

Las relaciones intergeneracionales mediadas por el uso y consumos de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC)

Andrés Barrios Rubio y Consuelo Fajardo Valencia*

Saber/Poder en la Red

Las *competencias* tecnológicas permiten a los sujetos acceder a fuentes que circulan en la red, consumir, usar y eventualmente producir más información. De acuerdo con esto, podemos suponer que las generaciones jóvenes tienen más herramientas para acceder a la información: el saber se centra no en la cantidad de información *aprendida* y *aprehendida*,¹ sino en el uso que se hace de ella y en la competencia para adquirirla y transformarla. Hoy los jóvenes saben algo que las generaciones adultas mayores no saben, o saben medianamente. En este sentido las relaciones intergeneracionales pueden estar sufriendo transformaciones en la medida en que los jóvenes son más competentes desde el punto de vista tecnológico. Así las cosas, las formas de jerarquización social, relacionadas con la posesión del conocimiento, la sabiduría y la experiencia de los adultos se ven afectadas en cuanto los jóvenes tienen algo que enseñar a los viejos. La relación saber (ligado al conocer)/

* Licenciada en Ciencias de la Comunicación con profundización en Comunicación Organizacional de la Universidad Externado de Colombia. Ha sido docente en comunicación organizacional en el Politécnico Grancolombiano. Vinculada a la UPTC desde 1992 como docente y coordinadora de las áreas de investigación, teorías, lenguaje de medios y organizacional. Co-investigadora del proyecto «Usos y consumos de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC)» (fases I y II). gloria.fajardo@utadeo.edu.co

1 La distinción entre los dos conceptos se refiere a el sentido y los niveles de apropiación de la realidad. Aprender estaría ligado a los procesos de adquisición del conocimiento, sobre todo dentro de los espacios formales, como la escuela. El *aprehender* lo entendemos como la incorporación del saber y la experiencia: el hacer cuerpo aquello que el ser humano adquiere en sus proceso de construcción como sujeto.

poder (*cf.* Foucault) comienza a reconfigurarse en el entorno social. El poder se fragmenta en una realidad fragmentada. El problema se centra entonces, desde una perspectiva comunicacional, en las formas de interacción social (sistema relacional) entre sujetos de diferentes generaciones, mediadas por el consumo y mediatizadas por el mercado, el uso, el consumo y la validación reiterada de la incorporación de las tecnologías a la vida cotidiana. Las nuevas tecnologías son un nuevo lenguaje que comienza a marcar diferencias entre quienes tienen acceso al código y a los artefactos, y quienes comienzan a ser relegados y excluidos de estas nuevas formas de construcción de sentido; esto lo denominamos brecha digital.

Fundamentación teórica

La investigación en comunicación en el ámbito latinoamericano deja ver una tendencia marcada a volver a la reflexión profunda sobre el campo de la comunicación, como un campo transdisciplinar en el que confluyen las miradas de otras muchas disciplinas, duras y blandas, y reevaluar el estatuto científico de la comunicación, concebida regularmente como una disciplina autónoma, cuando no como una ciencia.

Si bien este tema de reflexión es prioritario (el objeto de estudio de la comunicación, las bases epistemológicas y metodológicas, etc.), existe una tendencia marcada en Latinoamérica en cuanto a los enfoques prioritarios de la investigación en comunicación. Al decir de Migdalia Pineda, aparte de los enfoques teórico-metodológicos y las revisiones actuales de las ciencias de la comunicación, hay cuatro campos igualmente importantes: a) “El fenómeno de la globalización en su relación con *las TIC*, especialmente con *Internet* y *sus derivaciones en el campo de la cultura...*”; b) “El tema del sujeto de la comunicación y su vinculación con *los procesos de recepción crítica...*”; c) “Los problemas vinculados con *la propia carrera y nuestra práctica educativa...*”; d) “Los

problemas sobre la gestión de la comunicación y la información en las organizaciones...".²

En otro artículo, la misma autora reafirma su visión sobre los cambios que se vienen dando en el campo de la comunicación:³

Los profundos cambios ocurridos en el campo de las comunicaciones debido a la convergencia de las *tecnologías informáticas*, de las telecomunicaciones y audiovisuales, han revolucionado las formas de producción, de difusión y de recepción de la información, *han alterado las relaciones* de intercambios entre emisores y receptores y *entre usuarios* mismos hasta el punto de permitir *otras modalidades de interrelación mediatizadas pero interactivas, dialógicas, en tiempo real y personalizadas*.

