
Exclusión digital y límites de la comunicación mediada

Digital exclusion and the limits of mediated communication

Germán Llorca Abad

Universitat de València (Estudi General)

The year 2011 ended with 2,100 million people connected to the internet. It is also estimated that there are in the world about 14,000 million devices plugged in. While in North America 78.6% of the population has access to the network, in Africa this percentage only reaches 13.5%.¹ These figures show the extent of the digital divide in the conventional definition. However, one would expect that all users, by the simple fact of being so, would be fully integrated into the flow of digital communication. This article attempts to collect some key issues to challenge this idea, updating the meaning of the concept of digital divide. Now, the users may also find themselves excluded.

Key words: digital divide, internet access, users, digital networks, mobile devices

El año 2011 terminó con 2.100 millones de personas conectadas a internet. Asimismo, se calcula que existen en el mundo unos 14.000 millones de dispositivos enchufados. Mientras en Norteamérica el 78,6% de la población tiene acceso a la red, en África este porcentaje sólo llega al 13,5%.¹ Las cifras muestran la dimensión de la brecha digital en su formulación convencional. No obstante, cabría esperar que todos los usuarios, por el simple hecho de serlo, estuvieran plenamente integrados en los flujos de comunicación digital. Este artículo trata de recoger algunas de las claves que nos permitan cuestionar esta idea, actualizando el sentido del concepto de brecha digital. Ahora, los usuarios también pueden ser excluidos.

Palabras clave: brecha digital, acceso a internet, usuarios, redes digitales, dispositivos móviles.

El concepto de *brecha digital* fue introducido para referirse a las desigualdades en el acceso, uso y conocimiento, en un sentido muy amplio, a/de las tecnologías de la comunicación digital y el desarrollo de la llamada *sociedad de la información*. Esta idea² mantiene y actualiza su vigencia en el momento de escribir estas líneas, puesto que fija una relación muy específica entre la tecnología y la sociedad en la que tienen lugar los hechos analizados. Existen en el mundo millones de personas cuyo acceso a dichas tecnologías, por diferentes razones, es inexistente o deficiente, y es por esto por lo que no pueden participar de las supuestas revoluciones digitales que periódicamente se describen en los medios de comunicación³ y desde algunos ámbitos académicos y profesionales. A pesar de ello, 2011 terminó con una impresionante cifra de usuarios conectados, fijada en torno a los 2.100 millones de personas (IWS, 2011; Cisco Systems VNI, 2011; Pew Research Center, 2011; Pingdom, 2011).

Sin embargo, como decíamos, esta circunstancia justifica simultáneamente la exclusión de muchas personas de ámbitos comunicativos esenciales en las sociedades contemporáneas,⁴ lo que limita el alcance social de los fenómenos de la comunicación digital, así como su profundidad. Las dificultades para acceder a un ordenador, a una conexión de internet o al conocimiento necesario para *manejarse* en los ámbitos digitales explican la separación entre colectivos, que se da en mayor o menor medida en el seno de todas las sociedades. Asimismo, sigue siendo necesario contemplar la cuestión de la *brecha digital* desde un ámbito global y establecer la diferenciación aún entre distintos países y regiones (Bernardo Paniagua, 2006: 341).

Según los indicadores más básicos de todos los estudios sobre el acceso a internet, se desprende la idea de que sólo las generaciones más jóvenes y formadas han sido más permeables a la “adquisición y manejo de nuevas tecnologías” (Robles, 2008: 83). El autor afirma que las desigualdades “de la *sociedad analógica* se trasladan a la *sociedad digital*” (2008: 85),⁵ lo que favorece a los grupos sociales mejor posicionados.⁶ No obstante, este hecho explicaría que en nuestras sociedades modernas un número cada vez mayor de individuos, sobre todo en las grandes ciudades, termine por encerrarse en una suerte de *prisión de incomunicación*.⁷ Entendemos que ambos fenómenos están íntimamente relacionados y muestran una nueva perspectiva del concepto de *brecha digital*. Debemos seguir teniendo en cuenta las diferencias entre los *integrados* y *no integrados* en los procesos de comunicación digital, pero ahora también urge contemplar aquellas que se abren dentro del grupo de los *integrados* y que, como veremos más adelante, están relacionadas con el *aislamiento* individual en de los procesos de comunicación digital.

Las aproximaciones al ser humano han sido hechas de forma complementaria por la sociología, la psicología social o la antropología (Tomasello, 2007), definiéndolo un ser esencialmente relacional. El contacto humano no mediado tecnológicamente es esencial para comprender la naturaleza de las personas. Es en el colectivo, en el grupo, donde se desarrollan nuestras principales actividades comunicativas y, en consecuencia, es en el grupo donde se inscribe la mayor parte de actividad individual. La creciente importancia que la tecnología, en tanto que mediadora con la realidad, tiene en las sociedades contemporáneas nos hace sospechar de la aparición de un nuevo tipo de ruptura (Llorca Abad, 2011a). En los últimos años, la tecnología habría hecho aflorar un nuevo tipo de separación entre las personas que limita las posibilidades de una comunicación plena y, en consecuencia, actualiza el significado del concepto de *brecha digital*. Asimismo, tal como hemos apuntado líneas atrás, las denominadas revoluciones digitales asociadas al creciente uso de redes sociales nos obligan a mantener una visión crítica del conjunto del fenómeno.

