinero, en el caso de Ariel, dependen de la economía de su familia, en tanto y en cuanto él depende económicamente de su padre. Pero esto no puede hacer que se desconsidere el hecho de la decisión de compra y de gasto de dinero en medios asumida por el mismo Ariel: pudiendo elegir cualquier otra clase de objetos para consumir, dentro de los límites de su presupuesto, él gasta dinero en medios.

Este acercamiento material de Ariel al entorno mediático continúa en 1998. Sólo que ahora ha cambiado la composición del entorno mediático y se han modificado las relaciones que Ariel establece tanto con los nuevos medios recientemente incorporados al entorno como con los que ya estaban antes. Hay dos acciones que definen las relaciones entre él y el nuevo entorno mediático: por un lado, el acercamiento al desarrollo de las tecnologías como infraestructuras de la sociedad argentina, por su abaratamiento y por su mejor promoción social, por estar dentro de las posibilidades sociales de consumo; por otro lado, la segunda acción que termina definiendo la relación con las tecnologías es el acercamiento relativo de Ariel hacia las tecnologías. Las relaciones con las tecnologías son algo que se debe entender como un proceso de doble determinación: desde la infraestructura de la información hacia la vida social de las personas y desde las situaciones definidas por el mundo social de las personas hacia la infraestructura de la información.

Este doble proceso de determinación crea, en cada momento histórico, un entorno mediático. Entorno mediático que es diferente para cada grupo social, cultural y económico; y que es el resultado de las posibilidades y condiciones abiertas por el desarrollo de las tecnologías en un macronivel, pero que termina definido por un conjunto de patrones de distanciamiento (acercamiento-alejamiento) que las personas realizan, de acuerdo con sus posibilidades económicas, con sus intereses en saberes culturales, con las normas y valores sociales que consideran legítimos y con algunas determinaciones de tipo personal, relacionadas con su psiquis y con su cuerpo.

En 1998, Ariel define su entorno mediático como algo bastante diferente a lo que había definido en 1995. Sus patrones de relación hacia los medios son análogos, con la diferencia que ahora es un usuario duro de computadoras y de Internet. Ambas cosas son parte de su vida cotidiana. Ambas tecnologías están relacionadas directamente con su casa, tanto sea desde el punto de vista económico como por los efectos positivos de su contexto social y de los saberes culturales que ahí se legitiman.

Ariel es un mediático. Tenía incorporada toda la cultura mediática —conocimiento sobre medios, textos y personas, hábitos, forma de pensar— definida por los mass media y ahora ha entrado completamente en la cultura digital o del ciberespacio. Navega por Internet varias horas por día; entra a chats y conversa con amigos que viven en el extranjero. Se comunica con la gente más por e-mail que directamente. O también, luego de pasar casi todo el día con un compañero de facultad, se “encuentran” —durante la noche— para conversar dentro de un chat.

En general, si bien los ingresos familiares condicionan el tipo de tecnologías y de medios de comunicación que se utilizan en el hogar, no existe, sin embargo, una correlación directa entre ingresos altos en el hogar o de la persona y un tipo de consumo y de utilización de tecnología digital. Se podría decir, de acuerdo con las biografías de los jóvenes que se analizaron, que los patrones materiales de distanciamiento condicionan pero no determinan la adquisición de ciertas tecnologías y de algunos servicios que traen estas tecnologías. Muchos jóvenes que, de acuerdo con los ingresos de sus padres, podrí-

an tener Internet o computadoras, no las tienen. Llegar a entender en profundidad las causas de por qué no acceden a la tecnología teniendo oportunidades materiales para hacerlo, es un problema bastante complicado. Aquí se deben conjugar relaciones de alejamiento-acercamiento (distanciamiento) que dependen de otros patrones: culturales, sociales, individuales (psíquicos o corporales). Las diferencias de definición de entornos mediáticos, por ejemplo, entre Ariel (considerado un caso especial, un tipo ideal de usuario en transición con su entorno mediático) y otros jóvenes de sus mismas capacidades económicas no están precisamente ni en la posibilidad de acceso a las tecnologías digitales ni en sus capacidades económicas. El problema es comprender el conjunto de relaciones que se establecen con el entorno mediático y la lógica básica de estas relaciones. Por eso es central entender la manera en que los patrones de distanciamiento se conjugaran para producir alejamiento o acercamiento a las tecnologías.

La computadora

Alrededor de la computadora u ordenador se está dando lentamente un cambio de funciones y de usos. La computadora, dentro del entorno mediático definido básicamente por los medios tradicionales, cumple una función de instrumento de trabajo, de cálculo y de ayuda para realizar algunas tareas. Muy pocos utilizan la computadora para tareas de ocio complejo (escribir o leer, hacer música, usar juegos de complejidad como el ajedrez). La computadora no es un objeto con la funcionalidad de la televisión: todavía no ha sido domesticado. Mercedes⁸ (20 años de edad, estudiante de educación física) tiene un hermano que estudia cine y es fanático del video. En su casa, se habla bastante de medios y del contenido de los medios, pero cuando se llega a las nuevas tecnologías se percibe su alejamiento, dice:

“En casa hay radios en todos lados: en el escritorio, en el cuarto de mis viejos, en el de mi hermano y en el mío. También en la cocina y en el cuarto de la computadora. En realidad es el cuarto de servicio que lo arreglamos para poner la computadora ahí.”

El alejamiento social de la computadora —está apartada de los lugares centrales de la casa— se origina en el alejamiento cultural. Está

en una habitación que era para el personal de servicio y que después debe haber servido para guardar cosas que no se usan mucho. La ubicación espacial de la tecnología dice bastante sobre el uso dado y sobre la importancia social y cultural de la misma.

