

CATEGORIZANDO A LOS USUARIOS DE SISTEMAS DIGITALES.**CLASSIFICATION OF DIGITAL SYSTEMS USERS.**

M. en C. Denise Hernández y Hernández¹
nadhernandez@uv.mx

Dr. Alberto Ramírez-Martinell²
albramirez@uv.mx

Dr. Daniel Cassany¹
daniel.cassany@upf.edu

¹ Universidad Pompeu Fabra. Departamento de Traducción y Ciencias del Lenguaje. Roc Boronat 138, 08018, Barcelona (España).

² Universidad Veracruzana. Instituto de Investigaciones en Educación. Diego Leño 8, Col. Centro-91000, Xalapa, Veracruz (México)

Repasamos las categorías más utilizadas para aludir a las características de las personas que utilizan algún tipo de sistema digital, ya sea por su grado de participación en la comunicación global y en los sistemas web -1.0 o 2.0-; por la actitud que toman ante el contenido digital -consumidores o productores-; por su intermitencia en el mundo digital -residentes o visitantes-; o por el momento histórico en el que nacieron -nativos digitales o inmigrantes digitales-, con el propósito de reflexionar sobre los cambios y las consecuencias que han impulsado los recursos y las herramientas digitales.

Palabras clave: Brecha digital, sistema de clasificación, informática y desarrollo.

The present work reviews the most common classifications of digital system users, either due to: their degree of involvement in the global communication via web: users 1.0 or 2.0; their attitude when interacting with digital content: consumers and producers; their constant or intermittent presence in the digital world: resident and visitors; or even due to their generational character: digital natives and digital immigrants; with the purpose of reflecting on the changes and the consequences that digital resources and digital tools have caused.

Keywords: Digital divide, classification system, informatics and development.

1. Introducción: ¿Por qué clasificar a los usuarios?.

En el contexto de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) existen diversas formas de categorizar a los individuos. Denominamos usuarios a las personas que tienen acceso y utilizan sin importar su destreza equipos de cómputo, programas informáticos o sistemas de información-incluidas páginas web-. Y aun cuando esta clasificación no destina un nombre para referirse a quienes no son usuarios de sistemas informáticos, es esta manera dicotómica la que ha imperado desde la aparición de la computadora personal en concebir a las personas como aquellas que o hacen sus textos en un procesador de palabras u optan por escribir con papel y lápiz. Es esta misma forma -de ser usuario o no serlo; o de tener acceso y utilizar sistemas informáticos o no- la que incluso ha determinado las primeras aproximaciones de capacitación para los medios.

En el contexto escolar, la adopción de la computadora -primero como objeto de estudio más que como herramienta- invitó a las escuelas a ver en ella un elemento que diferenciaba a las ofertas educativas. Posteriormente, cuando la asignatura de computación estuvo más generalizada, se impusieron criterios orientados a determinar quiénes de los estudiantes conocían la evolución histórica de la computadora; sus componentes de hardware y software; comandos del sistema operativo de Microsoft; y también que alumnos reconocían los elementos de las interfaces de los programas de la *suite ofimática* de la misma empresa, en lugar de quienes podrían emplear el procesador de texto, hoja de cálculo y administrador de presentaciones para

resolver problemas de sus otras asignaturas. Los conocimientos escolares de computación -como eran vistos hace 15 años o más- eran fácilmente alcanzables y el análisis de los usuarios -y los no usuarios- dejó de ser relevante cuando el común denominador se distanció de la productividad de oficina, los conocimientos evolutivos de las computadoras y del empleo de comandos básicos de sistema operativo para la creación de directorios, copiado de archivos y limpiado de pantalla. Las diferencias de lo que las personas podían hacer con programas de oficina y para la creación de contenido digital así como con sistemas de información se hicieron evidentes, y con esto, surgieron otras categorías -también binarias- para aludir a estas diferencias. Estas nuevas maneras de categorizar a los usuarios hacen uso de alusiones metafóricas que dan razón a dos grupos de usuarios con ciertas características similares al interior del grupo pero diferentes con las de otro grupo. Por ejemplo:

- La categorización de *usuarios* y *usuarios* 2.0 hace uso de la metáfora de manejo de versiones de ingeniería de software, en la que para distinguir a un programa recién liberado de uno con mejoras, se le adiciona al primero 1.0 y en función de sus ganancias se puede nombrar 2.0 a la nueva versión, indicando de facto la idea de que un programa 2.0 es una versión mejorada de otro programa similar pero con características -en ciertos rubros al menos- limitadas. Ahora bien, en el contexto de la web, el número 2.0 se refiere -además de la mejora progresiva con respecto al 1.0- a un carácter de socialización. En este sentido al decir que un usuario es 2.0 se están rescatando al menos estas dos características: la mejora del mismo con respecto a aquel cuyo operar era a partir de islas de información; y que además es eminentemente social, es decir

que comparte, colabora y tiene presencia en la web.