Esto no quiere decir que no haya investigación en nuevas tecnologías, pero sí que los estudios se han centrado más en medios paradigmáticos como la televisión y han dejado de lado otras formas de uso y consumo de las tecnologías y los medios, especialmente de la informática. El énfasis principal de estos estudios ha recaído en los últimos años en la televisión y en orden descendente de prioridad, en la radio, la prensa y el cine. Sin embargo, la irrupción de las tecnologías ligadas a la informática (ordenadores y redes de información) ha abierto un nuevo espacio en el que la comunicación se lleva a cabo en condiciones realmente diferentes a las que permitían los medios 'convencionales'. Estas nuevas formas de comunicarnos están generando nuevas formas de relación entre sujetos, nuevas formas de circulación de la información, nuevas formas de expresión (nuevos lenguajes, nuevas estéticas, nuevas 'sensibilidades') y nuevas formas de consumo y diferenciación entre sectores sociales.

2 El subrayado es nuestro. Migdalia PINEDA, «¿Qué investigar hoy sobre comunicación en América Latina?», en *Diálogos de la Comunicación*, N° 62, julio de 2001, p. 77. <http://www.felafacs.org/dialogos/pdf62/8.%20Migdalia.pdf>

3 El subrayado es nuestro. M. PINEDA, «Los paradigmas de la comunicación: nuevos enfoques teórico-metodológicos», en *Diálogos de la Comunicación*, N° 59-60, octubre de 2000. <http://www.felafacs.org/dialogos/pdf62/8.%20Migdalia.pdf>

De lo físico a lo virtual

Para hablar de este proceso se hace necesario reseñar que se habla de la era de la globalización en la sociedad de la información, esa etapa de la existencia que empieza a mostrar nuevas vías para adquirir el conocimiento y los datos que se están buscando. Es la hora de la globalización a través de una autopista de la información como es Internet, esa herramienta que ofrece un mar de conocimientos sobre diversos temas, pero ¿cuánta información es necesaria y cuánta demasiada?

Ese cambio que se reseña es respuesta a las exigencias de una sociedad, el mismo que se ha vivido a lo largo de los años en la historia de la humanidad con las distintas generaciones: para no ir muy lejos, entre los 30 y 50 se habló de una sociedad auditiva, de los 50 a los 80 surgió la etapa de la sociedad visual, de los 80 a los 90 se vivió la era informática y de los 90 a nuestros días se habla de la generación multimediática.

Surgen acá varios retos para enfrentar las exigencias de la nueva sociedad: por parte de los usuarios, el cómo encontrar, clasificar y seleccionar, de manera rápida y eficiente, lo verdaderamente requerido; y por parte de los diseñadores y desarrolladores de la Web, cómo llevar a la concreción sitios atrayentes y que respondan a las expectativas de los usuarios.

Al tener claro cuál es el tema que se pretende buscar o qué es lo que se quiere indagar, los usuarios se deben enfrentar a los ya conocidos buscadores de información que tiene Internet; la respuesta más común y casi segura es una lista interminable de sitios relacionados con la pregunta realizada.

Esa sobreoferta que encuentra el usuario en el sistema lleva a un primer dilema para él: cómo determinar qué es real y quién tiene un verdadero fundamento para afirmar lo que dice y elevar las posturas que quiere comunicar. Es acá cuando hay que resaltar una acción común del receptor, y es el facilismo en el manejo de la información sin realizar un análisis de lo allí encontrado.

Esta situación lleva a hacer referencia de Carol Tenopir y su texto *Inundated with data* (2005), en donde propone largamente que este sistema de bibliotecas virtuales con un mundo de conocimiento, posturas y afirmaciones, que no permiten comprobar la veracidad de lo que allí se publica, requiere pedir una estandarización de la colección, una homogenización de bases de datos y, por qué no, generar un costo por el uso de esos datos, costo que vaya de acuerdo a la cantidad de consultas y la densidad de la población.

¿Será que alguien no está dispuesto a pagar para recibir información confiable, datos que requieren fidelidad y ser encontrados rápidamente? Eso es algo a lo cual sólo cada uno puede responder. Sin darse cuenta estaría haciendo lo mismo que antes hacía quien pagaba por una enciclopedia o cualquier libro.