CIFRAS Y CLAVES

Los comportamientos personales dentro de cualquier ámbito nunca son homogéneos, aunque de ellos sí pueda desprenderse una cierta generalización. Los datos reflejados en el *Informe anual* de la ONTSI (2010) indican que la población española de entre 14 y 74 años había accedido al menos una vez a internet en 2010. No obstante, mientras que el porcentaje de internautas en una franja de edad comprendida entre los 16-24 años asciende hasta el 96,3%, en la franja de edad comprendida entre los 65-74 años se estanca en el 16%. “A menor edad mayor uso de internet e inversamente, a mayor edad, menor porcentaje de internautas” (ONTSI, 2010: 100 y ss.).⁸ Aunque la edad no es el único parámetro que se tiene en cuenta en los estudios de este tipo, sí que es uno de los más relevantes. Los datos de otros estudios de referencia (AIMC, 2011: 11 y ss.) definen un usuario tipo o *heavy user* caracterizado⁹ por ser “hombre, joven, con mayor nivel de estudios, urbano, activo, que está mucho tiempo conectado y que tiene mayor experiencia en internet”.

Es cierto que los informes de acceso y uso de internet a escala mundial manejan unas cifras que reflejan un crecimiento exponencial de la red. Sin embargo, dichas cifras tienden a usarse para reforzar una idea preconcebida y difusa sobre el impacto social real de las tecnologías digitales aplicadas a la comunicación. Sólo entre 2009 y 2011, el tráfico mundial de datos móviles pasó de 159 a 237 *petabytes* (Cisco Systems VNI, 2011), o el equivalente a 60 millones de DVD. La cantidad de suscripciones a la telefonía móvil pasó de 2.700 millones en 2006 a casi 6.000 en 2011 (Pingdom, 2011). En su ya clásica descripción del capitalismo informacional, Castells (1997, vol. I, 79 y ss.) advertía que la creciente integración, interconexión y flexibilidad de las tecnologías digitales redefiniría no sólo las formas de relación social, sino el paradigma tecnológico de producción y consumo. Una década y media después de esta predicción, algunos de estos datos nos obligan a pensar que la trans-

formación también implica cambios en la naturaleza de la *brecha digital*: 48 millones de personas en el mundo poseen un teléfono móvil, pero no tienen acceso a la electricidad (Cisco Systems VNI, 2011). En clave latinoamericana, observamos como el desarrollo de las redes inalámbricas de acceso a internet se define en tanto que eje estratégico de desarrollo, dadas “las limitaciones de infraestructura de servicios de línea fija” (GSMA, 2011: 29). Y, sin embargo, quedándonos sólo con los números, seguiríamos limitándonos a describir las variables de una idea *tradicional* de la *brecha digital*.¹⁰ Entendemos que esto es algo que debe corregirse.

Autores influyentes como Rifkin (2011) sugieren que los fenómenos relacionados con el hecho de que millones de personas colaboren e interactúen en los espacios virtuales de comunicación son un síntoma de un cambio a mejor. “[Las comunicaciones] sacan a relucir un conjunto muy distinto de impulsos biológicos, como son la necesidad de sociabilidad y el ansia de comunidad” (2011: 294). El planteamiento implica una idea de progreso, es decir, de acumulación positiva en la que no sólo cambia la cantidad de las relaciones, sino también su calidad en una perspectiva de crecimiento sostenido y cuya dimensión crece progresivamente: “Estas redes han creado un nuevo espacio distribuido y colaborativo para compartir conocimiento y para estimular la creatividad” (2011: 165). No obstante, y aunque Rifkin no lo mencione, del proceso quedan excluidas de nuevo todas las personas que por distintos motivos no han podido incorporarse a la comunicación digital. Asimismo, sin negar el innegable valor de esta idea, el hecho de que millones de personas interactúen en la red no implica que ejerzan un ejercicio *real* de *comunicación*. Nos interesa especialmente poner de relieve esta contradicción. Es en el desaprovechamiento de las posibilidades que ofrecen las nuevas formas de comunicar donde radica una de las claves de nuestra argumentación.

A este respecto, Lanier (2011), desde un planteamiento mucho menos optimista, sugiere la idea de que la definición compleja de *persona* se disuelve en la red de conexiones informáticas: “Con el surgimiento de la web 2.0 ha ocurrido en internet algo similar al reduccionismo misionero. La remezcla y uniformización están haciendo perder la extrañeza. Las páginas web personales que aparecieron a principios de los noventa tenían un sabor humano. MySpace conservó parte de aquel sabor, aunque ya se había iniciado un proceso de formateo regular. Facebook llegó más lejos, organizando a las personas en identidades de tipo *multiple-choice*, mientras que, por su parte, Wikipedia trata de borrar por completo el punto de vista” (2011: 70). Esta perspectiva crítica pone de manifiesto un hecho que nos parece decisivo y que permite obtener una imagen más completa del fenómeno: el crecimiento de las redes sociales y de las diferentes formas de comunicación digital refleja, en realidad, la precariedad de la calidad de la comunicación interpersonal. En este sentido, las limitaciones descritas indicarían un nuevo tipo de exclusión, en este caso *autoexclusión*, en tanto que una suerte de *brecha digital* dentro del grupo de los que hemos llamado *integrados*. Es decir, una separación entre aquellos que mantendrían su individualidad desde una actitud crítica y los que no.

