



De la cultura juvenil a la

ciber

cultur@ juvenil:

más allá del prefijo del ciber

Antonio Quintana Ramírez

Resumen:

En este artículo se presenta una revisión del tema ciberculturas juveniles, para lo cual se parte de una introducción sobre la cultura y la emergencia del concepto de cibercultura, en tanto las condiciones de nuestra época hacen que el conjunto de sistemas culturales que han aparecido estén fuertemente vinculados con las tecnologías digitales. A partir de la consideración que la cultura es el resultado de la interrelación de los entornos materiales, los entornos simbólicos y los entornos organizativos (la sociedad), estos tres elementos se retoman como elementos estructurantes de la revisión del tema en relación con los jóvenes; el artículo cierra con una breve presentación de la cibercultura flogger como propia y producto de la intersección propuesta.

Palabras clave:

Culturas juveniles, cibercultura, ciberculturas juveniles, floggers.

Abstract:

This article presents an overview of the topic of youth cyberculture. It begins with an introduction to the concept of culture and the emergence of the cyberculture concept, where much of the emerging cultural systems appear to be strongly associated with digital technologies. Starting with the assumption that culture is the result of the intersection of physical environments, symbolic environments and organizational settings (society), these three elements have been incorporated as structural elements of the review of the topic in relation to young people. The paper ends with a brief presentation of flogger cyberculture as distinct sub-culture that emerges from this intersection.

Keywords:

Youth culture, cyberculture, youth cyberculture, floggers.

Antonio Quintana Ramírez

Correo aquintana21@gmail.com

Estudiante del Doctorado Interinstitucional en Educación, en el énfasis lenguaje y educación, línea “Interacciones de los niños y jóvenes con las mediaciones infocomunicacionales”. Docente Titular de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Facultad de Ciencias y Educación, Especialización Educación en Tecnología. Bogotá, Colombia. Grupos de Investigación: Grupo Jóvenes, Culturas y Poderes y DIDACTEC.

Introducción

La comprensión de nuestra actual cultura, que se adjetiva desde diversas fuerzas que pugnan por su dinamización, la tecnológica, pero también la juvenil, entre otras, nos hacen detener la mirada en esta doble y poderosa condición. Este es el propósito de esta reflexión, que se propone exponer algunas ideas sobre la articulación del mundo de vida de los jóvenes, en el entorno tecnológico en el que habitan sus cotidianidades, y los nuevos universos de sentido que se producen en estas nuevas maneras de constituirse, de ser.

Empecemos por hacer algunas reflexiones sobre la cultura. Ésta es un producto híbrido de la interrelación de los *entornos materiales*, los *entornos simbólicos* y los *entornos organizativos* (la sociedad). Estos tres elementos serán la guía de la descripción analítica de la que nos ocupamos en este artículo.

Vista de esta manera, la cultura corresponde a prácticas “mediadas artefactualmente, representada e interpretada simbólicamente, articulada y realizada socialmente, y situada en contextos específicos” (Medina, 2003:14). Por lo anterior, es claro que la condición altamente tecnologizada de esta época, en relación con las circunstancias sociales y contextuales, definen parte de las condiciones de desarrollo cultural, en las que las nuevas generaciones viven y construyen su subjetividad, diferenciada de las generaciones adultas, e incluso de sectores distintos de la generación joven, pues tal como lo plantea Urresti (2008:10), “diferentes sectores sociales tienen en común la pertenencia al universo hipertextual que comparten generacionalmente... pero una vez superado ese primer dato, queda claro que los usos que producen se alejan

definitivamente entre sí y dependen de las vicisitudes cotidianas, propias del mundo de vida particular en que cada segmento de jóvenes actúa y se desarrolla”.

En este contexto surge el concepto de cibercultura, que es definido por Levy (2007) como el conjunto de sistemas culturales que han aparecido en estrecha relación con las tecnologías digitales. Estas tecnologías han dado lugar a la configuración de un nuevo espacio de interacción social, el ciberespacio¹, soportado en la aparición de un nuevo lenguaje, el digital.

Desde una perspectiva antropológica, Escobar (2005:15) hace énfasis en el poder transformador de las construcciones y reconstrucciones culturales, en las que las nuevas tecnologías están basadas y a las que a su vez ayudan a tomar forma; es decir, en una diada que se autodinamiza “desde la creencia de que cualquier tecnología representa una invención cultural, en el sentido de que ésta contribuye a formar un mundo nuevo”.

Ese nuevo mundo cultural es el producto de la interacción y mutua afectación entre las prácticas, usos, apropiaciones y modificaciones, mediadas por los instrumentos tecnológicos², con el mundo de representación y expresión simbólica de los individuos en entornos de socialización, en tanto “una cultura comprende no sólo capacidades, actividades y realizaciones de carácter simbólico (tales como representaciones e interpretaciones simbólicas, discursivas, artísticas, teóricas, cosmovisivas, colorativas, etc., es decir, la *cultura* en su acepción más restringida), sino también técnicas y artefactos materiales..., formas

1 Este no es un concepto nuevo y su origen, en la ciencia ficción, responde a la necesidad de enunciar el nuevo lugar creado por los computadores y las redes que crean una realidad ubicada más allá del mundo tridimensional, la realidad virtual, la de los bits, a los que se accede, aun por medio de las pantallas.