- La categorización de *consumidores* y *productores* se basa en un esquema económico en el que hay un sector de la población que genera productos y otro que los consume. Y aunque los productores también pueden consumir lo que otros realicen –*prosumidores*–, los consumidores, al menos en esta visión, no generan contenido ya sea porque no saben cómo, porque no tienen las herramientas para hacerlo, porque consideran que sus habilidades son limitadas o porque deciden no hacerlo.

- La categorización por generaciones se apoya en la idea de que personas nacidas en intervalos de tiempos determinados tienen características comunes con sus contemporáneos y diferentes a las de las personas nacidas antes o después del periodo al que se adscriben. La característica inherente y definitoria en este enfoque es la relación de las personas y su interpretación con el mundo digital.

- La categorización de *nativos* e *inmigrantes digitales* responde a la metáfora del mundo digital en el que unos –los nativos– son oriundos porque nacieron ahí y por ende están familiarizados con el lenguaje, las prácticas y usos, mientras que los otros cuyo origen y procedencia es otro, son inmigrantes y ajenos al mundo digital, es por eso que su inserción se puede dar con cierto escepticismo, cautela y reflexividad, dando como resultado una serie de prácticas y comportamientos diferentes a la que se establece informalmente como la norma del mundo digital.

- La categorización de *visitantes* y *residentes* también se refiere al mundo digital y a la forma en que las personas cohabitan en él. Algunos –los residentes– están a tiempo

completo en el mundo digital, mientras que los otros –los visitantes– sólo tienen una participación intermitente. A diferencia de la categorización anterior, en este enfoque la edad no es determinante. Es decir, que pueden existir residentes de mayor edad y visitantes jóvenes.

A continuación abordaremos con más detalle cada una de las categorías mencionadas. Primero presentaremos las categorías en que se relaciona al usuario con el contenido (usuarios 1.0 y 2.0; consumidores y productores); posteriormente hablaremos sobre las categorías de usuarios según su relación con el mundo digital (residentes y visitantes) y finalmente cerraremos el texto abordando las categorías en las que se dividen a los usuarios con base en un criterio generacional (categorización por generaciones, inmigrantes y nativos digitales).

2. Categoría de usuarios.

2.1. Usuarios 1.0 y 2.0.

El concepto de *web 2.0* acuñado y aceptado como tal en el primer quinquenio del siglo XXI (O'Reilly, 2005) representa una serie de procesos sociales y culturales que han venido desarrollándose en virtud de la capacidad conectiva y colectiva de la red. Tim O'Reilly vio no un colapsamiento de la web como se esperaba para inicios de milenio, sino que logró identificar el cambio que se estaba gestando en los usuarios de la red quienes mediante el uso de herramientas sencillas y de fácil acceso comenzaron a relacionarse con otras personas para comunicarse o para colaborar. Era el paso de una web cerrada, o sólo de lectura, a una web participativa, o de lectura y escritura, en la que los usuarios

tenían la posibilidad de interactuar con otros, de compartir y colaborar en la creación de contenido.

La llamada *web 2.0* permite establecer una relación constante, democrática, participativa y de colaboración entre los participantes del ciberespacio (Aparici, 2010), la mayoría de los internautas, además de ser consumidores de contenidos, también tienden a producir y a compartir información (creación, redacción y comentarios en blogs, subir fotos y vídeos en espacios públicos, utilizar redes sociales, seguirse personas por servicios de microblogging, y trabajar colaborativamente en la nube); de esta manera el usuario 2.0 se integra en una comunidad digital basada en la empatía y la participación, y si bien no tiene la fineza del carácter centrado en el beneficiario, como es el caso de la web semántica o web 3.0, si «potencia espacios virtuales para la interacción social, la participación abierta y gratuita basada en aplicaciones telemáticas intuitivas y fáciles de manejar» (Domínguez & Llorente, 2009, p. 107).