No asumíamos que los usuarios *integrados* constituyeran un todo homogéneo respecto a sus características compartidas. Ahora, además, entendemos que la evolución del fenómeno de la comunicación digital en su conjunto nos obliga a tener en cuenta este tipo de incongruencias. “El objetivo de la tecnología es modificar la situación humana” (Lanier, 2011: 197), es decir, destruye la condición humana porque no se tiene clara la definición de qué es una persona. Por un lado, la idea de que tecnología corrompe el humanismo inherente a la persona no es nueva y es compartida por muchos autores críticos con la creciente importancia de la tecnología.¹¹ Por otro lado, la idea de que la tecnología no es buena, ni mala, ni neutral tampoco es nueva y es sostenida por muchos analistas desde la formulación hecha por Kranzberg a mediados de la década de 1980. Autores como Siegel (2011: 180 y ss.) concluyen que uno de los retos será “tratar de seguir siendo humanos en la era de la obsesión por lo digital”.

Lo social y lo cultural son elementos adquiridos a partir de la convivencia. Las personas, no obstante, no *nacemos sociales*, nos *hacemos sociales* porque las relaciones personales tienen una *utilidad*, en un proceso que acaba dotándonos de una suerte de segunda naturaleza. La propuesta de una acción colectiva que delimite el capital social disponible debe contemplar que esté formado por redes de reciprocidad, cooperación voluntaria y compromiso, sin exclusiones. Éstos son los elementos que deberían contribuir a la formación de la *comunidad* (Rheingold, 1996; Boyle: 2008), en un sentido general y profundo, sin brechas ni escisiones, internas o externas. Sin embargo, la composición de los movimientos digitales en las redes sociales y otros ámbitos de actuación digital se presenta en un proceso de amalgamamiento de elementos cognitivos y relaciones de poder entre los individuos, grupos multifacéticos y organizaciones que se interrelacionan en estructuras demasiado segmentadas y que impiden tener una visión nítida de los comportamientos.¹² En este sentido, las dificultades para *ser* en internet constituyen otra de las claves necesarias a tener en cuenta.

Por último, también debemos observar en este apartado la idea de que cantidad no equivale a calidad. Este conocido aforismo, que en términos coloquiales se aplica casi a cualquier situación, nos ayuda aquí a identificar otra variable fundamental del fenómeno de la comunicación digital y su relación con el concepto de *brecha* que tratamos de elaborar. Éste tiene que ver con la existencia de un usuario múltiple que replica sus comportamientos digitales a través de diferentes plataformas. Lanier (2011: 71 y ss.) ha introducido el concepto de “relaciones simuladas” para describir una parte significativa del tipo de relaciones que se establecen a través de las redes y de otros mecanismos de interconexión digital. En realidad, en cualquiera de las fases del proceso global, nos encontramos con un tipo de *falso usuario* que impide la obtención de una imagen precisa de lo que realmente esconde el fenómeno, puesto que la actividad de cada usuario se reparte de manera muy desigual en diferentes plataformas.¹³ En el informe de la ONTSI (2011: 32) se establece que el grueso de los usuarios de internet, es decir, aquellos que se encuentran en la franja de edad entre los 16-32 años, dividen su actividad digital a través de al menos cuatro tipos diferentes de redes sociales.¹⁴

LUGARES Y ESPACIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL: LAS REDES SOCIALES

Una de las razones más poderosas que nos obliga redefinir el concepto de brecha digital, y que ya hemos sugerido líneas atrás, es el espectacular crecimiento de los usos asociados a las *redes sociales* ya que es en ellos donde se define un nuevo tipo de separación. En 2011, la cantidad de cuentas personales abiertas en estos *sitios* alcanzaba la fabulosa cifra de los 2.400 millones (Pingdom, 2011). Vayreda y Estalella (2006: 78 y ss.) han descrito las diferentes herramientas digitales que permiten una conexión interpersonal como “un determinado *software* de comunicación mediada por ordenador que se encuentra en internet”. Los autores han identificado la *vaguedad* de esta definición dada la polémica que suscitan este tipo de denominaciones “entre ingenieros, programadores y académicos” (2006: 79). Y, efectivamente, la primera dificultad que deberíamos resolver es la manera en la que nos referimos a dichas herramientas. No obstante, también es cierto que existe un notable consenso en el uso del término de *software social* para designar únicamente una determinada categoría de dispositivos y de servicios de internet con diferentes funciones como la publicación y distribución de contenidos, todos ellos desarrollados a partir del año 2000: blogs, microblogs, redes sociales, etc. Estos dispositivos se distinguen de *otros* mecanismos de comunicación mediada por ordenador de internet anteriores: listas de correo, chats, foros, grupos de noticias, etc. La distinción es pertinente en tanto que dicho *software social* implica cambios sociales más profundos (Vayreda y Estalella, 2006: 79).