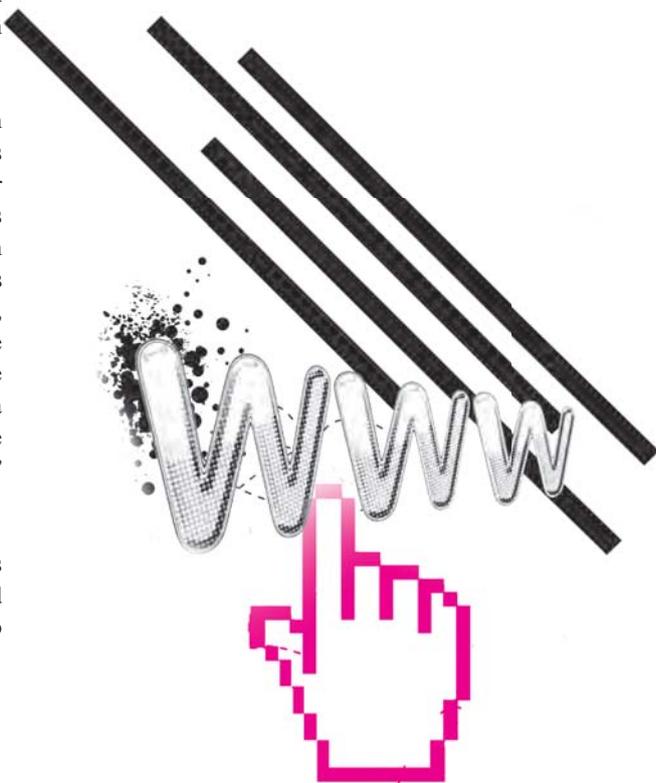
2 Es importante destacar que al referirnos a instrumentos producidos por la tecnología, estos incluyen tanto al múltiple y diverso conjunto de artefactos con los que interactuamos cotidianamente y que suelen ser más evidentes por su presencia fáctica, como al sinnúmero de procesos y a los complejos sistemas producidos por las tecnologías y que tienden, estos dos últimos, a ser más transparentes, menos evidentes, pero no por ello menos relevantes y presentes como el mundo artefactual.

organizativas de interacción social, económica y política...”. (Medina, 2003: 44).

Ahora bien, al preguntarnos de qué manera se está condicionando nuestra sociedad y nuestra cultura, este cuestionamiento nos adentra en una atmósfera social y cultural donde las tecnologías por sí solas no producen transformaciones, sino que son las estructuras, las redes, las interacciones y las prácticas sociales en las que éstas se insertan, las que otorgan un significado y configuran tendencias de uso e innovación social, de dominación o de cooperación. En este contexto surge la reflexión por los aspectos relevantes de la reconfiguración cultural agenciada por l@s jóvenes a partir de los cambios del entorno material, en particular de las tecnologías de la información y la comunicación, por sus nuevas prácticas de interacción social y por el universo emergente de nuevos sentidos.

Esta descripción previa permite hablar de la configuración de “verdaderas <<ciberculturas juveniles>> como ámbitos de encuentro virtual entre jóvenes que, a pesar de estar distantes en el espacio, intercambian información y datos sobre cuestiones de su interés, se relacionan entre sí con encuentros reales posteriores, se comunican a diario a través del chat y los foros y, en ese conjunto de flujos diversos, forjan una imagen de sí mismos, de los grupos a los que pertenecen, tomando conciencia de la generación en la que se incluyen y del mundo que los rodea. Internet es una suma de recursos informativos y comunicativos sobre los que se establecen y circulan repertorios de identificación...” (Urresti, 2008:10).

En seguida, abordaremos el primero de los tres elementos constitutivos de las ciberculturas juveniles, la materialidad que se vive en el día a día, de variadas maneras en nuestro contexto...



¿Qué hay del entorno material de los jóvenes, en nuestro entorno nacional?

Tal como se ha dicho previamente, los sujetos de las nuevas generaciones son: deseados -o no-, concebidos, nacidos y desarrollados, individual y socialmente, en un entorno colmado de artilugios tecnológicos que, tal como lo plantea Levy, proveen unas ciertas condiciones, diferenciadas, a partir de las cuales se dan múltiples opciones para el desarrollo de la cultura que se plasma en las prácticas, cotidianas e inéditas, de estos sujetos. La cultura, la de hoy, es pues el producto, en buena medida, de esa interacción/mediación constante de los individuos con las tecnologías y de ellos entre ellos, a través de ellas.

Estas tecnologías toman cuerpo en el que Urresti (2008) denomina “nuevo sistema de objetos”, que se caracteriza por su condición de **nómadas**, en tanto están disponibles para ser portados en movimiento, llevados consigo, integrándose como parte del yo distribuido de quien los porta; que además pueden ser **multifunción**, en tanto que en ellos convergen las posibilidades de cámaras digitales, grabadoras, contenedoras de música, videos y otro tipo de archivos y la **ubicuidad** que permite la conectividad y acceso a la red desde cualquier sitio.

Para la comprensión de cómo se dan las mediaciones de los jóvenes, en y con este entorno, resulta relevante la toma de una “instantánea” a esta realidad volátil, de permanencias efímeras y de cambios acelerados. A continuación se

presentan algunos datos interesantes del entorno material tecnológico referido al contexto latinoamericano y en particular al colombiano.

En relación con el acceso efectivo de las nuevas generaciones a las tecnologías de la información y la comunicación TICs-, en nuestro contexto hay situaciones contrastantes, heterogéneas y cambiantes en la última década.