Contrario a Mercedes es el caso de Rafael⁹. Tiene 22 años y estudia economía en una universidad privada bastante exclusiva. Rafael tiene dos computadoras en su casa. Las dos en su dormitorio y ambas conectadas a Internet. Es un caso excepcional dentro de los entrevistados, ya que hace un uso intensivo de la computadora. Es decir, no sólo trabaja con ella, sino que la utiliza en el tiempo libre y de ocio. Esto es evidente sólo con ver que está conectado a Internet. Hablando de su relación con los medios, dice:

“Por ahí inclusive me pongo con la computadora y no tengo ningún trabajo que hacer ni nada y me empiezo a meter en cosas así...o sea, como hobby lo hago”.

La computadora como un hobby o como parte de la vida de la persona es muchas veces presentada por el periodismo o por el cine como modelos de comportamiento social patológicos. Basta con pensar en películas como *Copy Cat* o *The Wired* o en las notas en las que presentan a hackers o iniciados en la computación como a personas extrañas. Esto no siempre responde a la realidad porque algunas personas han comenzado a cambiar a los medios tradicionales de comunicación por los digitales y no por ello tienen una conducta patológica.

De todas maneras, la transición de la “computadora para pensar y trabajar” a la “computadora para vivir” es muy reciente en la sociedad argentina, incluso dentro de las familias y relacionadas con personas que no tienen impedimentos económicos para acceder a tecnología informática multimedia.

Gloria¹⁰, por ejemplo, tiene 21 años y estudia profesorado de matemáticas. Parecería que su estudio y su futura profesión debería ser un factor de acercamiento a las tecnologías. Sin embargo, Gloria se queja de que debió usar muchísimo tiempo a Windows 95 hasta que

pudo entenderlo. Antes usaba otro “contexto Window que le resultaba más fácil. Ella trabaja con la computadora. No es parte de su ámbito de socialización: es un aparato que está ahí, que se debe usar y que causa ciertos problemas. La técnica y el know how necesarios para usarla son un problema de las relaciones objetivas del mundo material —naturaleza artificial o segunda naturaleza y relaciones económicas. Controlar y superar estos factores permiten abrir las posibilidades de relaciones culturales, sociales y subjetivas con las tecnologías.

CD-ROMs

En noventa entrevistas, ninguno de los jóvenes habló sobre el uso de CD-ROMs. Es coherente con el uso poco frecuente y no intensivo que le dan a la computadora. Esto muestra que los jóvenes —que están más cerca de los medios tradicionales y que son muy permeables a los cambios tecnológicos en general— no están cerca de la transición hacia un entorno mediático compuesto por tecnologías digitales de la comunicación y de la información.

Internet

Tal como dice Habermas (1989a), los cambios en el sistema (relaciones económicas y de poder) son centrales para la transformación del mundo de la vida (los significados aporéticos del mundo social de las personas). El caso de Jorge¹¹ (24 años, licenciado en sistemas informáticos) es revelador. Jorge dice que en su casa se ha suscrito a un servidor de Internet. A partir de esto, sus hermanos —un usuario iniciado— comenzaron a usar Internet para trabajos y deberes de la escuela. Generalmente, Jorge la usa para su trabajo. Aunque algunas veces también le da usos ociosos. Jorge dice al respecto:

“[sus hermanos] Ellos generalmente la usan para trabajos prácticos. Yo la uso para el trabajo. Walter es el que más la usa para frivolidades, para bajar imágenes y esas cosas. Es fanático de Mariah Carey ...busca cosas. Por lo general, es para bajar software de demostraciones o para recorrer páginas de autos o alguna cosa de esas. Siempre estoy buscando información

sobre computadoras, sobre autos, sobre equipos de audio, sobre instrumentos musicales”.

La entrada de la tecnología a la vida social de Jorge y de su familia, si bien la utiliza como canal para su trabajo y para su profesión, luego se traslada y se expande hacia otro tipo de acciones sociales y de saberes: el ocio en grupo, el intercambio de direcciones y la compra de productos:

“[hablando de sus amigos] Cuando alguien descubre algo, por ahí cuando nos encontramos el sábado dice “mirá lo que encontré” y entramos y vemos qué se actualizó. Por ejemplo, cuando Mauricio compró el estéreo nuevo, entramos, ya estaba ahí, estábamos tres o cuatro chicos y entramos a buscar el estéreo. Pero es una coincidencia haber estado en el lugar. Si no estábamos, él podría haberlo buscado en su casa, porque cada cual tiene su conexión propia”.

Los iniciados que son usuarios blandos y que hacen un uso intensivo de la red, sólo realizan búsquedas de información concreta que les interesa para ellos o para otros. Pero no navegan. Esto plantea un problema o una solución para la publicidad en Internet: en la medida en que la publicidad pueda cambiar de modelo de comunicación —desde el persuasivo al informativo— y presente catálogos con información sobre productos y servicios, relacionados con marcas comerciales, los usuarios en lugar de tratar de obviarla —como hacen con el zapping— irán en su búsqueda.

También es posible que la computadora como medio de comunicación con Internet sea usada como hobby grupal. Jorge, como usuario iniciado, es el que guía las búsquedas por Internet o los pocos momentos de navegación en los momentos que se entra colectivamente a la red.

Pero quienes no han tenido acceso a Internet tienen una imagen de la red dada por lo que dice le periodismo especializado, la publicidad y las películas. Javier¹², estudia derecho y pertenece a una familia de clase media alta, de buen pasar. En su casa no hay computa-

dora y mucho menos tiene acceso a Internet. De acuerdo con lo que dice Javier sobre los medios tradicionales —es un receptor duro de ellos— está muy lejos del nuevo entorno mediático:

“No estoy muy al tanto todavía, nunca usé Internet. Me parece bueno, es un medio de comunicación mundial en donde se puede acceder a varios lugares que la TV y la radio no llegan. Está en mis planes adquirirlo. Pero no va a superar al diario, al igual que la TV no pudo. Por la misma razón que la TV no superó al diario, Internet no va a superar al diario. Es una costumbre del hombre. Lo espera todas las mañanas”.

Los condicionamientos que los patrones materiales de distanciamiento —en este caso la falta de computadoras en su casa— imponen sobre el mundo social de los jóvenes —y de las personas sociales en general— son importantes para definir las relaciones de éstos con el entorno mediático como relaciones de acercamiento o de alejamiento. En general, los jóvenes que no tienen computadoras desean comprarlas y entrar a Internet y han desarrollado una imagen ideal de los alcances y consecuencias de la red.