Al ser Internet una red abierta a la que todos tienen acceso, tanto para publicar como para consultar, y donde ha crecido una cultura que hace creer que lo que allí está es de propiedad de quien lo necesite, surge en este punto un reto para los creadores de la información seria y que es producto de un arduo trabajo: cómo proteger su producto intelectual y evitar que otros se mal aprovechen de él.

Ese problema tiene una solución a la vista que bien lo plantea Alex Beam en su texto *It's a case of who owns the words* (2005), en donde se esboza que todas las producciones digitales deben tener protección con *copyright*. Usted como productor mantiene el trabajo recogido y lo puede publicar en cualquier medio, se convierte en un *freelancers* que vende los artículos individuales de su base de datos.

Estudio de caso

Las TIC han producido grandes transformaciones en la sociedad y la vida de las personas, por eso la investigación en el siglo XXI en el campo de la comunicación fija su mirada sobre las nuevas tecnologías y los procesos de globalización.

En este sentido, esta investigación se centró en los usos y consumos de las nuevas tecnologías, pero en un espectro más amplio se enmarca en el fenómeno de la globalización de la cultura, de los consumos culturales y de las transformaciones sociales mediadas y mediatizadas por las nuevas tecnologías.

Para desarrollar el estudio planteado se tomó como base de observación a los estudiantes de la Universidad Jorge Tadeo Lozano de la Facultad de Ciencias Humanas, Arte y Diseño en su sede Bogotá. Mirando los alcances del proyecto y teniendo claro la dificultad que eso implicaba se determinó tener únicamente en cuenta en esta primera fase del proyecto a todos los alumnos que se encontraban inscritos y cursando asignaturas en los programas de Comunicación Social - Periodismo y Tecnología en Producción Radial.

El grupo de trabajo de esta investigación se fijó como primera labor, elaborar una encuesta que permitiera establecer cuatro aspectos fundamentales del grupo objeto de estudio: su información general, cuál era la competencia tecnológica que tenían, la accesibilidad que tenían a la tecnología informática y cuál era el uso y consumo que tenían de la tecnología informática.

Primer aspecto fundamental

Se buscó con la encuesta definir las características esenciales del estudiante objeto de análisis en esta investigación. Tabuladas las encuestas se encuentra que en concordancia con la realidad de la población nacional el 57,3% de los estudiantes son mujeres y el 42,7% restantes son hombres.

Siendo más específicos con el estudio y con los datos encontrados, es bueno resaltar que se está hablando de muchachos que en su gran mayoría se encuentran en el rango de 18 a 22 años de clase socioeconómica media (estratos 3 y 4) y que el 78,4% de ellos sigue el programa de Comunicación Social - Periodismo, mientras el 17,6% cursa el programa

de Tecnología en Producción Radial y un 4% cursa los dos Programas de manera simultánea.

Para cerrar esta primera parte de la encuesta se puede decir que tan sólo el 24,6% de los estudiantes encuestados trabaja mientras sigue sus estudios universitarios, el resto se dedica de manera exclusiva a las labores académicas.

Segundo aspecto fundamental

Se logra determinar cuál es la competencia tecnológica de los estudiantes y la forma como ellos han adquirido dicho conocimiento. Aunque no parece relevante para el estudio, pues se presumía antes de éste, el resultado que arroja la pregunta de uso de la tecnología informática es del 100%.

Se hace indispensable resaltar que el 62,8% de los estudiantes manifiesta que el aprendizaje acerca del uso de la tecnología lo tuvo de manera empírica, el 34,2% tiene conocimientos empíricos con algún fundamento apoyado en cursos de alguna índole y sólo el 2,5% adquirió sus conocimientos a través de algún curso.

Llama la atención de los investigadores el hecho que los estudiantes objeto de estudio resalten haber recibido bases tecnológicas en los estudios primarios y secundarios, pero no haber encontrado formación tecnológica durante su paso por la Universidad. Cabe aclarar en este punto que los estudiantes del Programa de Tecnología en Producción Radial en su gran mayoría sí reconocen haber recibido formación tecnológica en la Universidad.