Los usuarios de la web 1.0, ahora en peligro de extinción, tenían acceso a una web estática, con capacidad limitada para generar algún tipo de participación, donde su actividad principal era la navegación pasiva de contenido no por convicción sino por limitaciones de la web como plataforma. En un principio a la web de consulta no se le conocía como web 1.0, de hecho aún ahora no se le llama así, solamente cuando se habla de la web 2.0 y se compara con la web que le antecede es que se hace tal distinción entre 1.0 y 2.0. Antes de la web 2.0 no existía en Internet una dinámica social abierta y de acceso expedito a contenidos co-construidos por los usuarios, y no fue hasta la aparición de herramientas de fácil acceso para la

colaboración en línea, que el usuario evolucionó a esta modalidad orientada a lo social, pero fue el usuario mismo quien con su participación, al menos a nivel de consulta, de la web estática impulsó el desarrollo de servicios de este tipo, siendo el chat y el foro unos de los primeros espacios para que el usuario común dejara huella en la web. La imagen del usuario se transformó, bajo este paradigma la comunidad de internautas ahora comparte, tiene presencia social en web, personalidad, prestigio y responsabilidad. No obstante, para Aparici (2010), la actitud del usuario web 2.0 -a la que se le refiere como educación- es propia de un movimiento de por lo menos 30 años de antigüedad, que si bien no era factible sin la plataforma web, con ella solamente se automatizan las interacciones mas no el concepto.

Una de las críticas a la categorización de usuarios web 2.0 es pensar, ingenuamente, que el acceso y uso de estas herramientas nos convertirá de manera automática en expertos. El uso de la letra digital, tal como la letra escrita, exige de ciertos conocimientos y habilidades que el autor-lector digital requiere aprender, pero estos *súper poderes* no se adquieren de manera espontánea. Cassany (2011) nos advierte que un lector-autor digital necesita, por lo menos, de los siguientes conocimientos y destrezas:

- a) Informática. Para instalar los programas y mantener el sistema.
- b) Biblioteconomía y documentalismo. Para usar bases de datos y motores de búsqueda.
- c) Análisis del discurso. Para estudiar el uso de la lengua.
- d) Tipografía y edición. Para corregir, editar y publicar un texto en la red o para

valorar la calidad de los documentos que se leen.

e) Diseño, imagen (dibujo, fotografía, video) y audio. Para gestionar los componentes no verbales que acompañan un documento multimodal y valorar también la calidad de los productos leídos.

f) Derechos de propiedad. Para gestionar la propiedad intelectual de los documentos usados (*copyright*, *copyleft* y licencias flexibles como la *Creative Commons*) y para bajar y utilizar legalmente recursos digitales.

g) Marketing. Para encontrar a las audiencias apropiadas entre los millones de internautas ya sean clientes, interlocutores o amistades (p. 26).

Algunos internautas se han apropiado ya de estos saberes o *súper poderes*, como Cassany (2011) los llama, y la red comienza a dar muestras y señales de una autorregulación necesaria para mantener un nivel aceptable de comprensión para todos los usuarios, como el autor mismo señala, «dime qué sabes hacer con la letra digital y te diré qué súper poderes tienes» (p. 28).

2.2. Consumidores y productores.

Esta categorización se refiere al tipo de comportamiento pasivo o activo que podemos distinguir entre los usuarios de sistemas informáticos y las actitudes o posicionamientos, que han decidido tomar al incorporar las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en su vida cotidiana. Los usuarios pasivos, son aquellos que se asumen a ellos mismos como consumidores de contenido, es decir, que de manera general son personas que sólo consultan su cuenta de correo electrónico o buscan información en portales sin hacer comentarios; tienden a leer los perfiles sociales de sus contactos pero

si cuentan con uno la información que han subido tiende a ser limitada; ven fotos, sin compartir las propias, escuchan música y ven videos pero sin dejar comentarios, compartirlos, retransmitirlos o signarlos mediante marcadores sociales como reddit, del.icio.us, digg o un simple *me gusta*; leen tuits y tal vez tengan una lista considerable de usuarios a seguir, pero ellos no tuitean, incluso sus cuentas tienden a ser privadas. La pasividad de los consumidores se debe precisamente a las altas dosis de consumo de información (Ramírez-Martinell, 2010) derivadas principalmente de una decisión personal de no interactuar con el contenido, la plataforma de contenidos o con otras personas. El consumidor, también referido como *lurker* o husmeador (Brown, 2000), es pasivo y temeroso de dejar huella de su paso por Internet.