Toda esta variedad de aplicaciones basa su funcionamiento y crecimiento en la dinámica conocida como *imputación de intereses como estrategia de enrolamiento*. En otras palabras, en todos los casos, con los debidos matices, son los usuarios los que expresan su deseo de pertenecer a un grupo que comparte intereses. No obstante, la diferencia radica, por un lado, en el hecho de que las aplicaciones del llamado *software social* consiguen “ir transformando viejos intereses en nuevos intereses” de manera sucesiva y sin un final aparente (Vayreda y Estalella, 2006: 81), y, por otro lado, consiste en trasladar al usuario la responsabilidad de que la comunidad a la que pertenece sea cada vez mayor (2006: 84), lo que se consigue haciendo que perciba las redes sociales a partir de tres grandes *motivaciones*: “la gratuidad, el paso del *one to one* al *one to many* y la disponibilidad” (Cocktail Analysis, 2011: 37). Esta dinámica parece coincidir con la naturaleza puramente mercantil de estos productos.¹⁵

Vayreda y Estalella (2006: 87) sugieren que uno de los factores decisivos por los que *software social de primera generación* se diferencia del de la *segunda generación* es la enorme cantidad de esfuerzo que requiere su gestión: “Esos dispositivos tradicionales, para lograr un orden —por precario que sea— delegan a humanos (moderadores, administradores) y a no humanos (filtros, *netetiquetas*) esta función”. Por otro lado, el *software social* propiamente dicho parte de una concepción radicalmente opuesta. El sistema modular con el que están concebidas las redes soporta un crecimiento exponencial, ya que “su éxito depende de ello” (2006: 87). Se supera el concepto de comunidad virtual y se propone la metáfora de membrana maleable, dada su aparente mayor flexibilidad.¹⁶ Y, paradójicamen-

te, la mayor facilidad de uso de los dispositivos termina por convertirse en su mayor debilidad, puesto que le exige al usuario más y más tiempo de gestión de los contenidos. Esta dinámica acaba convirtiéndose en una *inercia* y, a nuestro juicio, en uno de los motivos que dificultan la posibilidad de *ser* de algunos de los usuarios de la comunicación digital, puesto que supone la sucesiva fragmentación de los procesos comunicativos.

Con el fin de comprender un poco mejor esta relación de acontecimientos, en todo este desarrollo podemos hablar de al menos cuatro subprocesos que se han dado en paralelo: en primer lugar, la acumulación de funcionalidades en alguna herramienta —grupos de noticias, foros o chats—; en segundo lugar, la hibridación o mezcla de algunas herramientas que han dado lugar a otras nuevas, donde podemos ubicar casi cualquier tipo de red social; en tercer lugar, la coexistencia, puesto que la aparición de nuevas herramientas no supone la desaparición de las anteriores, antes bien su especialización en un cierto número de tareas; en cuarto y último lugar, un incremento de usuarios *enganchados* al uso profesional y/o personal de una o varias de estas herramientas.¹⁷

Así pues, las diferentes *revoluciones digitales* han transitado entre las herramientas que, de manera sucinta y general, enumeramos a continuación: el correo electrónico o e-mail, los grupos de noticias (asociados al anterior), los foros (como aplicación orientada específicamente al intercambio de opiniones), el chat (que abre la posibilidad de conversaciones múltiples, simultáneas e instantáneas), los wikis (para la publicación de contenidos elaborados por diferentes usuarios), los blogs (que se integran con otras herramientas *online* de gestión y procesamiento de información), los microblogs (o *nanoblogs*) y las redes sociales (término que en el momento actual remite al último eslabón de la cadena y que engloba todas aquellas aplicaciones que permiten a sus usuarios estructurarse en grupos de interés y crear y compartir contenidos en cualquiera de las formas posibles: Flickr, YouTube, LinkedIn, MySpace, Facebook, Tuenti, Google+, Second Life, etc.). Necesariamente, la clasificación debería ser mucho más exhaustiva y debería delimitar de forma exacta qué funcionalidades asociadas a qué herramientas fueron primero. No obstante, como apuntábamos, la lista tiene una función meramente orientativa para comprender, a la vista de la última parte de nuestro análisis, las causas que han motivado y motivan el paso compulsivo de los usuarios de unas a otras (Barabási, 2010; Llorca Abad, 2010^b) y sus consecuencias.

UN ÚLTIMO INDICIO

Cualquier persona que se dedique a la docencia sabe que la capacidad de los alumnos para prestar atención es limitada. Independientemente de las cualidades oratorias del maestro, una persona sólo muestra un nivel de atención máxima en una franja de tiempo que oscila entre los 20 y los 45 minutos. Y este patrón individual se convierte en colectivo a medida que los alumnos *desconectan* progresivamente su atención. Después, el nivel baja y sube en función de la capacidad del maestro de modular su discurso y adaptarlo a los picos y valles de la atención global. No tenemos evidencia cierta de que este comporta-

miento colectivo pueda ser extrapolable al terreno de la comunicación digital. No obstante, es tentador establecer un paralelismo entre las curvas de atención de los alumnos de un aula y las de los usuarios de los mecanismos y procesos digitales de comunicación interpersonal. Es como si cada evolución de internet, cada cambio, coincidiera con un *momento valle* en el que la atención, tal y como la hemos descrito anteriormente, estuviera deprimida, o coincidiera con un cierto momento de *aburrimento*.