En cuanto a programas informáticos específicos se pudo establecer que de una u otra manera manejan los programas básicos del computador (Word, PowerPoint y Excel). Otro punto que queda claro observando el desarrollo de la encuesta es que los estudiantes son hábiles en el manejo de algunas de las herramientas, pero no en el lenguaje de las mismas.

Tercer aspecto fundamental

Se buscó establecer si poseen computador propio, si es personal o compartido, y cuáles son los accesorios periféricos con los que cuenta en su computador y si tiene acceso a Internet y desde qué lugar.

Lo primero que se pudo establecer es que de todos los encuestados el 88,4% cuenta con computador propio; el 72,9% posee computador de escritorio, el 6,5% tiene un computador portátil y el 9% manifiesta tener de ambos tipos. Se hace necesario resaltar que el 47,2% de los estudiantes que tienen computador lo comparte con algún miembro de su hogar mientras que el resto lo maneja de manera exclusiva.

Es representativo que el 82,9% de los estudiantes que tiene computador propio cuenta con acceso a Internet. En cuanto a los accesorios del computador se puede decir que el 83,4% posee impresora, el 35,2% posee escáner, el 18,1% una impresora multifuncional, el 41,2% posee cámara y el 54,8% USB. Es bueno resaltar que los porcentajes indican más del 100%, pues los estudiantes manifiestan tener más de un accesorio.

De los estudiantes que manifiestan no tener computador propio (10,5%), se debe decir que acceden a este servicio en la Universidad, un café Internet, en cabinas, la oficina, donde amigos y familiares. Se debe decir que los estudiantes se conectan a Internet y hacen uso de este servicio en su gran mayoría en la casa y en la Universidad, seguido por los café Internet; en menor medida lo efectúan donde amigos, cabinas, el trabajo o familiares.

Cuarto aspecto fundamental

Se buscó establecer cuál es el uso y consumo que hace el estudiante de la tecnología informática.

Lo primero que se quiso establecer es qué uso y con qué frecuencia utilizan el computador; de ello se puede presumir que el 82,9% de los encuestados utiliza su PC para realizar trabajos de la Universidad, para realizar algún tipo de trabajo profesional lo utiliza

el 18,6%, para navegar en Internet 66,3%, para comunicarse con otros el 69,3% y para distraerse el 44,2%. Es bueno resaltar que los porcentajes indican más del 100%, pues los estudiantes manifiestan tener más de un uso.

Al mirar con qué frecuencia utilizan el computador los estudiantes, se encuentra que el 70,3% lo usa diariamente, el 22,1% tres a cuatro veces por semana, el resto lo hace semanal o quincenalmente. En cuanto a tiempo por sesión se debe decir que de 1 a 3 horas lo utiliza el 68,8%, de 4 a 6 horas el 17,6%, 7 horas o más el 9,5%, siendo el porcentaje restante para quienes lo utilizan por menos de 1 hora.

La mayor frecuencia de acceso al computador se da en la casa seguida por la universidad y bastante distante de los café Internet, el trabajo, las cabinas y otros lugares. Mirando la frecuencia de conexión a Internet se puede decir que hacen uso diario de este servicio el 55,8%, de 3 a 4 veces por semana el 24,6%, mientras que los otros lo hacen semanal, quincenal o mensualmente.

Del 55,8% de los estudiantes que hacen uso diario de Internet el 35,7% se conecta de 1 a 3 horas, más de 4 horas el 14,6%, el porcentaje restante lo hace por menos de una hora. Es claro que el grupo objeto de estudio se conecta a Internet en un alto porcentaje desde la casa y la universidad sin desconocer el apoyo que brinda el lugar de trabajo, los cafés Internet, las cabinas y otros lugares.

Indagando para qué se conectan a Internet los estudiantes se logró establecer que el 81,4% lo hace para buscar información, el 41,7% para leer noticias, el 73,9% lo hace para leer el correo y conectarse a Messenger, el 24,6% lo hace para chatear, el 8,5% lo hace para jugar, el 6,5 para efectuar compras, el 36,2% para bajar videos e imágenes, el 43,2% para bajar música, el 24,1% para pasar el tiempo libre, 12,1% para educación virtual, 6,5% para realizar transacciones bancarias y para otros usos 3%. Es bueno resaltar que los porcentajes indican más del 100%, pues los estudiantes manifiestan tener más de un fin al momento de conectarse.