El estudio de Rueda y Quintana (2004), que tomó datos en el año 2000 en cuatro escuelas públicas del Distrito Capital, con estudiantes de estratos 1, 2 y 3, reportó tenencia de computadores en casa por el 9,3% de los encuestados. En un estudio más amplio, realizado a nivel nacional, Muñoz (2006) reporta que la tenencia de computador en casa corresponde al 82.4%, dato que pareciera contrastar con los reportados por otros estudios³, que muestran baja disponibilidad de computadores en el hogar. Hacemos referencia a estudios como el de Sunkel (2006)⁴ para América Latina, en el que se muestra que incluso en los países con nivel alto (Chile, Uruguay, Costa Rica) la proporción de hogares con disponibilidad de computadores fluctúa entre 21 y 28%. En este estudio no hay datos sobre Colombia. El estudio más reciente y de mayor cobertura, de la Fundación Telefónica (2008)⁵, revela que el 65% de los adolescentes (10-18 años) declararon poseer un ordenador en casa.

3 Para el caso de este estudio es importante destacar el perfil de los encuestados: en primer lugar, el mayor porcentaje de entrevistados (45.5%) son universitarios, mientras sólo el (21.2%) estudian en el colegio; adicionalmente, el porcentaje de estudiantes en estratos 1 a 3 es del 21,2% y el restante 78,8%, la gran mayoría, son de estratos 4 a 6, siendo de este último estrato el 18.8% de los encuestados. La encuesta se aplicó en Bogotá (30% aprox.), Cali (27% aprox.), Manizales (35%) y en Villavicencio (3% aprox.).

4 Este estudio fue preparado por Guillermo Sunkel y desarrollado con información de nueve países de la región. El trabajo fue auspiciado por la División de Desarrollo Social de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

5 El estudio fue coordinado por Bringué y Sádaba (2008), y auspiciado por la fundación Telefónica, en el cual se da cuenta de los usos que de estas tecnologías hacen los niños y jóvenes en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela. El estudio tomó una muestra de 25.467 sujetos, que fueron consultados durante los meses de octubre de 2007 y junio de 2008 en dos segmentos de edades, de 6 a 9 años y de 10 a 18 años. Por la actualidad, cubrimiento y pertinencia de este estudio, lo tendremos como referente principal en la descripción que se hace en el resto de este apartado.

Ahora bien, estos estudios sirven para confirmar que, en particular, el tener computador en casa es una situación privilegiada para los jóvenes en niveles de formación superior, en condiciones socioeconómicas favorecidas y en las grandes ciudades, mientras en las clases más deprimidas, y por supuesto en aquellas del sector rural y con menores niveles de escolaridad, las cifras no son tan halagüeñas. También es evidente el crecimiento porcentual, que en los últimos 10 años se ha incrementado casi hasta llegar al 50% de computadores en casa, lo cual da cuenta de un acceso efectivamente cada vez mayor, lo que si bien representa un avance en la “cobertura” y posibilidades de acceso para la mitad de la población, no significa que esto permita hablar de una “democratización” o “alfabetización” efectiva de acceso y uso, ya que hablar de ellas implica considerar otras dimensiones, tales como la de la apropiación, las dinámicas de uso efectivo y, quizás el mejor indicador, la productividad, que para el caso colombiano, en el estudio en referencia es negativa en la mitad de los casos y supera a la media global para toda la región⁶.

Respecto a la conexión a la red, el dato que muestra que el 46% de los jóvenes colombianos que se conectan lo hacen desde la escuela como lugar más habitual de navegación llama la atención, pues muestra que la escuela, a pesar de las múltiples críticas en relación con sus atrasos y ritmos diferenciados con el mundo de la vida (en particular el que tiene que ver con las tecnologías de la información y la comunicación), es, para buena parte de la población, el lugar de conexión con el mundo del ciberespacio y que por tanto las opciones de compañía durante estas actividades de navegación se dan por parte de los profesores, aunque suele darse casi siempre con valores realmente bajos (7%). (Ibid, 2008: 98). Si bien estos datos no son un reflejo de la acción de la escuela con respecto al uso pedagógico de las TICs, sí

dan cuenta de una situación de oportunidad que ésta tiene como lugar de acceso y posibilidades de acompañamiento a los jóvenes, que en otros entornos están sencillamente “solos” *navegando*, *naufregando*, o sencillamente a la *deriva* en el ciberespacio.

Como síntesis de esta investigación, que hace un mapeo del entorno material de l@s jóvenes latinoamericanos, se plantea que esta es una generación “**equipada**” y que se incrementa en número al unísono que lo hace su provisión de soportes artefactuales para la comunicación, la participación, el acceso a la información, en suma, para la interacción.

Además de equipados, esta generación, dice el estudio, usa de manera **integrada** y **multifuncional** las pantallas a su alcance, y lo hace tanto para el ocio como para la relación social. También los usos se caracterizan por la simultaneidad



⁶ Este aspecto de producción fue valorado con una pregunta sobre la posible autoría de una página web o un blog.

de diferentes artefactos y acciones, generando situaciones de **multitarea**. Y si bien hay diferencias de acceso en diferentes segmentos de la población infantil y juvenil, tal como se evidenció previamente, esta es una generación **precoz**. En este estudio también se hizo evidente el uso matizado por el género, en tanto las mujeres prefieren el uso que les permite **relacionarse**, los hombres presentan tendencia a la **acción**. Los datos también muestran evidencia de cambios o “**maduraciones**” en los usos, habiendo desplazamientos del ocio hacia usos que podrían denominarse más productivos y así los jóvenes mayores, por ejemplo, usan menos los juegos y el internet lo utilizan más para la actividad del estudio.

De otra parte, el fenómeno de convergencia digital y el énfasis tecnológico en la movilidad e individualización, ya muestra su correlación con una generación **movilizada y emancipada**, ya que los adolescentes poseen las condiciones para la generación de un hábitat propio, aislado de la vida familiar y, en muchas ocasiones, equipado para abrirse de forma global a un universo interactivo (Ibid, 2008: 313).