Por otro lado, el usuario activo en esta categorización se asume como un sujeto social que además de compartir y socializar contenido como el usuario 2.0, lo crea. El productor, que por definición también es consumidor o *prosumidor*, por la combinación de los términos, vive inmerso en una dinámica social basada en la *producción para el intercambio* (Toffler, 1980), filosofía que incluso se adopta en sitios para el hospedaje y consulta de contenidos digitales como scribd.com, en donde para descargar un documento hay que subir uno propio. El productor no genera contenido para sí mismo, por el contrario, combinando la producción de contenidos digitales con la web social, ve en esta plataforma una oportunidad para socializar, compartir sus creaciones y, en general, para construir la web (Ritzer & Jurgenson, 2010). Aunque la actitud de consumidor sigue siendo imperante entre usuarios, como por ejemplo los docentes

(Cabero et al., 2003), creemos que algunos otros tienden a la producción o la producción social (o co-producción) en el marco de cómputo en la nube.

El productor (quien por ejemplo genera un archivo de proyecto de video .FCPX con Final Cut Pro un software propietario al que tiene acceso pero por su falta de consideración hacia otros usuarios no es consciente de un formato de archivo adecuado para el intercambio); el co-productor (quien genera un archivo de proyecto de video compatible con KDENLIVE que por ser software libre puede ser descargado e instalado sin problemas legales o de inversión fomentando así la colaboración); el productor en la nube (quien crea o edita un proyecto de video en una aplicación basada en web como el editor de YouTube); o el co-productor en la nube (quien puede editar colaborativamente un proyecto de video en una plataforma como WeVideo) además de generar contenido y compartirlo en la web son los artífices de una *civilización verdaderamente humana* dueña de sus propias perspectivas y formas de entender el tiempo, el espacio y las interacciones propias de los «nuevos estilos familiares, formas distintas de trabajo y de organización económica y política» (Toffler, 1980, p. 9). Son los productores de contenidos digitales los que con sus aportaciones van construyendo la web y hacen una realidad lo que Toffler vió en 1980 como una oportunidad de cerrar la brecha digital entre el usuario que sólo consume contenido con su complemento, el usuario productor.

El productor es entonces un usuario activo, interesado en consumir contenido digital, pero también en generar y compartir información en la web, tiende a contar con perfiles sociales actualizados y llenos de información; a compartir sin diferencia el

contenido digital que ha generado (fotos, video, textos) y a signar, mediante marcadores sociales, el que posee o encuentra en la red (música, documentos). El productor suele dejar huella de su paso por la web mediante la construcción y procuración de un blog, microblog, o página personal donde publica de manera constante y responde a los comentarios que le hacen, además de manifestarse en la red mediante el uso de marcadores sociales o comentarios en las páginas que lee.

2.3. Enfoque de las generaciones.

Entre los siglos XX y XXI hemos presenciado diferentes transformaciones de la sociedad, surgidas a partir de cambios sociológicos y demográficos que han dado pie a su estudio según las características propias de una generación. A continuación mencionamos algunas de las más conocidas:

- Generación Baby Boom: Conformada por personas nacidas entre los años 1946 a 1964. Generaron una explosión demográfica (de ahí su nombre). Fueron la primera generación en conquistar el derecho a ser jóvenes e impulsaron grandes cambios sociales como la paz, amor y el llamado *flower power*. Después de los Babyboomers, Tapscott (2009) habla de dos generaciones, la de los Baby Bust, de 1965 a 1976; y la de los Baby Boom Echo, de 1977 a 1997, que coinciden con la Generación X y con la Generación Net, respectivamente.

- Generación X: Nacidos entre los años 1965-1980. Aprovecharon los derechos conquistados ya por los Baby Boomers, se caracterizan por ser abiertos a la diversidad y por demandar control de su individualidad. Proviene de familias pequeñas, no tienen deseos de tener hijos, ven la vida con más

cinismo porque han crecido en tiempos difíciles, donde el peligro se puede encontrar en cualquier lugar, incluyendo las drogas y enfermedades como el SIDA. La generación X defiende sus ideales y considera que el sentido de grupo está por encima del individualismo.