Se puede hacer obvio decir que el 90,4% de los encuestados tienen correo electrónico, sorprende que el porcentaje restante no lo tenga. Es bueno resaltar que del total de los encuestados el 44,2% tienen dos cuentas de correo electrónico, el 22,1% una sola, el 17,1% tiene tres cuentas de correo, el 9,5% tiene cuatro o más.

Es bueno resaltar que los estudiantes mantiene correspondencia vía e-mail: 25,1% con padres y hermanos, 20% con otros familiares, 75,9% con amigos, 51,8% con compañeros de estudio, 7% con profesores, 13,6% con compañeros de trabajo y 7% con jefes.

Mirando el propósito de los bancos y de la misma red, sorprende encontrar que tan sólo el 21% tiene plena confianza para realizar transacciones bancarias o compras a través de la red.

Al indagar por cómo se consideraba frente a la tecnología, los estudiantes se calificaron: el 49,7% como usuario promedio, el 17,6% como usuario por necesidad, el 8% como adicto y no supo cómo calificarse el 24,6%.

Al catalogar la importancia del pc en sus vidas, el 83,4% de los encuestados lo catalogan muy importante. Se debe resaltar que, del 10,5% que no tienen pc propio lo considera muy importante el 9%, y de los que sí lo tienen el 15% lo considera poco importante.

Para finalizar la encuesta se establece que se consideran totalmente conectados el 65,8% de los encuestados. Vale resaltar que del 10,5% de los estudiantes que no tiene computador propio el 5,5% se considera totalmente conectado. Es curioso que de los que se consideran muy conectados el 42,2% utiliza tan sólo de 1 a 3 horas el computador; y tan sólo el 15,6% lo utilizan más de 4 horas.

Otra fase de estudio

Tiendo como base los resultados de las encuestas, la relación saber/poder y el uso y consumo de la tecnología se hizo imprescindible abordar otra etapa en la investigación que permitiera conocer de cer-

ca apreciaciones que permitieran aproximarse más a las premisas antes mencionadas. Para esto se dividieron los resultados obtenidos en dos categorías ya establecidas: conectados y desconectados.

De esas categorías se eligió de manera aleatoria a un grupo de estudiantes para realizarles una entrevista en la que se pretendía ratificar los datos ya obtenidos y profundizar en el uso y consumo de las nuevas tecnologías para vislumbrar la relación saber/poder que se presenta y qué tanto afecta o no la brecha generacional entre unos y otros.

Con la entrevista se pretendía establecer cuál es el uso que le dan al PC, si se consideran competentes frente al uso del computador, qué hacen cuando se conectan a la red, el papel que juega la tecnología en su vida, la relación del uso del computador y la Internet con la vida académica, el uso que hacen de la información encontrada en la red, el concepto que tienen del uso de la tecnología por parte de los profesores y si sienten ventaja de algún tipo frente a sus pares, familia y profesores por parte del uso de la tecnología o la brecha generacional que se puede presentar.

En este sentido se parte de la premisa de que los jóvenes tienen un amplio dominio de la tecnología y que se aprovechan de ella para su beneficio personal, académico y social. Indagando con los estudiantes a través de las entrevistas se pudo establecer que ellos no son tan hábiles como se pensaba y que no explotan de manera adecuada el producto que tienen en sus manos.

Un mundo invadido por reproductores de audio y por celulares con múltiples funciones lleva a que los usuarios busquen acceder a la red para bajar música, videos y diferentes elementos que demuestren que se está a la moda y que se tiene lo último en tecnología. Es un elemento que da un tinte de superioridad sobre los demás a nivel de conocimiento y capacidad económica.

Internet se ha convertido en la herramienta ideal para el ocio, la comunicación y el entretenimiento, pero detrás de esto se esconden per-

sonas que buscan evadir los problemas de su entorno y que encuentran en la Internet un mundo diferente que les permite relacionarse con los demás sin llegar a tener un contacto personal y desplazarse a grandes distancias. Es claro que la herramienta más utilizada por todos es el correo y el Messenger, pues a través de ellos establecen contacto con los demás e intercambian distintas informaciones.

Otro punto a tener en cuenta y que no se puede dejar de lado es que los estudiantes recurren al computador para hacer sus trabajos académicos y al mismo tiempo hacen uso de la red para buscar la información necesaria que les permita desarrollar sus talleres y trabajos asignados en la Universidad.