La reflexión frente a esta aproximación en números, que nos muestra un panorama **generalizante** respecto a la proliferación y crecimiento de oportunidades de interacción, que tendrían niños, niñas y jóvenes con las tecnologías, ha de matizarse en tanto es evidente que aquellos que están por fuera de las estadísticas previas, hacen parte de un grueso de población infantil y juvenil, en *número significativo*, que están del otro lado del desarrollo de las competencias digitales que devienen de

estas cercanías, o mejor diríamos distanciamientos, con el entorno material digital que, sumado a la acumulación asimétrica de capital cultural y simbólico, y aunado a los diversos niveles socioeconómicos, marcan y acentúan la brecha entre los que tienen y no. Hacer frente a estas diferencias le corresponde, entre otras, a las políticas de Estado que, mediante programas de incorporación de estas tecnologías, sobre todo en los entornos escolares, tratan de mitigar no solo las diferencias de acceso, sino sobre todo la cualificación del uso de las tecnologías, que se ubiquen más allá del horizonte lúdico y de ocio y que trascienda a actividades de aprendizaje, autoformación y de participación de un nuevo orden, en el que la producción ha de ser no solo de presencia sino también de contenido.

Los datos también muestran que hay efectivamente una participación importante de la escuela como lugar de encuentro, formación y uso de estas tecnologías, dando un espacio de oportunidad a la escolaridad de incidir en la formación y construcción de relaciones de la generación interactiva con el mundo digital⁷.

Veamos ahora qué elementos se destacan en los entornos simbólicos en medio del entorno material descrito.

Se caracteriza por la emergencia de los que Igarza (2008) denomina los nuevos medios, que se traslapan con los anteriores medios masivos de comunicación e información, y que en esencia son nuevas formas culturales en tanto permiten la construcción, representación y distribución de universos de sentido por parte de los usuarios que participan activamente en su elaboración.

7 En este sentido se reconoce una tendencia, si no un esfuerzo concertado de los gobiernos latinoamericanos, de la mano de organismos multilaterales (que por cierto en algunos ámbitos no deja de generar miradas de sospecha), para cerrar o minimizar la brecha digital a través de la promoción de programas estatales de incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación en el ámbito educativo. Para ampliación de este tópico véase: Gill. et. al. (2005) auspiciado por el Banco Mundial y disponible en línea: http://recursostic.javeriana.edu.co/multiblogs/rects/brecha_edutics_BM.pdf

Los entornos simbólicos

Estos nuevos medios se caracterizan, entre otros aspectos que detallaremos más adelante, por ser de naturaleza digital y por tanto están soportados en los computadores y en el poder conectivo de la red. De otra parte “son sistemas hipermedia⁸ adaptativos que proponen una experiencia de inmersión en un entorno permeable, crecientemente inteligente y personalizable, que tiende a involucrar al usuario en una sucesión de toma de decisiones potencialmente sin fin” (Ibid, 2008:11).

Ahora bien, este paso de los medios masivos de comunicación a la idea de los nuevos medios nos hace pensar en lo que significó en su momento el paso de la tecnología de la imprenta a las tecnologías electrónicas, en las que aparecen la radio, el cine y la televisión (que por supuesto en su momento fueron designados como los nuevos medios, frente al libro y los diarios, máximos exponentes de la tecnología de la imprenta) y que permitieron una revolución en la elaboración y distribución de ideas y sentimientos, modificando no solamente las relaciones humanas sino también la sensibilidad humana, dando lugar a la idea de la aldea global en la que, gracias a la posibilidad de compartir de manera simultánea los acontecimientos del mundo, fue posible la participación simultánea en las experiencias colectivas, como sucede en una aldea o en una tribu. “Del mismo modo que los esquimales han perdido su carácter de tribu mediante la imprenta, pasando en el curso de unos pocos años desde el estado de nómadas primitivos al de técnicos alfabetizados, así nosotros, en un período igualmente breve, estamos pasando a constituir una tribu a través de los medios electrónicos”. (Carpenter y McLuhan, 1974:13).

Además de disponer de manera distinta nuestro entorno de vida, que ahora trasciende los límites geográficos,

ubicándonos en la gran aldea global, estos nuevos medios conllevan el surgimiento de nuevas formas de expresión en las que se matizan y se mezclan, de nuevas maneras, los componentes estéticos y narrativos con las posibilidades tecnológicas que alteran “la forma de producir, distribuir y consumir contenidos” (Igarza, 2008: 8). Ahora bien, estos contenidos se han dinamizado para el consumo juvenil en la medida en que el mundo audiovisual llegó a la pantalla del computador, de los celulares y del ya sinnúmero de artefactos pantallizados.

¿De qué otras nuevas condiciones de interacción con contenidos estamos hablando en los nuevos medios? Scolari (2008: 78) expone las siguientes:

- Transformación tecnológica centrada en el proceso productivo y en la materia prima de las nuevas formas de comunicación (digitalización).
- Configuración muchos a muchos (reticularidad).
- Estructuras no secuenciales (hipertextualidad).
- Convergencia de medios y lenguajes (multimedialidad).
- Participación activa de los usuarios (interactividad).

Se destaca de estas nuevas condiciones la reticularidad, en tanto propicia la transformación de la condición de **verticalidad** en la que la dirección de las transmisiones son del modelo “uno a muchos”, propios de los precedentes medios masivos, por la condición de **horizontalidad** en el intercambio que configura el nuevo modelo “de muchos a muchos” y con ella la apertura a la participación abierta e individualizada, que hace que el nuevo ecosistema mediático-cultural se dirija más a la interacción comunicativa antes que a la recepción.