- Generación Y: Nacidos a finales de los 70 y principios de los 80. Son más educados y optimistas, tienen metas específicas a mediano plazo. Son un subconjunto de la Generación X, también referidos como generación del milenio o *Millenials*. Los jóvenes de la generación Y tienden a ser desafiantes y retadores de la autoridad, inquietos, afables al estilo urbano y a la vida al aire libre. Son más individualistas y materialistas.

- Generación Einstein: Nacidos a partir de 1988. Son una generación de personas nacidas en época de bonanza, desarrollo y bienestar, con grandes avances tecnológicos como Internet y la telefonía móvil (Gértrudix, Durán, Gamonal, Gálvez & García, 2010). Boschma (2008) considera a las personas de esa generación como jóvenes más listos, más rápidos y más sociales. Simultáneos e impacientes como describe Murdochowicz (2008) a los de la Generación Multimedia; o distantes, discontinuos, desapegados y con múltiples identificaciones parciales como Bauman (2007) describe a los jóvenes de la modernidad líquida. Otras generaciones similares a la Einstein son la Generación Google, la Generación 2.0, la Generación We, la Next Generation, o la Net Generation (Generación Net).

- Generación Net: Nacidos entre los años de 1977 y 1997. Los jóvenes de la generación Net (o red) se relacionan con la tecnología (computadoras, consolas de videojuegos, reproductores) sin ningún

esfuerzo aparente y sin sentirse intimidados (Tapscott, 2009). Internet ha estado ahí desde que nacieron y es parte del panorama común complementado por dispositivos digitales portátiles, servicios de web como Google, redes sociales, servidores de video en línea, altas velocidades de transferencia de datos y grandes oportunidades de interacción e innovación de manera cotidiana. Gran parte de la vida sucede en la pantalla y actividades como ver la televisión, leer el periódico son poco comunes en comparación con las actividades de otras generaciones.

Los jóvenes de las generaciones del cambio de milenio son multiculturales (como las generaciones Einstein y Net), tienen una extendida red social (virtual) pero sus relaciones personales (físicas) llegan a ser cortas y efímeras. Consideran que el proceso de recopilación y procesamiento de la información debe ser divertido, por tanto no están dispuestos a quedarse sentados en sus pupitres y digerir lo que el maestro pone delante de ellos, están acostumbrados a recibir información cuando la quieren y cuando la necesitan (Hay, 2000). Cada vez buscan más unir el trabajo con el placer, y lo logran. La economía generada a partir de ellos está comandada por el código abierto (*open source*) y la colaboración participativa en línea (*crowdsourcing*), así como de iniciativas independientes que, con el poder de Internet, pueden llegar a tener un impacto inimaginable. Las conexiones globales que establecen promueven cambios comportamentales dentro y fuera de la red como el caso de los flashmobs, el Harlem shake o el Zombie walk. Las habilidades sociales en el mundo físico - más no en el virtual- tienden a verse disminuidas en las generaciones del cambio de milenio quienes también carecen de tiempo para practicar deportes pero no para estar

permanentemente conectados, interactuando y creando contenido en línea (Tapscott, 2009).

En las generaciones del cambio de milenio encontramos una paradoja, ya que mientras por un lado la tecnología fomenta el individualismo (la interacción sólo con la máquina), por otro se promueve la comunicación y colaboración con otros internautas (Morduchowicz, 2008), generando así un individualismo colectivo como forma predominante de relación social.

2.4. Inmigrantes y nativos digitales.

Una de las categorizaciones más populares es la propuesta por el mercadólogo americano Marc Prensky, quien clasifica a los internautas dependiendo de su fecha de nacimiento y acuña el término de *nativo digital* en contraposición al de *inmigrante digital* (Prensky, 2001a, 2001b). Define a estas dos generaciones con base al año de nacimiento, es decir, los nativos digitales son los que nacieron en la década de los noventa, donde surge una revolución tecnológica con la llegada de Internet y son nativos puesto que son hablantes del lenguaje digital; como nacieron rodeados de tecnología, ésta forma ya parte de su cotidianidad, se sienten cómodos en los espacios virtuales y los manejan con mucha naturalidad (Prensky, 2004). Son jóvenes que han crecido rodeados de computadoras, teléfonos celulares e inteligentes, cámaras digitales, reproductores de música, consolas de videojuegos, etc., son aparatos que no les resultan extraños ya que han formado parte de su vida casi desde que nacieron, su acercamiento a ellos parece natural y los utilizan con bastante destreza sin haber recibido necesariamente instrucción formal alguna. Este grupo se caracteriza también por realizar la multitarea,