María¹³, (24 años), por ejemplo, se encuentra dentro de los jóvenes que están condicionados materialmente a no constituir su entorno mediático con tecnologías digitales como computadoras e Internet. María —que es casada y trabaja de administrativa en una empresa— dice que le gustaría tener una computadora para entrar a Internet. El discurso periodístico y publicitario está presente en este tipo de deseos no satisfechos.

El distanciamiento material —principalmente económico— es bastante condicionante en los jóvenes. Parecería que tienen un efecto singular sobre ellos: es determinante en tanto y en cuanto oriente al alejamiento de las personas de las tecnologías (por ejemplo, la sociedad en cuestión no ha incorporado masivamente determinado tipo de tecnología; en la casa no hay presupuesto para pagar la cuota de Internet o los gastos de las llamadas telefónicas), pero sólo es un condicionamiento entre otros cuando en lugar de alejar, acerca (el ejemplo más claro es aquellos que tienen computadoras en sus casas o en sus universidades pero que no las usan porque no “tienen tiempo” o porque

no le ven la utilidad o porque no lo "desean"). Los patrones materiales de distanciamiento son determinantes cuando impiden, pero sólo condicionan cuando dejan posibilidades abiertas.

3.3. Patrones culturales de distanciamiento: los saberes culturales como condicionamientos de las relaciones con las tecnologías

Saberes culturales¹⁴ que alejan de Internet y de las computadoras

Son pocos los entrevistados que tienen expectativas explicitadas sobre Internet y el desarrollo de un entorno mediático en el que no se encuentren los mass media. A muchos jóvenes entrevistados no les resulta algo inalcanzable, desde el punto de vista material, pero tampoco algo que consideran deseable o importante. Se podría conjeturar que esta falta de deseo puede estar vinculada con la capacidad que tienen aún las tecnologías de los medios tradicionales o mass media para ser intermediadoras entre los saberes culturales y los jóvenes. Es factible afirmar, de acuerdo con las entrevistas, que los jóvenes se encuentran alejados de las nuevas tecnologías digitales porque, por ahora, los medios de comunicación tradicionales siguen siendo más eficaces que éstas para llegar hasta los saberes culturales. La transición se está dando, pero ha comenzado recientemente en la vida de los jóvenes. Y será bastante difícil hasta que los saberes culturales que son objeto de consumo de los receptores no estén mejor producidos, presentados y distribuidos por los nuevos medios.

El ejemplo del CD audio es interesante como tecnología incorporada a la vida diaria. Una vez que los patrones materiales acercaron a las personas y a los jóvenes a este tipo de soporte, y después de comprobar que tienen mayor resistencia física que el cassette de cinta o el disco convencional, también se comprobó que los contenidos de éstos —música— eran de mejor calidad estética y de mayor fidelidad.

Y si bien es cierto que los receptores jóvenes tienen preferencias definidas social y subjetivamente de exponerse ante un medio, con una sustancia expresiva concreta —muchos prefieren a la televisión

mientras pocos a la prensa escrita—, lo que guía principalmente esta preferencia de sustancia expresiva son los patrones culturales de distanciamiento, encarnados en el acercamiento o alejamiento hacia ciertos y determinados saberes culturales. En el caso de Catalina¹⁵ es posible comprenderlo. Ella está alejada de Internet y de la cultura del ciberespacio. Es estudiante de Bellas Artes. Ella está muy concentrada en su estudio y en la cultura tradicional que éste presenta:

"Internet tuve en un momento pero nunca me llamó entrar. Todo lo que sé de Internet es porque lo escuché de los demás, pero nunca me metí en Internet. Dicen que cuando te metés en Internet te agarra por un tiempo la fiebre y te metés, pero yo... no. No, no sé. Por ahora no me interesa, quizás si encuentro algo, me interesa porque sé que existen sitios en Internet de museos de todo el mundo pero tampoco me metí a ver. Me gusta más leer libros que elijo yo, de arte o de cuento que me compro o que hay en mi casa".

Estas declaraciones se relacionan también con patrones psíquicos de distanciamiento: actitudes personales hacia las tecnologías, que en realidad podrían compatibilizar con sus gustos culturales, pero que no se lo hace por razones personales. A Catalina le gusta leer libros de arte o cuentos: esto existe en Internet, y son multimodales (Dertouzos), combinando imagen, imagen en movimiento, música y texto escrito, simulación y realidades sintéticas. Nuevamente se da que Internet no es parte de la configuración del entorno mediático y esto no responde a razones económicas ni de infraestructura social. Catalina tuvo Internet y no lo usó. No le interesó o no le generó atracción y se relaciona con los saberes culturales que le interesan usando otros medios.

Agustina¹⁶ también está alejada de las tecnologías digitales. Tiene 21 años y estudia teatro. Su acercamiento en ningún momento está regulado por patrones materiales de distanciamiento. Las computadoras y todo lo que ello significa no es parte del mundo de Agustina; ella es consciente de que no puede hacer el esfuerzo suficiente para controlarlas e incorporarlas a su mundo social.

“Las computadoras me superan, yo trato de sentarme y entenderla, pero es más fuerte que yo. Para lo único que uso la computadora es para hacer un currículum o algo así. Yo estoy años sentada porque no la sé usar bien, entonces todo me lleva tiempo, estoy tres horas porque siempre hay algún problema y no entiendo cómo salir de ahí ni por qué me pasó. Me pasa que no tengo a la computadora incorporada, no está en mi vida, así presente. Me gustaría saber bien computación y todo, pero me aburre, no me interesa mucho, me gustaría ya saber y no tener que aprender”.

Esto se relaciona con el alejamiento cultural de Agustina del mundo de las computadoras y de todo su “sistema de sustentación” (Bell, 1989): reglas, consecuencias, significados, valores, etc. Los estudios humanísticos parecerían plantear una cultura muy diferente de la que se reproduce en el ciberespacio y en los medios digitales. Esto hace que Agustina se sienta y autoperciba rechazada por esta nueva cultura.