⁸ Los sistemas hipermedia corresponden a las estructuras navegables en la red, o soportes externos como los CDROM y que enlazan fragmentos, nodos o contenidos textuales, de audio, gráficos y de video.

También, enfatiza Igarza, surgen alteraciones en relación con la formalidad de la formación de los sujetos y la instrucción y la asimetría de la relación con el conocimiento, que da paso a experiencias tan interesantes como novedosas y que descentran los procesos de enseñanza de la institucionalidad escolar hacia las acciones más personalizadas e informales de aprendizaje de individuos y colectivos. Por supuesto, en estos nuevos entornos se crean nuevas formas de percibir y de generar las relaciones con el saber, con los otros, con la producción, con los recursos disponibles y con las maneras de utilizarlos.

Desde otra mirada, en la emergencia de los nuevos medios se da el fenómeno de la llamada *convergencia digital*, según el cual los consumos, la lógica de las redes y la lógica de la digitalización tienden a confluir en modos de interacción y participación, en lógicas de interconexión y en aparatos que ofrecen servicios múltiples integrados. Así, por ejemplo, un teléfono celular permite grabar audio, tomar fotografías (todo en formatos digitales de alta resolución), a la vez que hace posible recibir y responder correos y mantenerse en contacto con las redes sociales; los computadores también permiten la conexión a la telefonía fija y celular, el acceso a diarios, televisión y emisoras de radio, en entornos digitales; a su vez las emisoras radiales que hoy mantienen formato análogo y digital, abren espacios de interacción en las redes sociales (varias en simultáneo), en espacios de chat, de manera sincrónica y en lugares de consulta asincrónica en páginas *web*, *blogs* interactivos, *foto*logs, etc., en los cuales el mundo hipermedial se abre en múltiples posibilidades de recorrido y de recursos multimediales.

Es evidente que el mayor impacto se da gracias a la facilidad de interacción entre los sujetos y de estos con los

contenidos, de los cuales ahora se es también parte activa como prosumidores⁹. Para describir estas alteraciones Scolari (2008) propone el concepto de hipermediación que se refiere NO “tanto a un producto o a un medio, sino a *procesos de intercambio, producción y consumo simbólico, que se desarrolla en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí*”. “*Las hipermediaciones, en otras palabras, nos llevan a indagar en la emergencia de nuevas configuraciones que van más allá –por encima– de los medios tradicionales*” (Ibid, 2008: 114).



9 El concepto de “prosumidor” fue acuñado por Alvin Toffler. Según este concepto, el mercado crecería en relación con la personalización de los productos y para esto los consumidores tendrían que tomar parte en el proceso de producción, especialmente especificando los requisitos de diseño. Por supuesto Toffler no supuso que a la base de este concepto, la producción por parte de los propios consumidores iría a encontrar en el potencial interactivo y de participación brindado por las TICs, en particular las redes y la web 2.0, el vehículo de producción y consumo cultural más poderoso nunca antes imaginado.

En relación con la producción simbólica, Snowden (2000), al explicar el papel de las historias en la construcción del lenguaje simbólico, muestra que en los ambientes informales e interdependientes (propios de los que se habitan en las redes del ciberespacio, tal como se mencionó previamente) se dan procesos de aprendizaje de altos niveles de abstracción, que emergen como producto de una red compleja de obligaciones, experiencias y compromisos mutuos, entre quienes participan en una comunidad o en una organización social. Estas interacciones se dan, en buena parte, gracias a la “capacidad de los lenguajes simbólicos para transmitir una gran cantidad de conocimiento o información, de una manera muy sucinta. Cada símbolo tiene un significado diferente según la combinación de símbolos que lo precedió¹⁰” (Ibid, 248). Ahora bien, los lenguajes simbólicos “son difíciles de comprender y casi imposibles para usar, a menos que se haya crecido en la comunidad de usuarios de dichos símbolos. En algunas sociedades primitivas los símbolos corresponden a historias completas, que a menudo son de uso único para una familia particular, que educa a sus hijos para actuar como depositarios de historias humanas complejas que contienen la sabiduría de la tribu” (Ibid, 248). Y este es el caso de las nuevas comunidades de los “nativos digitales”¹¹, que se crean por la asociación de intereses y que progresivamente crean todo un lenguaje, buena parte de él constituido desde historias que se acumulan en la historia de significados de esas comunidades en particular, y por lo tanto los accesos a su comprensión escapan a un “lector”, visitante o “inmigrante” temporal.

Para dar cierre a la descripción de estas nuevas formas de configuración cultural, abordaremos ahora la dimensión social en la cual las jóvenes articulan sus mundos de vida.

El contexto sociocultural de la condición juvenil

Desde una mirada sociocultural, comprender la juventud amerita la complejización del sujeto, puesto que la edad y el desarrollo biológico no permiten comprenderlo en sus diversas dimensiones, que se caracterizan de manera particular por efecto de vivir en una época definida, entre otros aspectos por la aceleración de los cambios y por tanto la reducción de los tiempos históricos, “... los sujetos situados en momentos similares de la historia tienden a relacionarse con estímulos similares... pero, cuando el tiempo se acelera y los cambios radicales se suceden a mayor velocidad, las generaciones se separan entre sí, incluso viviendo en los mismos períodos epocales”, (Urresti, 2008: 41).