emplear la escritura *ideofonemática* y optar por el uso de contenido digital especialmente en formato gráfico. Incluso, Prensky (2001b), atañe estas características a cambios físicos en la estructura cerebral, sugiriendo que los nativos digitales piensan y procesan la información de manera diferente que los inmigrantes. Los nativos digitales han pasado 10.000 horas jugando videojuegos y casi 20.000 horas mirando la televisión, han visto 500.000 comerciales y han mandado 200.000 mails y mensajes instantáneos, mientras que solamente han pasado 5.000 horas leyendo libros (Prensky, 2001a).

El grupo de los *inmigrantes digitales*, por otro lado, está conformado por los que no crecieron rodeados de toda esta tecnología, les tocó emigrar al mundo digital, tuvieron que aprender un nuevo lenguaje, una nueva cultura y una nueva forma de comunicación; es como si aprendieran un nuevo idioma, de ahí que tengan un cierto *acento* (por ejemplo, no recurren a Internet como primera opción para buscar información, imprimen los textos en vez de leerlos en la pantalla y piden apoyo para dar lectura a sus correos electrónicos). Las TIC les llegaron de manera repentina, la forma en que han aprendido a usarlas ha sido diversa, desde asistir a cursos especializados o aprender por su cuenta, hasta recibir ayuda de algún amigo o familiar, venciendo miedos, frustraciones e inclusive enfrentándose al ridículo. Aún con todo este esfuerzo por aprender parece que desconocen muchas veces los alcances y ventajas que esta tecnología podría ofrecerles.

Si partimos de la idea de que en la era Internet lo primordial es la comunicación, para los nativos digitales lo que importa es cómo se transmite esta comunicación sin poner tanto énfasis en el contenido que es efímero, para el nativo la comunicación tiene que ser

rápida para que sea efectiva. El inmigrante digital, por su parte, se acerca con un propósito específico a la red, que puede ser laboral, académico o simplemente de ocio; mientras que los oriundos lo hacen de una manera intuitiva, buscan cosas sin tener muy claro qué, porque saben que de alguna u otra forma encontrarán respuestas, aun cuando no siempre sean a sus preguntas.

Consideramos que la categorización que Prensky propone es bastante original pero ha causado cierta polémica ya que algunas de sus afirmaciones no están contrastadas con investigaciones rigurosas (como la de la neuroplasticidad presentada por Prensky, 2001b). Básicamente el debate se centra en dos puntos: 1) una generación nueva ha surgido a raíz de la aparición y uso de las TIC y 2) que el sistema educativo actual no está preparado para satisfacer las necesidades de esta nueva generación. Estas afirmaciones han provocado un panorama alarmante que proclama cambios radicales y urgentes en los planes de estudio. Sin embargo creemos que si en lugar de ver al usuario como nativo lo vemos como visitante o residente, el enfoque será más medido.

Afirmar que los nativos digitales están completamente inmersos en el uso de la tecnología sería también asegurar que esta familiaridad con las herramientas tecnológicas es universal, y se dejan de lado diferencias relacionadas con el contexto socioeconómico, cultural, y familiar; desigualdad de uso y acceso; grado de apropiación tecnológica; características de disposición ante las TIC; entre otros. Ante la posibilidad de estas diferencias resulta comprometedor hacer generalizaciones contundentes, sobre todo cuando se toma solamente como referencia el factor edad, para

determinar si una persona es nativa o no (Helsper & Eynon, 2010).

2.5. Visitantes y residentes.

Esta categorización ha sido propuesta por White y Le Cornu (2011), la idea se centra en la diferencia del comportamiento social que tienen los usuarios de la red en lugar del factor edad, como se mostró en las generaciones del cambio de milenio y en la de nativos e inmigrantes del mundo digital; pero ésta no hace una distinción tajante entre un espacio virtual y uno físico. Se supone un cambio de paradigma en el acceso a sistemas digitales, los usuarios activos o residentes se han alienado a la idea de utilizar las plataformas de la web de manera cotidiana e ininterrumpida, mientras que los usuarios pasivos o visitantes las han tomado como espacios o lugares alternativos para realizar consultas o socializar.