El deporte mediático

La mayoría de los jóvenes varones que tienen un acercamiento relativo hacia los medios están impulsados por el patrón cultural; muchos están interesados en el saber cultural deporte. El patrón cultural de distanciamiento que funciona en el proceso de recepción es un patrón socialmente generado, desde su grupo familiar o desde su grupo de amigos o en la escuela (aunque menos). Dentro del deporte, el fútbol mediático es lo que mayor concentración de atención, gasto de tiempo y acercamiento produce en los jóvenes. Sobre todo varones, aunque ya se encuentran mujeres en la misma situación. Cuando es el deporte el saber cultural que guía la relación de exposición, no aparece el interés por los nuevos medios ni la mención del uso de Internet para este tema. La cultura del ciberespacio y de la Net parecen estar fuera de los intereses de los fanáticos por el deporte mediatizado, por ahora.

En la medida en que Internet no garantice un acceso más eficiente a los saberes culturales centrales para los jóvenes —desde el punto de

vista del proceso de la comunicación que se realiza— éstos no se sentirán culturalmente movilizados hacia el nuevo entorno mediático.

3.4. Patrones sociales: las relaciones sociales con Internet, las normas y los valores que se crean a su alrededor

Todavía los jóvenes se encuentran lejos de domesticar las tecnologías digitales de la comunicación y de la información. Esto significa para Silverstone (1996) que el ambiente cultural y social de una tecnología transforma el aparato técnico en un objeto cotidiano, de usos cotidianos y con funciones cotidianas. A continuación, como se hizo con los patrones materiales y culturales, se analizarán cuáles son los principales factores de los patrones sociales de distanciamiento que condicionan el acercamiento o el alejamiento de los jóvenes a las tecnologías.

Las experiencias sociales en Internet. Iniciados vs. externos, duros vs. blandos

Las experiencias subjetivas y sociales con Internet no son algo común dentro del conjunto de los entrevistados. Quienes las tienen las estructuran sobre la base de los mismos patrones de recepción que desarrollaron con el entorno de medios tradicionales: buscando conocimiento específico. A estos usuarios es posible llamarlos usuarios iniciados blandos en contraposición a los usuarios iniciados duros. Los primeros son los que pasan muy poco tiempo en la Net —menos de dos horas por día— pero lo más importante es que en realidad sólo la usan para acceder a parte del stock de conocimiento que guardan los sites de la Net. Los usuarios iniciados duros son los que conocen secretos de acceso, han incorporado las reglas y las normas básicas de funcionamiento de Internet, y principalmente, son parte de su cultura. Algunos de estos iniciados duros dicen que navegan sin rumbo por el ciberespacio y que chatean todos los días con personas conocidas o desconocidas. Javier¹⁷, por ejemplo, habló de los chats y desarrolló su propia categorización de chateantes. Según él existen los “fragmentados”, que hacen preguntas del estilo de: “cómo estás, cuántos años tenés, dónde vivís, y todas las preguntas relacionadas con ese tipo de conocimiento primario entre personas. Después están los ‘duros’ o

“cerrados”, los que están continuamente en un chat y con los cuáles es muy difícil comunicarse.

“En el caso de Internet sé que el correo electrónico es muy usado, también es muy usado el chat - yo también lo usé mucho pero me cansó -. Yo veo que hay dos tipos de chateantes uno muy fragmentado y otros que van siempre al mismo chat y se conocen todos y a veces se reúnen y esos grupos realmente son muy cerrados y es muy difícil de comunicarse con ellos. En cambio los más fragmentados hacen preguntas como “cómo estás, cuántos años tenés, dónde vivís” hay una serie de preguntas clásicas y una vez que terminas de hacerlas pasas a comunicarte con otro. Y de estos últimos hay mucha más cantidad”

Las relaciones sociales en Internet han comenzado a ser parte de la cultura global expandida y reproducida por la red. Lo que dicen usuarios iniciados como Javier o Ariel¹⁸ es que existen grupos en la Net a los que no es fácil acceder y menos aún poder participar en sus conversaciones. Esto coincide básicamente con las conclusiones de Turkle (1998): cuando los integrantes de alguno de estos newsgroup se dan cuenta de que ha entrado alguien que no ha sido previamente aceptado por todos, alguien que no conocen, se van sin decir nada más, sin dar explicaciones y sin decir nada.

Otra coincidencia es la saturación que a muchos le provoca el uso intensivo de la red después de algunos meses. Javier dice, “a mí me cansó”, haciendo referencia al uso de chats. Algo similar le sucede a Ariel: durante tres o cuatro meses afirma haber estado tres o cuatro horas diarias navegando, buscando información que le interesaba y entrando en los chats que podía. Pero no lo hace más. Se aburrió de conversar con gente que no conoce directamente, que no sabe cómo es en su vida cotidiana y que, en definitiva, las considera “irreales”.

Pablo¹⁹ es estudiante de derecho y dejó de usar Internet. Él no era un usuario iniciado blando, pero que hacía un uso intensivo de las capacidades de búsqueda de la red, sobre todo sobre temas vinculados con derechos humanos y con Naciones Unidas. Pero ahora ya no la usa. Parecería que en un determinado punto de la trayectoria de uso

de la tecnología, las personas pierden interés, baja el prestigio y la utilidad de las tecnologías.

Las iniciaciones puede realizarse por motivos propios o por motivos externos. Los motivos propios pueden ser de tipo individual, social o cultural, pero siempre son decisiones que se generan en la misma persona. Los iniciados por motivos externos son los que sin intenciones de conocer y de usar la Net, entraron y comenzaron a hacerlo por requerimientos de un ámbito externo: el trabajo (el más importante en cuanto a su efecto), el estudio (el segundo en importancia), los amigos (para no quedarse fuera del grupo).