Una de las ideas principales que hemos asumido, y de la que hemos hablado líneas atrás, es que en cada momento de cambio la simplificación del *software* le ha permitido al usuario *hacer más cosas en menos tiempo y con menos complicaciones*, cuestión que ha sido crucial para *sumar* nuevos adeptos y dar como resultado las grandes cifras a las que nos hemos referido. Es cierto que no debemos olvidar que dicho fenómeno se inscribe en procesos más amplios, que no analizamos en detalle, que tienen que ver con los parámetros originales tenidos en cuenta en la evaluación de la brecha digital: la ampliación de las redes de conexión y su capacidad de transmitir datos, el abaratamiento de los ordenadores, el desarrollo de tecnologías como el *cloud computing*, la aparición de dispositivos móviles ligeros y asequibles, el aumento de tiempo que dedicamos a la vida digital, etc. No obstante, la idea de poder hacer más cosas con herramientas más sencillas es suficientemente poderosa para ser considerada como importante en el crecimiento exponencial del número de usuarios de internet. Y, polémicas aparte, se trata de una de las ideas principales que manejan los analistas de la comunicación digital (Orihuela, 2006; Vayreda y Estalella, 2006; Labra Gayo, 2011; Pelegrini, 2008) para distinguir los conceptos de web 1.0 y web 2.0. Esto nos lleva a la idea de *anclaje* de Lanier, es decir, a la eliminación de “opciones diseño basadas en la facilidad de programación, en la factibilidad política, en la moda, o creadas por casualidad” (Lanier, 2011: 23).

Evidentemente, esto plantea un riesgo, puesto que exige un gran nivel de responsabilidad por parte de los programadores, empresas y organismos implicados en el desarrollo de las redes de comunicación. Es un hecho que la potencia de los ordenadores aumenta a una velocidad exponencial,¹⁸ por lo que “los diseñadores y programadores de tecnología deben tener mucho cuidado al elegir entre diseños alternativos. Las consecuencias de pequeñas decisiones, en un principio intrascendentes, a menudo pueden llegar a convertirse en las normas definitorias e inalterables de nuestras vidas” (Lanier, 2011: 22). Y esto es, sencillamente, porque cuando “un diseño concreto llega a ocupar un nicho (...) se vuelve definitivo” (Lanier, 2011: 21). Dicho de otro modo, aquello que parece *un cambio definitivo, una novedad sin precedentes, una herramienta de capacidades desconocidas*, no es más que el resultado de la evolución interna de los lenguajes de programación que se utilizan desde hace más de treinta años.

Limitar los cambios y, en consecuencia, las actitudes a largo plazo de los usuarios a una simple cuestión de evolución del *software* nos parece exagerado. En dicha evolución deben concurrir también, tal como hemos sugerido, el estímulo de las industrias culturales, las dinámicas mercantiles de las empresas, las caídas en la *curva de atención digital*, etc. En cualquier caso, sí se trata de una

evolución limitada e inducida en la que prima el carácter falaz de lo *novedoso*: “En tu sitio web también podías crear listas de enlaces de tus amigos y enviar correos electrónicos a un grupo para anunciarles lo que te interesaba. Lo único que ofrecen las redes sociales es un estímulo para utilizar la red de una forma determinada, de acuerdo con una filosofía determinada” (Lanier, 2011: 75). Al igual que en otros ámbitos sociales, económicos o culturales, la idea de *novedad* o *evolución* impide distinguir correctamente lo *necesario* de lo que no lo es.

Con todo, ¿qué es lo que explica el abandono, parcial o total, de los *software de comunicación mediada por ordenador*? ¿Qué es lo que explica el aumento de patologías asociadas al uso de internet? Y, a este respecto, ¿en qué se fundamenta el nuevo tipo de exclusión digital? A la luz de los argumentos que hemos desplegado debemos avanzar que no existe una única causa o variable que justifique los cambios. Algunos de estos *software* dan síntomas de agotamiento (Xing, Fotolog, Hi5, etc.), pero no son los que más se están abandonando (Skype, Twitter, LinkedIn, etc.), “a pesar de que a nivel cualitativo se identifican como redes atractivas (Cocktail Analysis, 2011: 24). Este informe, elaborado en la primera mitad del año 2011, destaca que el abandono por parte del usuario se identifica con dos escenarios mayoritarios: el *no uso*, por parte de quien abre una cuenta y no la usa nunca, y el *desuso*, por la “falta de utilidad percibida” que tiende a asociarse “a la ausencia de amigos/contactos que la usan” (2011: 25). No obstante, además de estos argumentos que explicarían las características del contexto general, los motivos de abandono se identifican con otro tipo de razones que nos parecen sumamente interesantes: la constante oferta de plataformas y de utilidades integradas, la dificultad percibida de uso en algunas de ellas, la pérdida de control y/o de la privacidad y algo que nos parece esencial “el efecto moda” (2011: 26 y ss.). Son las evoluciones profundas las que transforman el fenómeno en el medio y largo plazo y las que impiden al usuario integrado comprender plenamente *qué hace y para qué sirve lo que hace* en internet.