La respuesta más común para avalar la actitud antes reseñada es que si bien los docentes se preocupan por estar actualizándose de manera tecnológica, no se puede desconocer que hay una brecha que marca distancia entre unos y otros; en pocas palabras, el grupo de estudio arroja un dato que deja en evidencia que “es fácil engañar” presentando un trabajo realizado por otros.⁴

Reflexiones finales

El punto de partida de la investigación fue un prejuicio: los jóvenes son competentes en el uso de la tecnología informática. Se suponía además que están conectados permanentemente y que ese saber hacer (instrumental) con la tecnología se constituye como una forma de conocimiento que entra en conflicto con el saber/conocimiento hegemónico de la escuela, de carácter logocéntrico, racional, científico, que se encarna en los docentes y se soporta en los libros.

Sin embargo, lo antes planteado se complejizó al establecer que los estudiantes de los Programas de Comunicación Social y Tecnología en Producción Radial de la UJTL señalan a través de este estudio que el

⁴ Aunque no era un objetivo claro de la investigación establecer el plagio por parte de los estudiantes, esto es lo que se pudo establecer en el análisis cualitativo de las entrevistas realizadas al grupo objeto de este estudio.

aprendizaje de las nuevas tecnologías lo han tenido de manera empírica, pues reciben algún tipo de conocimiento tecnológico en primaria, aumenta en secundaria y decae en la Universidad. Se debe reseñar que a nivel de manejo de programas, dominan aquellos que son acordes a la labor y formación del comunicador, pero se evidencia fácilmente que conocen el manejo, más no el lenguaje técnico del mismo.

Para los programas de Comunicación Social y Tecnología en Producción Radial de la UJTL es preocupante que nuestros futuros profesionales no comprendan las TIC como una herramienta para comunicar proyectos encaminados a mejorar el entendimiento de los problemas propios de la comunidad, ejerciendo investigación, análisis y síntesis de los fenómenos comunicativos.

Con todo lo aquí reseñado, los Programas y por ende la Universidad se empiezan a cuestionar cuál es el papel de formación que estamos cumpliendo a nivel de las nuevas tecnologías; esto conlleva a generar una serie de reflexiones encaminadas al campo de la comunicación en red, obligando indudablemente a establecer cuáles son los usos y consumos de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación "TIC" que hacen los docentes, y cómo estos las incorporan en el desarrollo de sus asignaturas a lo largo de un período académico.

Los saberes eruditos, científicos y filosóficos heredados de la ilustración, son saberes que se han reproducido como formas dominantes a través de la escuela, entendida como institución social. En el aula de clase aún se reproduce el modelo docente/estudiante, homologable a saber hegemónico/saber subalterno y a *episteme/doxa*. Los modelos pedagógicos más contemporáneos pretenden volver difusa esta relación binaria al adoptar discursos democratizantes en los que no hay un saber absoluto encarnado en el docente, sino que en el espacio de aprendizaje todos enseñan y aprenden. Sin embargo emergen otros dispositivos más sutiles que perpetúan el modelo dominante: un docente que orienta procesos y un sujeto que es orientado, alguien con

más experiencia y alguien con menos experiencia, siempre con el respaldo de lo instituido como disciplina.

Hilando más delgado, los lenguajes que se construyen o se transforman en el uso y consumo de la tecnología evidencian otra forma de cambio en las dinámicas del poder. El lenguaje es potente como dispositivo de control. Cuando el joven se expresa con una terminología propia del escenario de relaciones en la virtualidad, está dejando por fuera de su espacio al adulto que no lo comprende. Esto es evidente en respuestas en las que los jóvenes nos dicen que sus padres no entienden mucho de la tecnología. Esto nos conecta de hecho con el proyecto de investigación sobre «El habla de los jóvenes en la Tadeo», pues podemos sostener que los lenguajes dan cuenta de formas de referenciar (representar) y (re)construir la realidad desde la subjetividad (individual o colectiva). En este sentido, el lenguaje –y por extensión la comunicación– es un espacio de confrontación, de negociación, en fin, de ejercicio del poder. El lenguaje genera formas de exclusión, y en el caso del lenguaje “especializado” de la tecnología (más bien la jerga que se construye a partir del uso) es evidente que quien no lo conoce y/o no lo usa queda por fuera de ciertos círculos relacionales. El lenguaje (la jerga) asociado al uso y consumo de la tecnología permea la vida cotidiana y trasciende las relaciones mediadas por la pantalla; es decir, en las formas de habla de los jóvenes aparecen las palabras asociadas a la tecnología (chatear, bloguear, etc.) que se convierten en dispositivos de exclusión.