Pactos de lectura

En realidad el problema que se está desarrollando dentro de la Net es la manera de comprender los mensajes, los datos, el conocimiento, la información que se encuentran en los sitios. Pero hay que tener en cuenta cómo la gente transfiere los patrones de lectura de un sistema a otro y cómo trata de entender lo distinto por lo normal.

Coinciden, quienes tienen algún tipo de relación con la Net en que navegar implica un pasatiempo mientras que buscar es casi siempre una acción relacionada con el trabajo o con alguna tarea de tipo instrumental.

Hay algunos jóvenes que desconfían de la Net porque consideran que es muy difícil entender qué es lo que se está leyendo u observando, en el sentido de no poder considerar qué es lo verdadero de lo falso, qué está dentro de la publicidad o de comunicaciones interesadas.

Roles sociales relacionados con la Net

Hay miembros de la familia que se encargan de las tareas técnicas: el especialista. El especialista se encarga de realizar las búsquedas y las navegaciones que necesitan los otros. Quienes están en la categoría de

iniciados pero que aún no son usuarios duros pueden realizar un consumo de medios —diarios, radio, televisión— sin usar Internet.

El condicionamiento que genera las diferencias de edad y de sexo, dentro de las familias, sobre uso de Internet es muy difícil de comprender porque no hay demasiada información al respecto. Parecería, de acuerdo con las entrevistas, que todavía no hay nada muy organizado en torno a este problema en cada familia. Los procesos sociales de censura y de autocensura de las personas no se han activado en el marco de la vida familiar. Por ahora, son los mismos padres los que promocionan el acceso a Internet desde la casa, tanto sea para que sus hijos en la universidad o en la escuela secundaria la usen, o para ellos mismos.

Presión social sobre los usuarios: el trabajo

El proceso de domesticación de las tecnologías y el acceso que las personas tienen a determinado entorno mediático parecerían estar condicionados por la presión social generada desde grupos de amigos o laborales, por la que la persona se comienza a plantear si es o no posible la utilización de una nueva tecnología. Socialmente impuestas, las tecnologías se transforman en un problema a resolver. Los que más cerca de las tecnologías se encuentran son los que han tomado contacto con ellas por razones laborales. Pero incluso así no tienen por qué acercarse desde el punto de vista psíquico, cultural o corporal.

María²⁰ tiene 24 años, es psicóloga y trabaja en un hospital público. Comenzó interesándose por Internet porque podía ayudarla para su trabajo. Pero poco a poco fue incluyendo otros usos y usándola en su tiempo libre y de ocio. Comunicarse con gente que no conoce y no permanecer dentro de las pautas de trabajo es el objetivo de ella en estos momentos.

“En mi tiempo libre, bueno ahora como es muy reciente el tema de la Internet en casa, estoy muy abocada a eso. Trato de aprovechar el mayor tiempo posible para meterme, ver bien cómo se maneja, investigar, conocer nuevos lugares, saber cómo puedo hacer para conectarme con otra gente. Así que

particularmente estoy abocada a eso, y también me gusta tratar de salir, de salir del ámbito de trabajo”.

María ha sido la introductora de Internet en su casa. Su hermana más pequeña ahora también usa Internet, aunque sólo para buscar páginas de entretenimiento (por ejemplo, Disney o Warner Bros.) y de juegos. Ella considera que ha sido el factor de entrada de Internet a su casa. Fundamentalmente porque ella paga la suscripción al server. Pero aunque Internet está en su casa, su hermano mayor, por ejemplo, no se relaciona muy bien con la Net. El uso de su computadora todavía está dentro del uso “como instrumento para trabajar”. Es tan difícil llegar a ser un receptor duro como transformarse en un usuario iniciado duro. No es muy fácil llegar a esto. Las personas sociales jóvenes no están descontroladas en cuanto a las relaciones que tienen con las tecnologías mediáticas. El tiempo social que regula sus vidas está continuamente presionando sobre ellos para que seleccionen las tareas que pueden y las que no pueden cumplir o desarrollar. La idea de Nicolás²¹ se refiere a esto: “yo usaría Internet cuatro horas o más por día si tuviese el tiempo ... pero no puedo”. El tiempo de trabajo o de estudio, es decir, el tiempo que no es libre o de ocio, es un condicionamiento social importante en la sociedad moderna. La gente lo siente y lo sufre. Tener que plantearse una estrategia para usar la ‘estructura temporal’ de la sociedad es una necesidad vital según los jóvenes. Esto es así tanto en el entorno mediático de los medios tradicionales como en el de los medios digitales.

Pero la presión social del ámbito laboral para entrar en las nuevas tecnologías es evidente cuando se trata de aprender parte de su know how. Ignacio²² es licenciado en economía. Trabaja en una consultora y debe estar muy informado para hacer bien su trabajo. En las palabras de Ignacio es posible comprender en qué medida el trabajo hace de contexto social, de tal modo que gatilla sobre las acciones de las personas sociales para generar una transición en el entorno mediático:

“[en el trabajo] Estás todo el día con una computadora enfrente. En el laburo se trabaja así, todo está dentro de las computadoras. En mi laburo hay 18 computadoras para ocho pibes. Hay uno que maneja tres computadoras, y tiene dos

pantallas con un sólo mouse, lo cortés más fuerte para un lado y te pasa para la pantalla de al lado. Es impresionante. Vos querés mandar un paquete de algo y lo mandás por mail. El papel ya no existe, casi. Y el correo, ya no mandás una carta ni a palos, mandás un e-mail y listo, es mucho más fácil y más rápido. Esos medios sí que los uso”.

Ignacio no tiene otra opción que hacer un uso intensivo de los nuevos medios. El acercamiento del patrón social que es el trabajo y las reglas sociales y normas que impone es relevante para las relaciones de Ignacio con las tecnologías. De otra manera tal vez no estaría tan cerca y habituado a este entorno mediático. De la misma manera que este patrón social de distanciamiento acerca a Ignacio a las tecnologías —intensificando el uso de nuevas tecnologías de búsqueda de conocimiento y de acceso a bancos de datos on line, de comunicación entre personas, etc.— en otros jóvenes existen patrones sociales que los alejan —su familia, su trabajo, sus amigos.