Es por todo esto por lo que podemos atribuir al que llamaremos *efecto moda* un tipo de repercusión contundente, elevándolo así a nivel de categoría pertinente. Una vez superado el momento de excitación inicial, inducida y relacionada con la necesidad exógena de superar el tedio, de explorar la novedad, o superar el miedo al aislamiento, la interacción con los otros usuarios, que con el tiempo exige mucho esfuerzo y dedicación (revisar contactos, gestionar la privacidad, decidir qué es básico y qué no, etc.), acaba convirtiéndose en cese de la actividad y de *autoexclusión* de los procesos de comunicación. En otras palabras, esta situación llega a provocar en muchas ocasiones situaciones de estrés, ansiedad o agotamiento que, simplemente, terminan en el abandono de la red por parte del usuario (Cocktail Analysis, 2011: 40). Éste se ve desbordado en sus expectativas y no ve colmadas las esperanzas que, de manera inconsciente, había depositado en una u otra aplicación. Es una salida fácil a una situación que se vuelve insostenible. Y es como si el usuario prefiriera empezar desde cero en otro sitio, en una huída hacia delante, antes que intentar poner orden en lo que de verdad piensa de la red o aplicación cuyo uso abandona.

PARA UNA NUEVA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE BRECHA DIGITAL

La existencia de una brecha digital *convencional* entre personas y regiones sigue estando asentada sobre dos cuestiones clave: por un lado, el desigual desarrollo de las infraestructuras de telecomunicaciones; por otro lado, aunque no lo hayamos abordado en profundidad en nuestro artículo, las deficiencias en el acceso al conocimiento necesario para manejarse en la era de la comunicación digital. No obstante, la capacidad de integración y flexibilidad de las tecnologías digitales aplicadas a la comunicación ha introducido cambios en la naturaleza de esta perspectiva. Las redes de comunicación inalámbricas y por satélite, principalmente, y la mejora y el abaratamiento de los terminales de conexión permiten extender el uso de las redes de comunicación a lugares donde no existe una infraestructura telefónica o eléctrica (GSMA, 2001; Cisco Systems VNI, 2011; Pew Research Center, 2011).

Podríamos resumir el estado de la cuestión del siguiente modo: los datos recogidos en los diferentes informes y análisis dan una idea clara de la situación de la *brecha digital* en el planeta desde una aproximación que hemos llamado convencional. Una aproximación que la concebía en tanto que concurrencia de tres procesos: el primero relacionado con la existencia de una infraestructura de telecomunicaciones y redes (*disponibilidad*); el segundo relacionado con el coste del servicio, próximo o alejado del alcance del presupuesto económico del usuario final (*accesibilidad*); y el tercero relacionado con la posesión de las *habilidades* y *conocimientos* para hacer un uso adecuado de la tecnología, tales como saber usar un ordenador, un teléfono móvil o internet (Martínez, 2011: 13). Es decir, los diferentes escenarios dibujados por la confluencia de estas tres variables delimitaban el estatus de *incluido* o *excluido* de los procesos de comunicación digital.

Desde este punto de vista, es precisamente en este contexto donde surge la necesidad de adoptar un nuevo enfoque del problema e introducir una variación significativa en el concepto de brecha. Sin poner en cuestión la aproximación convencional, entendemos que debería incluirse un cuarto proceso que afectaría a los usuarios considerados como *incluidos* y que hemos definido como *integrados*. Un cuarto proceso que resultaría en la *autoexclusión* simbólica de los procesos de comunicación digital de grupos enteros de *integrados*. Mientras la parafernalia publicitaria y propagandística trata de mostrar un contexto de *revolución*, muchos usuarios presuntamente incluidos viven en una suerte de espejismo de experiencia digital irrelevante e innecesaria.

Y es en el progresivo aumento del uso de las aplicaciones de la web 2.0 donde se genera un nuevo tipo de exclusión. Es en el contexto de esta pretendida *revolución* donde comienza a vislumbrarse este nuevo fenómeno de incomunicación. La digitalización de las comunicaciones estaría facilitando un acceso mayor a los procesos comunicativos interactivos, pero estaría alimentando una sucesión de relaciones inconsistentes, basadas en la superficialidad de los contactos establecidos en y a través de la red. A este respecto, nos parece totalmente pertinente la idea apuntada ya de que internet puede ser causa de destrucción del humanismo inherente a la persona.

El nuevo tipo de separación digital implica la progresiva digitalización de los contactos comunicativos con las demás personas. Algunos comportamientos sugieren la existencia de personas incapaces de relacionarse sin la intermediación de una pantalla que, ciertamente, nos permite mantener muchos contactos a mucha distancia pero desaprovechando sus posibilidades reales. Entendemos, tal y como hemos tratado de argumentar, que es en esta situación donde comienza a fraguarse la definitiva separación entre las personas, puesto que ahora, más que nunca, ya no nos hace falta el contacto directo, inmediato, para comunicarnos. Esta separación tampoco se limita ya a colectivos o grupos sociales, sino que implica una suerte de completa individualización y aislamiento del individuo. Y esto sucede en el ámbito del trabajo, del ocio, de la cultura, de la economía y de las relaciones sociales en su sentido más amplio. La digitalización puede suponer la ruptura definitiva con la realidad, que ya no podemos mirar si no es a través de sus recreaciones virtuales. Parece que ya sólo sabremos estar en los espacios digitales de comunicación.