En este contexto, las llamadas culturas juveniles, que en su origen fueron producto de la guerra, hoy nacen en el seno de estas nuevas condiciones; ahora son producto del internet y de las nuevas circunstancias de presencialidad, vecindad o proximidad, temporalidad, corporeidad; en suma, de nuevas maneras de comunicarse, representarse y de interactuar, en las cuales aparecen y se acentúan nuevos modos de estar en contacto, de asociarse, de participar, de generar prácticas de autorreconocimiento y autoconstrucción. Construcción que es mediática, producto de los consumos e interacciones culturales. El planteamiento de ser joven es una experiencia de cuerpo, tiene que ver con sexualidad, consumo, irreverencias y, en suma, con nuevas maneras de relacionarse con el mundo.

Al hablar de la condición juvenil, se da cuenta del conjunto de circunstancias de orden material y simbólico,

10 Traducción del autor de este artículo.

11 Marc Prensky (2001), creó esta forma de designar a las nuevas generaciones de estudiantes nacidos en el entorno digital.



previamente descritas, y de las interacciones sociales de los sujetos, que en esta época se caracterizan y enuncian de diversas maneras.

Los jóvenes como actores centrales de la sociedad del consumo y del mercado

Tal como lo expone Muñoz (2006: 44), el consumo “reduce el papel del sujeto al de cliente o comprador en el mercado (ya sea de bienes, servicios u objetos inmateriales)”. En este marco, “El *consumo cultural* sería una práctica específica, debido al carácter particular de los bienes culturales, en la medida en que su valor simbólico predomina sobre su valor de uso (o de cambio). Y la industria cultural llega a ser un motor fundamental del capitalismo, capaz de convertir en mercancías las representaciones colectivas, empaquetadas en forma de imágenes atractivas”.

El consumo se erige entonces como uno de los discursos a partir de los cuales se relata la juventud, pero, “al contrario de lo que sucedía en los años del surgimiento de las culturas juveniles, cuando los consumos tendían hacia una generalización homogeneizante originada en los países

centrales..., las culturas juveniles actuales responden a otros patrones de difusión, en principio en todas las direcciones pensables, de centros a periferias, pero también de periferias a periferias y, con fuerza creciente, de las periferias a los centros...” (Urresti, 2008: 45).

Otros rasgos relevantes y diferenciadores de las ciberculturas juveniles se dan en relación con el tiempo disponible para el ocio, que hoy se integra y mezcla con los tiempos productivos (Igarza, 2009), el consumo y uso de los medios, que ya no solo los masivos, sino, como lo vimos previamente, de los nuevos medios y que por vía de la globalización, acelerada por la hiperconectividad, hace que los sujetos se integren a comunidades transnacionales de consumidores, pero que por la fuerza de las nuevas posibilidades de participación también pueden hacerlo, como se enunció previamente, desde el papel de prosumidores, que son un grupo de consumo diferente, en tanto que tienen la capacidad de ser parte activa y crítica, desde una ubicación local para un entorno global.

Una segunda forma de enunciación y caracterización de la sociedad actual en la que los jóvenes habitan, es la llamada sociedad del conocimiento.

Sociedad de la información y el conocimiento: más que producir conocimiento se trata de la productividad del mismo

Castell, a mediados de la década de los 90, al hablar de la sociedad de la información, mostraba cómo a partir de las TICs, y en particular los usos de internet, si bien no se podía hablar en rigor de una democratización de la información, en tanto los accesos y la productividad de la misma se concentraban, y aún lo están, en las grandes urbes de los países más desarrollados, sí se había iniciado una revolución que daba cuenta de la proliferación de posibilidades de acceso, la explosión de los volúmenes y la polifonía hipertextual y multimodal (Landow: 2009; Kress: 2005), que iniciaron un proceso de alteración irreductible de las posibilidades de participación y gestión del conocimiento, tal como se mostró en el apartado anterior, e incluso de modificación o redimensionamiento del lenguaje mismo.

De otra parte, la inequidad referida ha traído como consecuencia una divisoria digital entre quienes tienen y no tienen conectividad, afectaciones en la economía de las naciones, en las que ésta se dinamiza o no a través de la red, y una sociabilidad diferenciada entre quienes participan a través de la red en comunidades de diversa índole y quienes siguen ausentes de estos escenarios¹².

Ahora bien, al referirse a la sociedad del conocimiento, Drucker (1993) la definió como aquella en la que el conocimiento es el factor principal de la producción de riqueza. Se entiende en esta perspectiva que una sociedad del conocimiento es una sociedad del bienestar¹³, apoyada en la producción de saber, que a su vez se convierte en el motor de la economía y, por tanto, más que volúmenes

de conocimiento, lo que es relevante es la productividad económica del mismo. Esta condición de la sociedad en relación con el conocimiento, hace énfasis en una reconfiguración de lo educativo como fundamento de la formación de la base humana productora de conocimientos, y por tanto también de la escuela como institución formadora de esta base humana.

Consecuencias de este énfasis de la sociedad en la relevancia de la productividad del conocimiento: en primer lugar, la escuela deja de ser el espacio que por excelencia se ocupe de las prácticas relacionadas con la formación y el conocimiento; ahora esta función se encuentra distribuida en la sociedad misma, es decir, la sociedad educadora (Martín Barbero: 2002); en segundo lugar, que la esencia de lo escolar ha de ser la formación, escolar o extraescolar, del pensamiento productivo (Wertheimer: 1991) que reclama la cualificación, pertinencia, actualidad y relevancia de los saberes que transitan por las aulas y por sus extramuros; en tercer lugar, la emergencia de propuestas alternativas de individualización y personalización de la formación, o valga mejor decir, de los aprendizajes, que ahora requieren “ser a la medida” de necesidades, intereses, ritmos y capacidades de los sujetos, que si bien asumen sus propios caminos, lo hacen en contextos colaborativos mediados o soportados por las posibilidades de interacción e hiperconectividad de la red.