Consideran, entonces, que un usuario es visitante cuando se conecta ocasionalmente a Internet con un objetivo o tarea en específico, ya sea para revisar su correo, para chatear con sus contactos, consultar diccionarios, leer blogs o noticias. En sus visitas al mundo digital necesita ver algún beneficio en concreto; la web es sólo una de las muchas herramientas que puede utilizar para lograr ciertas metas, no es un lugar para pensar, crear o desarrollar ideas; cuando tienen un problema, consultan libros, mapas, periódicos y, ocasionalmente, la red. En su forma más extrema los visitantes piensan *offline*. Es muy probable que no tengan ningún tipo de perfil en línea en portales y redes sociales, y si esto llegara a suceder seguramente el tipo de información que proporcionarían no representará su identidad física en el espacio digital. Prefieren sin lugar

a duda las reuniones presenciales - cara a cara -, realizar llamadas por teléfono en lugar de hacer una videollamada; tienen la creencia de que los amigos de verdad son aquellos con los que ha mantenido algún tipo de contacto físico -y no sólo virtual- de hecho las redes sociales para ellos son consideradas como una pérdida de tiempo, son superficiales, banales y egoístas; cualquier tipo de relación que pudieran establecer en línea es considerada como sospechosa. Tienen mucho cuidado con su privacidad y robo de identidad, por lo que su comportamiento en la red es relativamente anónimo. Para ellos Internet es un mundo virtual y muy diferente de la realidad. En clases prefieren el aula presencial a la que llegan con libreta y bolígrafo; prefieren dialogar, aunque tengan *e-mail* y prefieren los libros impresos sobre la lectura en pantalla.

Esta idea del visitante la hemos asociado con el término *lurker* (o husmeador). En las comunidades virtuales un *lurker* es un participante silencioso, con una actividad pasiva más que participativa; está ahí leyendo, observando los mensajes en los foros, acechando, pero de ninguna manera contribuye ni aporta a la discusión generada. Tiene una connotación negativa porque se especula que la razón para no revelar su posición es que tienen miedo al ridículo, a ser agredidos por otros usuarios y creen que no tienen nada que aportar a la discusión pública en web.

Los residentes, en cambio, pasan muchas horas dentro de la red, pareciera que viven dentro de ella, se sienten tan cómodos en lo virtual como en las relaciones presenciales, es un lugar de encuentro y esparcimiento con amigos, familia o colegas; chatean, *postean*, realizan pagos electrónicos, responden

correos y hacen videoconferencias con la misma confianza con la que conversan cara a cara. Sienten que pertenecen a una comunidad que se encuentra en lo virtual; no tienen problema en expresar sus opiniones o preferencias en las redes sociales. No hacen una diferencia entre las comunicaciones en línea o fuera de ellas porque para ellos la red forma parte de su realidad y llega a confundirse (Cassany, 2011), la distinción entre lo *online* y *offline* es cada vez más borrosa. Están siempre conectados en varios dispositivos, en cualquier lugar y situación. Guardan su material en la nube, con cuentas en Dropbox, SkyDrive, Google Drive o iCloud; cuentan con un canal propio en YouTube y otros servidores de medios, por mencionar solamente algunas características. Cuando tienen algún problema recurren a las *apps* y los recursos digitales como primera opción. Cuidan su identidad digital con varios perfiles, alertas o controles de privacidad, proyectando lo profesional y protegiendo lo personal. En clase no rehúyen a las tareas en línea, utilizan tabletas o portátiles, envían e-mails al docente y a sus compañeros.

Si bien algunas personas pueden funcionar como visitantes, accediendo a espacios en la web con propósitos específicos y sin dejar huella, otras pasan mayor tiempo interactuando socialmente en línea y dejando tras de sí una evidencia significativa de su presencia y prestigio en la web. Nos inclinamos a pensar que la variedad de estas prácticas radica en la motivación de los usuarios por usar la tecnología o bien como una herramienta o un espacio social, y esto a su vez dependerá de los objetivos, intereses o necesidades que requieran cubrir en un momento determinado, es decir, que bajos ciertas circunstancias podríamos tener una participación tangencial y en otras más activa.