Como todo poder genera resistencia (que es otra forma de poder) las relaciones en el aula (o con los adultos) comienzan a evidenciar que esas resistencias son múltiples y están presentes en los diferentes actores. Por un lado, los profesores de vieja guardia que se resisten a abandonar viejas prácticas y condenan o por lo menos cuestionan fuertemente el uso de la tecnología, pues se convierte en una forma de promoción de la falta de rigurosidad. Por otro, los jóvenes que van adoptando formas de resistencia ante esas viejas prácticas centradas en el libro y el discurso

del docente. Esto como ejemplo sencillo, pues el microcosmos relacional del aula comienza a evidenciar un campo de batalla por la hegemonía del saber, uno asociado al saber ilustrado, científico y académico, y otro al saber cotidiano y al lenguaje (uso y consumo) de la tecnología.

Referencias bibliográficas

- BEAM, Alex. 2005. *It's a case of who owns the words*. Boston, Boston Globe.
- COMISIÓN REGULADORA DE TELECOMUNICACIONES (CRT). Informe Internet, diciembre de 2003. <http://www.crt.gov.co>
- . Informe Internet, junio de 2004. <http://www.crt.gov.co>
- DERTOZOS, Michael L. 1998. *Qué será: cómo cambiará nuestras vidas el nuevo mundo de la informática*. Bogotá, Planeta.
- DUEÑAS, Carlos. 2000. «Miedos, creencias y distancias: el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el aula universitaria». Proyecto de grado. Bogotá, Universidad Central (Especialización en Comunicación - Educación).
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. 1995. *Consumidores y ciudadanos*. México, Grijalbo.
- GONZÁLEZ, Jorge. 2001. «Cibercultura en el diseño de políticas culturales». Conferencia presentada en la Cátedra de Políticas Culturales del Ministerio de Cultura. Bogotá, sept. 18.
- JOYANES, Luis. 1997. *Cibersociedad: los retos sociales ante un nuevo mundo digital*. Madrid, McGraw Hill.
- LEÓN DUARTE, Gustavo. 2002. «Teorías e investigación de la comunicación en América Latina, situación actual». <http://www.ull.es/publicaciones.htm>
- LIPOVETSKY, Gilles. 1986. *La era del vacío*. Barcelona, Anagrama.
- LOZANO RENDON, José Carlos. 1996. *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México, Alhambra.
- MALDONADO, Tomás. 1998. *Crítica de la razón informática*. Barcelona,

Paidós.

MEDIA PLANING. 2004 (julio). «El consumidor de medios». Documento digital. Presentación PPT.

PÉREZ TORNERO, José M. 1994. *La seducción de la opulencia*. Barcelona, Paidós.

PISCITELLI, Alejandro. 2002. *Meta-cultura: el eclipse de los medios masivos en la era internet*. Buenos Aires, La Crujía.

SANDOVAL MARTÍN, María Teresa. 2000 (julio). «Algunas cuestiones sobre el uso de Internet para los próximos años». En: *Revista Latina de Comunicación Social*, Nº 31. La Laguna (Tenerife). <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/z31jl/88sandoval.htm>.

SIERRA GUTIÉRREZ, Luis Ignacio *et al.* 2003. «¿Qué hay de nuevo en los estudios de comunicación-cultura en América Latina?» Documento final de investigación. Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana (Facultad de Comunicación y Lenguaje).

SUNKEL, Guillermo. 1999. *El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación*. Bogotá, Convenio Andrés Bello.

TAPSCOTT, Don. 1998. *Creciendo en un entorno digital: la generación Net*. Bogotá, McGraw-Hill.

TENOPIR, Carol. 2005. «Inundated with data». *Library Journal*, vol. 130, iss. 14. New York. p. 31.

TREJO D., Raúl. 1999. «La internet en América Latina». En: Néstor GARCÍA CANCLINI y Carlos MONETA (coords.), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*. México, Grijalbo.