Germán Llorca Abad es doctor en Comunicación Audiovisual. Desde 2002 es profesor del Departamento de Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación de la UVEG. Miembro del Grupo de Investigación Cibermedios Valencianos, ha participado como editor de varias obras colectivas y es autor de los libros de ensayo *Dictaduras de Velocidad* (Biblioteca Nueva) y *Lucidez: una*

Modernidad sin excesos (UOC), así como de diversos artículos publicados en revistas nacionales e internacionales. Profesor invitado en la Universität des Saarlandes, ha impartido docencia en cursos en la Universidad Politécnica de Valencia, Universidad de Alicante y centro de estudios “Ciudad de la Luz” de la Universidad Miguel Hernández de Elche.

Notas

¹ Las cifras recogidas en este artículo se extraen de estudios de referencia existentes llevados a cabo por diferentes consultoras y organismos internacionales (Pingdom, 2011; Cisco Systems VNI, 2011; AIMC, 2011; Cocktail Analysis, 2011; GSMA, 2011; ONTSI, 2011; DOI, 2007; IWS, 2011; Pew Research Center, 2011). Cabe destacar que por su naturaleza la mayoría de estas cifras son muy sensibles al paso del tiempo, por lo que pueden quedar desfasadas con rapidez.

² Suele citarse a Simon Moores, asesor del gobierno de Bill Clinton, como el introductor del término *brecha digital*. En una entrevista concedida a la BBC en 1996, Moores usó la idea de *digital divide* para referirse a los desequilibrios entre países en el desarrollo de la sociedad de la información. El hecho es que,

en términos generales, a mediados de la década de 1990, el concepto comenzó a utilizarse de forma sistemática para referirse a las diferencias entre los *conectados* y los *no conectados*. Bernardo Paniagua (2006: 240 y ss.) ha analizado y descrito las principales aportaciones históricas realizadas sobre esta idea.

³ En otro lugar (Llorca Abad, 2011b), hemos hecho una aproximación al concepto de *aburrimiento digital*, estableciendo las claves para comprender las limitaciones de las llamadas *revoluciones digitales*.

⁴ Existe un gran número de trabajos que han abordado la cuestión de la *ciudadanía* en los espacios digitales de comunicación. Estos espacios, en tanto que lugares de comunicación, han propiciado el desarrollo de un debate sobre las posibilidades de desarrollo de

mocrático en las sociedades contemporáneas. De entre las aportaciones más recientes que desarrollan la idea, nos gustaría destacar la de Boyle (2008).

⁵ De una manera similar se expresa Rheingold (1996: 18 y ss.).

⁶ Uno de los parámetros más interesantes que pueden tenerse en cuenta es la cuestión del género. La profesora Cecilia Castaño (2008) ha llevado a cabo una interesante investigación a este respecto.

⁷ En otro lugar, Llorca Abad (2011a) ha analizado las claves de esta idea. Las sociedades contemporáneas ya habrían iniciado un proceso de progresiva incomunicación mucho antes del predominio de la tecnología digital en los procesos de la comunicación. El aislamiento se relaciona con el desarrollo de la arquitectura moderna y el constante aumento de la intermediación tecnológica en las relaciones interpersonales. La tecnología, en tanto que intermediaria, nos alejaría del posible conocimiento de la realidad y de las personas (Llorca Abad, 2011a: 53 y ss.).

⁸ Estas cifras son similares a las de los países en los que más se ha desarrollado la Sociedad de la Información (Pew Research Center, 2011; Pingdom, 2011).

⁹ El completo informe sobre el uso de las redes sociales elaborado por la consultora COCKTAIL ANALYSIS (2011: 73 y ss.) describe cuatro perfiles de usuarios con características que van más allá de la edad o el género. Mediante un análisis de conglomerados, se definen los perfiles en función de variables actitudinales (2011: 74). Los perfiles descritos son el *adorador*, *lúdico*, *reservado* y *básico*.

¹⁰ Para comprender esta idea recomendamos la lectura de dos de las primeras y más reconocidas aproximaciones al concepto teórico de *brecha digital*, que son las de Schiller (1996) y Wresh (1996).

¹¹ En otro lugar (Llorca Abad, 2011a) hemos abordado extensamente esta cuestión. Críticos como Virilio, Echeverría o Mattelart relacionan ciertas *patologías sociales* vincula-

das a la idea de la *incomunicación personal* en función del papel que las tecnologías juegan en las sociedades contemporáneas.

¹² Otros autores como Barabási (2010) han descrito los comportamientos de los usuarios de la comunicación en tanto que reacciones compulsivas dependientes de un gran número de variables. Barabási ha tratado de establecer un patrón en las *explosiones comportamentales* que demuestran los usuarios de la red llegando a la conclusión de que “no podemos conocer con seguridad las motivaciones de los actores en esta obra de teatro histórica” (2010: 241).

¹³ Se estima que 4 de cada 10 cuentas abiertas en redes sociales son cuentas inactivas o se han cerrado o no tienen ninguna clase de actividad (Cocktail Analysis, 2011: 23). Un dato significativo que refuerza esta hipótesis es el hecho de que de las 225 millones de cuentas de Twitter sólo 100 millones tienen un uso regular (Pingdom, 2011).