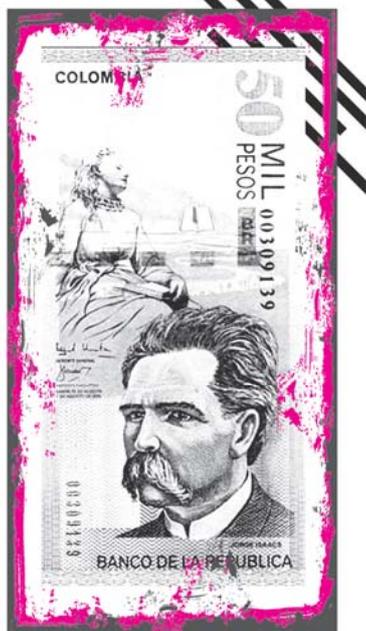
En este contexto tecno-social surgen nuevos conceptos y propuestas de educación, que de manera alternativa y entrecruzada, están siendo concebidas, desarrolladas y apropiadas con la participación de los propios jóvenes; algunas de ellas son: *educación expandida*, *educación en la nube*, *edupunk*; de igual manera se percibe el avance en dirección al descentramiento definitivo de los ambientes colectivos de enseñanza hacia los *entornos personalizados de aprendizaje* (PLE- personal Learning Environment), las

12 Para ampliación de este tópico consulte: <http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/print.html>

13 No necesariamente de la igualdad y la democracia.

redes personales de aprendizaje (PLN- personal learning network), el aprendizaje invisible, y toman fuerza las plataformas de innovadores o los knowmads¹⁴. En estas nuevas dinámicas toma especial importancia el desarrollo de capacidades de aprender a aprender, de autogestión en cuanto a la capacidad de saber qué hacer con lo que se aprende, de cómo organizar los caminos propios y de cómo apropiarse los recursos¹⁵ para realizar las acciones de aprendizaje.

Una tercera caracterización de la sociedad actual, que incide poderosamente en las configuraciones culturales de vida de las jóvenes, es la que describimos a continuación: la sociedad espectáculo.



Sociedad del espectáculo o sociedad espectacularizada

“Como adorno indispensable de los objetos hoy producidos, como exponente general de la racionalidad del sistema y como sector económico avanzado, que da forma directamente a una multitud creciente de imágenes-objetos, el espectáculo es la principal producción de la sociedad actual” (Debord, 1967: 5).

Transitamos por un momento histórico, en el que la sociedad espectacular ha impuesto las maneras de exposición social del cuerpo y las formas de pre y re-presentación de las ideas. Y lo hace en tanto el espectáculo está asociado a la necesidad de generar identidad, una identidad que impone las maneras de ser, de actuar, de representarse, a la manera de un gran escenario en el que todos participamos con roles y guiones predefinidos.

Ahora bien, los modelos se imponen a través del entorno mediático audiovisual que las cámaras capturan y los grandes medios proyectan, a la sazón de los intereses del mercado y de las clases que ostentan el poder. Si bien lo que se emite y percibe son las imágenes, lo que verdaderamente se impone son los modos de ser y de relacionarse: “el espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas, mediatizada por imágenes” (Debord, 1967: 3). Por la vía de esta espectacularización, el cine, la televisión y ahora la hiperconectividad de la red informática, están haciendo que las identidades regionales y étnicas se encuentren en hibridaciones transnacionales.

Esta afectación se da sobre todo en los jóvenes, quienes, en sus búsquedas de autoconstrucción y afirmación, encuentran en las tecnologías informacionales posibilidades inéditas para la expresión y exposición de su propio ser, que se

- 14 Un Knowmad se define como “un trabajador del conocimiento nómada, valiente, responsable, creativo, imaginativo y emprendedor, que promueve y consigue el cambio y puede trabajar con cualquiera y en cualquier lugar del mundo. Un ejemplo de estas comunidades puede ser consultada en: <http://www.comunidadvascainnovadores.net/>
- 15 Vale decir que tales recursos son tanto de contenido como de plataformas para la interacción y de las cuales, si bien muchas son restringidas e implican costos, de igual manera las hay de uso libre y gratuito.

caracterizan por acentuar ideas en torno a la apariencia y la exposición de la intimidad. Esta exposición desplaza la subjetividad “interiorizada”, propia de las anteriores generaciones de jóvenes, por una espectacularización del yo que, en palabras de Sibilía (2008), consiste precisamente en transformar nuestras personalidades y vidas (ya no tan) privadas en realidades ficcionalizadas con recursos mediáticos. Así, el espacio de la privacidad, que era necesario para poder ser alguien y poder producir la propia subjetividad, es decir, como requisito para la producción del yo, a través de los relatos del sí, las cartas y los diarios personales se encuentra trastocado por el espacio del espectáculo, que ya no es privado ni íntimo, es público y *extimo*. De esta manera, y como lo expone Sibilía, el yo se construye a partir de lo interior que se exterioriza; ahora se ve, o mejor se muestra, de la interioridad a la visibilidad está la espectacularización del yo, en la que las apariencias son las esencias.