Federico²³ es un caso similar al de Ignacio, pero no está convencido, en lo personal, de la conveniencia de Internet en estos momentos. Federico trabaja en un importante estudio de abogados de Buenos Aires; tienen clientes extranjeros y necesitan estar al tanto de lo que pasa en el mundo. Lo mismo que a Ignacio y a muchos otros, el ambiente de trabajo ha influido para que adopte algunos usos de la Net: en los períodos de tiempo libre, estos jóvenes siguen usando Internet para otros fines, sean estrictamente de ocio o relacionados con el trabajo pero dentro de su tiempo libre.

Sin embargo, los contextos sociales definidores de rutinas con las tecnologías no son determinantes para la percepción ni para la aceptación de las tecnologías. Federico dice:

“No soy muy fanático por las computadoras yo, aunque me parece que Internet tiene algunas cosas que me parecen muy interesantes. Me gusta el hecho de que todo el mundo, de todos los lugares del mundo si quieren, a través de eso, o sea lo que está ahí en Internet, vos vas a recibir la misma información que recibe un tipo de África, o el más pobre de la India, o el más rico de EEUU, Internet está ahí y no hay un

diario que lo vea del punto de vista argentino y otro que lo vea desde el punto de alemán, todo el que lo mira lo ve igual”.

Hay dos puntos interesantes que se pueden observar en esta emisión: primero, el hecho de que el uso continuado en el trabajo no se transforme en motivo de una aceptación sin críticas; pero, por otro lado, también se ve que el uso que Federico le ha dado a la Net no llega a ser tan profundo como para no quitarle los aspectos utópicos de la red. Es obvio que la Net no está fuera de las relaciones de poder que hasta ahora han existido en la sociedad: ni la diferencia entre ricos y pobres (Dertouzos, 1991:32) dejará de existir, ni se borrarán los puntos de vista de cada observador (Luhmann, 1991, Maturana, Varela, 1995) que produce información. Esta es una visión ingenua de lo que sucede en la red.

Pero hay que regresar a la tendencia central de este problema: la transición de un entorno a otro todavía no se ha realizado y costará bastante que se dé. Los hermanos de Federico —según su narración— han usado Internet, pero no lo hacen de forma intensiva. Conocen el funcionamiento de la red porque tienen amigos que la tienen. Lo mismo sucede con su padre: “debe tener en la empresa, pero nunca se ha metido en Internet ... seguro”.

Para terminar hay que ver el caso de Marina²⁴ (tiene 23 años de edad, es separada y después de vivir con sus padres y hermanos, ahora nuevamente vive fuera de la casa paterna). Ella trabaja específicamente buscando información en Internet. Lo hace para una empresa de telecomunicaciones y debe buscar en la red, datos, situaciones y noticias que se relacionen con las telecomunicaciones. Como le pasa a la mayoría de las personas que trabajan con Internet, no sólo entran a los sites que deben necesariamente entrar por su trabajo, sino que navegan por lugares que consideran interesantes personalmente. Marina no ha cambiado sus patrones de lectura de los medios tradicionales: lee los diarios y mira televisión, alquila videos y escucha radio. La Net fue un “furor” al principio y luego decayó su interés y su uso para el ocio o para intereses personales. Ella es una usuaria iniciada dura no intensiva: busca y navega, pero cada vez menos; y no participa de la cultura del ciberespacio, ni de sus juegos, ni de sus chats.

La computadora e Internet como formas de comunicación humana

Mientras que algunos jóvenes (Javier, Fernando, Ariel, Marina) se han saturado de las relaciones sociales que plantea como posibles Internet, aunque usan el e-mail, María²⁵ está en la fase de relación con la red en la que está fascinada por la posibilidad de interactuar con personas que no conoce directamente. Como medio de comunicación humana hay una diferencia central entre Internet —chats, newsgroup— y el e-mail marcada por el uso que le dan los jóvenes. Mientras que el primero facilita una forma de comunicación con personas que no se conocen directamente (esto es similar a las 'cadenas' de cartas que se arman por distintos motivos entre personas que no se conocen directamente), el e-mail está orientado a que se utilice para comunicaciones con conocidos reales. Las relaciones humanas virtuales de los chats parecerían no interesar por mucho tiempo a los usuarios. La gratificación psíquica y social que implica conversar con alguien a quien uno no conoce directamente, al que no puede percibir su cuerpo (Bettetini, 1986), parece ser una sensación que no puede ser sostenida por mucho tiempo por todas las personas. Mario²⁶ (25 años, periodista, vive con su padre), por ejemplo, inició una relación amorosa con una mexicana, a la que tuvo que ir a buscar a México durante sus vacaciones. Mario es un usuario iniciado en Internet. Navega y busca información en la red. Pero además comenzó a usar los chats para relacionarse con mujeres. Así conoció a Isabel. Inmediatamente que terminan de chatear pasan al teléfono y hablan durante veinte minutos de lo que escribieron y de lo que se dijeron en el encuentro en el chats. Ahora han pasado al e-mail. Es el medio de las relaciones privadas entre conocidos. Más allá de las posibilidades de la red, Mario e Isabel necesitaron encontrarse para que esa relación prosperara.

Pero hay otros usuarios iniciados, que hacen usos no intensivos de la red, que tienen objetivos concretos para usar estas tecnologías. Juan²⁷ compra libros, revistas y averigua precios de productos de Miami. Sin embargo, considera que es un "aburrimiento total" conversar con personas que no conoce.

3.5 Patrones individuales: psíquicos y corporales

Hay situaciones de recepción que se estructuran de acuerdo con patrones individuales, sean psíquicos o corporales. Esto significa que la relación entre una persona social y su entorno mediático está pausada y definida fundamentalmente por factores de orden individual, psíquicos o corporales; y esto se da más allá de que aparezcan también, dentro de la relación con los medios, elementos de otros patrones de distanciamiento (material, cultural o social). Que un determinado patrón de distanciamiento guíe la relación entre la persona y su entorno mediático no quiere decir 'participación exclusiva del patrón en cuestión'. Por el contrario, esto significa que, de acuerdo con el mismo entrevistado, determinado patrón de distanciamiento es el más importante, pero no el único, para relación entre la persona y los medios de su entorno.