¹⁴ En el informe ONTSI (2011: 31) no se establece una distinción clara entre una definición más actual de red social (tipo Facebook) y otras formas digitales de comunicación más primitivas (foros, correo electrónico o blogs). En cualquier caso, identifica los tipos de red social más utilizados en España y los enumera en relación con el grado de utilización por parte de los navegantes. Atendiendo a la clasificación, las redes sociales más importantes son: Facebook, Messenger, YouTube, Tuenti y los foros de sitios web.

¹⁵ En nuestro artículo sobre redes sociales citado anteriormente (Llorca Abad, 2011b), llevamos a cabo una argumentación más elaborada de esta idea.

¹⁶ En todo caso, el consenso respecto a esto no es total. Según autores como Lanier (2011: 41 y ss.), las *nuevas* herramientas están *ancladas* a los desarrollos anteriores, son propuestas por “totalitarios cibernéticos” y son, por ello, dispositivos limitados, ya que desdibujan la personalidad del usuario.

¹⁷ El correo electrónico sigue siendo la aplicación informática de interconexión personal

más utilizada en todo el mundo, según se desprende del informe Pingdom (2011).

¹⁸ Al inicio del presente artículo hacíamos referencia a la existencia de unos 14.000 millones de dispositivos conectados a internet (GSMA, 2011: 8 y ss.; Cisco Systems VNI, 2011: 21 y ss.). Los procesos de convergencia nos obli-

gan a repensar el concepto de *ordenador*. El reciente estudio del Pew Research Center (2011) pone de manifiesto que la conectividad y acceso a la web están cada vez más vinculados a los *tablet* y, sobre todo, *smartphones*, cuyas funcionalidades son equiparables a las de un ordenador convencional (2011: 3 y ss.).

Bibliografía

- AIMC. (2011). *13º Navegantes en la Red*. Madrid: AIMC.
- Barabási, A.L. (2010). *Bursts*. Nueva York: Penguin.
- Bernardo Paniagua, J.M. (2006). *El sistema de la comunicación mediática*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Boyle, J. (2008). *The public domain*. New Haven: Yale University Press.
- Castaño, C. (2008). *La segunda brecha digital*. Madrid: Cátedra.
- Castells, M. (1997). *La era de la Información*. Vol. I. Madrid: Alianza.
- Cisco Systems VNI. (2011). *Visual networking index*. Disponible en: <http://newsroom.cisco.com/dlls/ekits/Cisco_VNI_Global_Mobile_Data_Traffic_Forecast_2010_2015.pdf>.
- Cocktail Analysis. (2011). *Observatorio Redes Sociales 3º Oleada*. Disponible en: <<http://www.tcanalysis.com/uploads/2011/02/Observatorio-RedesSociales2011.pdf>>.
- DOI. (2007). *Digital opportunity index*. International Telecommunication Union. Ginebra: ITU.
- GSMA. (2011). *I Observatorio móvil de América Latina*. Disponible en: <<http://www.gsma.com/documents/download-full-report-esp-ol-pdf-5-4-mb/21903>>.
- IWS. (2011). *Internet usage statistics*. Miniwatts Marketing Group. Bogotá: Miniwatts.
- Labra Gayo, J. E. (2011). *Web semántica*. Oleiros: Netlibro.
- Lanier, J. (2011). *Contra el rebaño digital*. Barcelona: Debate.
- Llorca Abad, G. (2011a). *Lucidez. Una modernidad sin excesos*. Barcelona: UOC.
- . (2011b). "Para una teoría del aburrimiento digital" *F@ro*. 14, <<http://www.revistafaro.cl/index.php/Faro/article/view/38>>
- Martínez, E. (2011). "Más cibernautas, pero poco adelantados". *Tinta Electrónica*, núm. 3, p. 13-15.
- Martínez, E.; Serrano A. (2003). *La brecha digital: mitos y realidades*. México: UABC.
- ONTSI. (2010). *Informe anual*. Madrid: Red.es.
- . (2011). *Las redes sociales en internet*. Madrid: Red.es.
- Orihuela, J.L. (2006). *La revolución de los blogs*. Madrid: La Esfera de los Libros.
- Pelegri, M. (2008). *Tempo, tecnología e mídia*. San José do Rio: Bluecom.
- Pew Research Center. (2011). *Global digital communication*. PRC: <<http://www.pewglobal.org/>>.
- Pingdom. (2011). *Internet en cifras*. Disponible en: <<http://royal.pingdom.com/2012/01/17/internet-2011-in-numbers/>>.
- Rheingold, H. (1996). *La comunidad virtual*. Barcelona: Gedisa.
- Rifkin, J. (2011). *La tercera revolución industrial*. Barcelona: Paidós.
- Robles, J.M. (2008). *Ciudadanía digital*. Barcelona: UOC.
- Schiller, H.I. (1996). *Information inequity*. Nueva York: Routledge.
- Siegel, L. (2011). *Homo Interneticus*. Prato: Piano B.
- Tirado, F.; Domènech, M. (eds.). (2006). *Lo social y lo virtual*. Barcelona: UOC.
- Tomasello, M. (2007). *Los orígenes culturales de la cognición humana*. Buenos Aires: Amorrortu.