Los floggers: expresiones de una cibercultura juvenil

Quizás el fenómeno más evidente y relacionado con las características propias de las culturas juveniles, es el caso de los denominados *floggers*, que se originan en Argentina y se irradian al resto de Suramérica (periferia-periferia), y que tal como lo muestra Goszczynski (2008), han construido un espacio, a partir de los *fotologs*, que en principio se crean para compartir fotografías en la red y que es apropiado por l@s adolescentes como espacio para la presentación de sí, y allí comparten su mundo a través de su presencia virtual, en la que manifiestan su identidad por medio de imágenes propias y frases que configuran historias y unidades de significado dirigidas a sus pares. Para algunos, estos espacios de construcción de la autoimagen constituyen un culto al ego, en el que se idealizan las imágenes como boleto de constante intercambio y como vía que les da la oportunidad del protagonismo instantáneo y de la popularidad y reconocimiento, que se vuelven fin y medio. El cuerpo es, para los *floggers*, al igual que otras culturas juveniles, objeto de expresión en el peinado, la ropa, los colores; la música electrónica y el baile también se han integrado a su expresión y que los convoca en los grandes centros comerciales como afianzamiento de la imagen de modernidad que desean proyectar como comunidad. Se trata, en suma, de nuevos sistemas de producción de sentido, anclados fuertemente a las posibilidades de interacción del entorno digital.

Al igual que en las culturas juveniles, los *floggers* suelen chocar, o quizás valga mejor decir, son chocados por otros movimientos de jóvenes, como parte del proceso de identificación por la exclusión, fenómeno característico de los núcleos sociales constituidos.

Bibliografía

- Bringué, X. Sádaba, Ch. Coordinadores. (2008). La generación interactiva en Iberoamérica: Niños y adolescentes ante las pantallas. Fundación Telefónica. Editorial Ariel, S.A. Barcelona (España).
- Carpenter, E. y McLuhan M. (1974). El aula sin muros: Investigaciones sobre técnicas de comunicación. Editorial LArA. BARCELONA. Disponible en: <http://isaiaigarde.myfl.es/getfile/mcluhan-marshall-el-aula-sin-mu.pdf>
- Castells, M., (1996). La Era de la información, Vol. I: La Sociedad Red, Madrid, Alianza.
- Debord. G. (1967). La sociedad del espectáculo. Disponible en: <http://www.observacionesflosocas.net/download/sociedadDebord.pdf>
- Drucker, P. (1993). La sociedad post capitalista. Editorial Norma. Bogotá.
- Escobar A. (2005). Bienvenidos a Cyberia. Notas para una antropología de la cibercultura. En: Revista de Estudios Sociales No. 22, diciembre 2005, 15-35.
- Feixa, C. (1999). De Jóvenes, Bandas y Tribus. Antropología de la juventud. Editorial Ariel. Barcelona.
- Gill. et. al. (2005). Cerrar la brecha en educación y tecnología. Banco Mundial en coedición con Alfaomega Colombiana. Disponible en: http://recursostic.javeriana.edu.co/multiblogs/rects/brecha_educativos_BM.pdf
- Goszczynski, L. (2008).Hacia los usos adolescentes del fotoblog: ¿vía libre? Para la presentación de sí. En: Urresti, M. Editor. Ciberculturas Juveniles: Los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era del Internet. Editorial la Crujía. Buenos Aires.123-152.
- Igarza, R. (2008). Nuevos Medios: Estrategias de convergencia. La Crujía ediciones. Buenos Aires.
- _____. (2009). Burbujas de Ocio. Nuevas formas de consumo cultural. La Crujía ediciones. Buenos Aires.
- Kress, G. (2005). El alfabetismo en la era de los nuevos medios de comunicación. Granada, El Aljibe-Enseñanza Abierta de Andalucía.
- Landow, G. (2009). Hipertexto 3.0: La teoría crítica y los nuevos medios en una época de globalización. Editorial Paidós. Barcelona.
- Lévy, P.(2007). Cibercultura: La cultura de la sociedad digital. Ed. Anthropos. Barcelona.
- Martín, B. J.(2002). La educación desde la comunicación. Editorial Norma, Buenos Aires.
- Medina, M. (2003). La cultura de la tecnociencia. Capítulo 2. En: Bueno, Carmen y Santos, María Josefa (Coords.). Nuevas tecnologías y cultura. Ed. Anthropos Barcelona.

_____. (2007). Prólogo. En: Lévy, Pierre. Cibercultura: La cultura de la sociedad digital. Ed. Anthropos. Barcelona.

Muñoz, G. (2006). La comunicación en los mundos de vida juveniles: Hacia una ciudadanía comunicativa. Tesis Doctoral. Manizales. Versión Digital.

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital immigrants. En: On the Horizon (MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001). Disponible en: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20PartI.pdf>

Rueda, R. y Quintana, A. (2004). Ellos vienen con el chip incorporado. Aproximación a la cultura informática escolar. IDEP, IESCO Universidad Central, Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Bogotá.

Scolari, C. (2008). Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Editorial Gedisa S. A. Barcelona.

Sibilia, P. (2008). La intimidad como espectáculo. Fondo de cultura económica. Buenos Aires.

Snowden, D. (2000). The social ecology of knowledge management (237-266). En: Després, T. Chauvel, D. Eds. Knowledge horizons: the present and the promise of knowledge management. Butterworth-Heinemann. USA.

Sunkel, G. (2006). Las tecnologías de la información y la comunicación (TICS) en la educación en América Latina. Una exploración de indicadores. División de Desarrollo Social. CEPAL. Santiago de Chile. Consultado agosto 25/2010. Disponible en <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/7/27817/SerieI26fnal.pdf>

Urresti, M. Editor.(2008). Ciberculturas Juveniles: los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era del internet. Editorial la Crujía. Buenos Aires.

Wertheimer, M. (1991). El Pensamiento Productivo. Editorial Paidós. Barcelona.