Emociones

Las emociones fuertes vinculadas con las tecnologías que se encuentran en las entrevistas son, por un lado, la incertidumbre, la ansiedad o el desconcierto ante nuevos aparatos o programas que hay que entender. Y por otro, el optimismo utópico de los beneficios de la nueva tecnología. Inclusive estudiantes de ingeniería puede desarrollar este sentimiento personal ante la tecnología de la comunicación.

El miedo es un sentimiento bastante expresado ante las tecnologías. Por lo menos según la manera que tienen de representar los jóvenes las sensaciones internas y sus afectos. Estas emociones negativas se relacionan con el problema de la masa crítica (Williams, Strover, 1996). La teoría de la masa crítica considera que se necesita una cierta cantidad de personas para que determinada tecnología se incorpore a la vida social, cultura y personal. Cuando hay muchas personas alrededor de uno utilizando un tipo de tecnologías, se debe hacer lo necesario para adquirirla y aprender a usarla, no sólo para resolver problemas que se presentan, sino porque implica estar aceptado en un grupo social.

Rubén²⁸, por ejemplo, tiene 22 años y es estudiante de ingeniería electrónica. Es muy crítico con los medios de comunicación y con los productos culturales que estos presentan, pero le cuesta relacionarse con las nuevas tecnologías. Refiriéndose a una Pentium que tiene en su dormitorio, dice:

"(...) la verdad, es que me da un poco de miedo arrancar de cero, es como que ya me quedé demasiado como para poder ponerme al día. Además no es un aparato atractivo, incluso cuando la compré le puse los jueguitos que me prestaste, pero no los uso nunca".

Esto también parece inconcebible. Un ingeniero que le tenga miedo a la actualización tecnológica. Pero sucede y esto depende de factores personales, de motivos y de actitudes que no se encuentran de la misma manera en su contexto social, ni laboral ni de tiempo libre. Rubén tiene una visión muy personal de los medios, pero que es compatible con el análisis que se hizo de los patrones culturales: "cuando necesito un medio lo uso, cuando un programa me divierte lo miro... creo que así hacen todos". Esto termina relacionando los patrones culturales con los personales: el alejamiento de las nuevas tecnologías en este caso es personal, aunque también cultural en tanto y en cuanto éstas no le lleven saberes culturales que le interesan; por otro lado, los patrones sociales (ambiente de trabajo, amigos y estudio) son proclives a las nuevas tecnologías como también tiene un acercamiento desde el punto de vista material.

Graciela²⁹ tiene 20 años y es estudiante de nutrición. Vive con su hermana y con sus padres. Su percepción sobre las computadoras es muy clara y muestra un sentimiento negativo que no es compartido por sus hermanos:

" [sobre las computadoras e Internet] No, no -dice con decisión-, nos nada de todo eso. Me parecen bichos raros entonces no les tengo mucha confianza y les huyo. Mis amigas y mis hermanos entienden, pero yo no me acerco porque me asusta la idea de ser algo nuevo y tampoco me interesa".

Esta diferencia con su grupo social marca la participación de un patrón subjetivo de distanciamiento en la relación con las tecnologías.

Algo similar sucede con Mariano. Tiene 20 años y es estudiante de diseño gráfico. Apparentemente debería estar bastante cerca de las computadoras y de todo lo que puede aportar a su futura profesión. Sin embargo, no es así. Definiendo claramente su posición dice: "Soy anti-computadora". No hay ningún motivo aparente dentro de su contexto social o cultural que lo condicione a una posición tan extremista. Actitudes tan fuertes ante algo implican posiciones personales que dependen de visiones subjetivas de la realidad.

4. Conclusiones

A continuación se darán algunas conclusiones provisionales:

La transición desde un entorno mediático definido básicamente por la presencia de los medios tradicionales a uno en el que centralicen posiciones de dependencia los nuevos medios no genera cambios uniformes en los jóvenes.

Los factores materiales de distanciamiento no determinan el uso y el tipo de uso que los jóvenes dan a estas tecnologías. Sólo establecen condiciones de partida, pero no crean modelos definitivos de recepción y uso.

El nuevo entorno mediático implica el uso de las computadoras no sólo como medio de trabajo, sino como parte de procesos de socialización más generales, ocio y tiempo libre.

Aunque no se conocen datos cuantitativos sobre la distribución de los usuarios en las nuevas tecnologías, es posible, sin embargo, categorizar a los jóvenes según ellos mismos se presentaron ante el nuevo entorno mediático:

Usuarios externos: son los jóvenes que no han entrado o no pueden configurar todavía su entorno mediático con medios digitales; están mucho más cerca de los entornos mediáticos masivos que de los digitales e individualizados³⁰.

Usuarios iniciados: son los que conforman su entorno mediático con medios digitales, informatizados e individualizados. Sin abandonar sus relaciones con los medios de comunicación tradicionales, estos jóvenes han comenzado a tener relaciones de acercamiento con los nuevos medios, es decir, relaciones cotidianas y más o menos problemáticas.

Estos usuarios iniciados pueden ser blandos o duros. Como antes se expuso y de acuerdo con lo que algunos entrevistados lo establecieron, algunos de ellos sólo buscan información concreta en stocks de conocimientos previamente estructurados. Este tipo de uso hace que la persona no se encuentre dentro de una nueva cultura. Sólo hace uso externo de ella. Mantiene relaciones de más alejamiento con el ciberespacio y con su cultura. Sin embargo, los duros son usuarios que, además de buscar, desarrollan rutinas de implicación directa con la cultura de Internet: participan en chats, navegan 'sin rumbo' y se comunican con personas sin ningún otro fin que la comunicación misma. Muchos de los que comenzaron fanatizados con las posibilidades 'culturales y sociales' de Internet, finalmente se convirtieron en usuarios blandos.

Notas

* El autor agradece las sugerencias del Dr. Pedro Luis Barcia, del Lic. Carlos Alvarez y del Dr. Gabriel Zanotti.

1. Medios tradicionales de comunicación se estiman a la prensa, la radio, el cine, la televisión abierta. También es posible considerar al teléfono como parte de este sistema tradicional de la comunicación y de la información.
2. Medios de comunicación como la televisión por cable y satelitel, la video cassettera, los CD-A, las computadoras y sus periféricos, fax, e-mail, etc. pueden considerarse medios de la era digital.
3. En anteriores oportunidades se ha diferenciado —según lo que los mismos entrevistados han distinguido— entre una recepción como fondo y una recepción como figura. La primera significa que se utiliza un medio —siempre los audiovisuales y sobre todo la radio— como marco o fondo de otra actividad: en el momento de hacer una actividad no mediática se enciende la radio o la televisión y se continúa con esta actividad mientras está en

funcionamiento alguno de estos medios. La recepción como figura es la que implica concentración perceptiva e interpretativa de parte del receptor (Cfr. Elizalde, 1997).

4. E2-964. A partir de aquí cuando se necesite citar fragmentos de las entrevistas se utilizará el código de archivo usado; observando de izquierda a derecha: la letra 'E' significa entrevista; el número que le sigue antes del guión remite al momento de la entrevista: 1995-1996 con el número 1 y las de 1997 con el número 2; el número que está después del guión es el número que la entrevista tiene en el archivo, de acuerdo con el orden en el que se realizaron las entrevistas.
5. E2-976.
6. Receptores o usuarios duros es una categoría que se contrapone a la de blando. Duros son aquellas personas que tienen mayor dependencia relativa de los medios, que se exponen o usan mayor cantidad de tiempo diaria y que le dan mayor cantidad de usos. Esto se traslada perfectamente desde los receptores de los medios masivos a los usuarios de los nuevos medios.
7. E1-922.
8. E2-965.
9. E2-941.
10. E2-962.
11. E2-944.
12. E2-946.
13. E2-947.
14. Los saberes culturales son los contenidos y los géneros que los presentan y que se distribuyen por los medios de comunicación, por ejemplo, el deporte, la información, el entretenimiento de ficción o de realidad, como las películas o las series, los documentales, etc.
15. E2-954.
16. E2-948.
17. E2-959.
18. E1-922 y E2-980.
19. E2-974.
20. E2-960.
21. E2-983.
22. E2-968.
23. E2-976.
24. E2-977.
25. E2-960.
26. E3-983.
27. E2-961.
28. E2-967.
29. E2-971.
30. No se dice nada más sobre esta categoría de usuarios porque no son el objeto de este estudio. En otro lugar (Cfr. Elizalde, 1997) se ha desarrollado un análisis más sistemático del problema.

zer (1998)

Referencias bibliográficas

- Bell, Daniel (1989): *El advenimiento de la sociedad postindustrial*, Madrid: Alianza, p. 535.
- Berne, Eric. (1991): *Juegos en los que participamos. Psicología de las relaciones humanas*, México: Editorial Diana, pp. 15-18.
- Bettetini, Gianfranco. (1986): *La conversación audiovisual. Problemas de la enunciación fílmica y televisiva*, Madrid: Cátedra.
- Bourdieu, Pierre. (1988): *Cosas dichas*, Barcelona: Editorial Gedisa, pp. 125-127.
- Dertouzos, Michael. (1997): *Qué será. Cómo cambiará nuestras vidas el nuevo mundo de la informática*, Buenos Aires: Planeta, p. 61.
- Dromi, J. Roberto. (1991): *Reforma del Estado y Privatizaciones*, Tomo I,II y III, Buenos Aires: Editorial Astrea, p.9, pp. 29 y ss.
- Elias, Norbert. (1989): *Sobre el tiempo*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Elias, Norbert. (1995): *Sociología Fundamental*, Editorial Gedisa, Barcelona, pp. 123-134.
- Elizalde, Luciano (1997): *Medios de comunicación, recepción y vida cotidiana*, Informe Reglamentario Beca de Iniciación, CONICET, pp. 28-29.
- Gergen, Kenneth J. (1992): *El Yo saturado. Dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*, Barcelona: Paidós.
- Giddens, Anthony. (1995): *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*, Buenos Aires: Amorrortu editores, pp. 86-87.
- Glaser, B.G. Strauss, Anselm. (1967): *The discovery of grounded theory. Strategies for qualitative research*, New York: Andine Publishing Company.
- Habermas, Jürgen. (1989a): *Teoría de la acción comunicativa*, tomo II, Buenos Aires: Editorial Taurus, pp. 134-145, pp. 231-234.
- Habermas, Jürgen. (1989b): *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*, Madrid: Editorial Cátedra, pp. 34-56.
- Habermas, Jürgen. (1988b): *La lógica de las ciencias sociales*, Madrid: Editorial Tecnos, p. 87-92.
- Luhmann, Niklas. (1991): *Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general*, México: Universidad Iberoamericana - Alianza Editorial, pp. 234-235.
- Maturana, Humberto & Varela, Francisco. (1995): *El Árbol del Conocimiento. Las bases biológicas del entendimiento humano*, Santiago de Chile: Universitaria, pp. 43-46.
- Silverstone, Roger. (1996): *Televisión y vida cotidiana*, Buenos Aires: Amorrortu editores, pp. 140-145.
- Turkle Sherry. (1998): "An Ethnologist in Cyberspace", in *Scientific American*, (USU, April, pp. 20-21.
- Williams, Frederick, Strover, Sharon & Grant, August. (1996): "Aspectos sociales de las tecnologías de los nuevos media", pp. 617-642, en Bryant, J. &

L. ELIZALDE: *Los jóvenes y las tecnologías de comunicación...*

Zillmann, D. (comps.) *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, Barcelona: Paidós.