TIPO DE USUARIO	INTERACCIÓN CON EL CONTENIDO DIGITAL	PUBLICACIÓN EN WEB
Usuario 1.0	<i>El usuario 1.0 es pasivo, su participación en la web está limitada por la plataforma y no por su decisión</i>	La plataforma no lo permite
Usuario 2.0	<i>El usuario 2.0 es activo, consciente de su participación en un mundo digital altamente social. Aun cuando el usuario 2.0 retransmite y divulga contenido, no necesariamente es su creador</i>	Comparte, colabora y deja evidencia de su existencia digital
Consumidor	<i>El consumidor es un usuario que recibe contenido digital de forma pasiva</i>	No publica en web
Productores	<i>El productor es un usuario que genera contenido digital, ya sea de tipo texto, imagen, vídeo o audio</i>	Esta categoría requeriría de un productor 2.0 (o como lo mencionamos en el texto, co-productor, productor en la nube o co-productor en la nube) para que por definición se entendiera que este usuario publica en la web
Generaciones del cambio de milenio	<i>Se relacionan con el ambiente y contenido digital desde su nacimiento, por lo que su interacción con contenido digital es natural</i>	Probablemente compartan las características de un usuario 2.0 y de un productor, pero el punto de vista generacional no define estrictamente sus habilidades digitales.
Nativos digitales	<i>El nativo digital se relaciona con el contenido digital desde su nacimiento</i>	Consume y produce contenidos en la web; puede ser un usuario 2.0 y un productor
Inmigrantes digitales	<i>El inmigrante digital también está definido por su edad y aunque sus competencias digitales podrían llegar a ser similares a las del nativo, es en la forma de comportarse en el mundo digital, donde yace la diferencia</i>	El inmigrante digital podría ser social y también podría ser creador de contenidos, la categorización no limita sus habilidades digitales
Residentes digitales	<i>Este usuario está definido por su lugar de residencia: el mundo digital, sin considerar que existe una separación con el mundo físico</i>	El residente digital es social y creador de contenidos
Visitantes digitales	<i>El visitante digital está definido por el lugar que visita -el mundo digital- pero también por su lugar de procedencia que es el físico, el real</i>	El visitante digital podría ser social y también podría ser creador de contenidos, pero a diferencia del residente, éste podría tener menos confianza y soltura en el espacio virtual

Tabla 1. Interacción y publicación, según el tipo de usuarios en la web.

3. Interacción y publicación de los usuarios en la web.

En la Tabla 1, presentamos una comparación de las categorías de usuarios de sistemas informáticos y de sistemas de información, en función de su relación con el contenido y con su publicación en web. La información de la Tabla 1 no pretende describir nuevamente las categorías en función de la categorización que atienden, sino plasmar los tipos de interacción y publicación en web dependiendo del tipo de usuario.

Como podemos observar en la Tabla 1, los usuarios de la clasificación de consumidores, inmigrantes y visitantes digitales tienen una actividad de publicación escasa o nula. Ya sea por el factor edad o por la decisión personal de participar o no en el mundo virtual, parecen compartir cierta inseguridad y desconfianza al interactuar con el contenido digital. Por otro lado distinguimos una mayor compatibilidad entre los usuarios cuando hablamos de la forma en que publican en la web: los usuarios 2.0, los productores, los de las generaciones del cambio de milenio, los nativos y residentes digitales tienen una mayor producción, colaboración y participación en el mundo virtual. Si queremos hacer una distinción entre cada una de estas categorías la división que las separa es muy fina o inclusive puede que no exista. Se caracterizan por tener una mayor naturalidad de comportamiento entre el mundo físico y virtual, probablemente los que no compartamos sus características y habilidades seamos los obstinados en hacer esta diferencia que para ellos no existe.

4. Discusión.

Debido a la complejidad que rodea al ser humano y a los diferentes intereses,

necesidades y contextos en los cuales se desarrolla, sería poco acertado afirmar que se puede encontrar a un tipo de usuario digital, digamos, en estado puro. Las personas como objeto de estudio no son estáticas debido a diversos factores, incluidos los avances continuos de la tecnología digital que de alguna u otra forma van influyendo en sus contextos cotidianos, laborales o escolares, de manera tal que -en mayor o menor medida- se tengan que insertar en el mundo digital.

Creemos que por los contextos dinámicos en que los usuarios se insertan, sus categorizaciones deberían ser igualmente dinámicas y proclives a atender el desarrollo de las personas a partir del posible tránsito entre un estado inicial y uno final. Así pues, el usuario 1.0 debería poder asumir un carácter social y volverse un usuario 2.0; el visitante podría decidir instalarse de manera permanente en el mundo digital volviéndose así un residente; o el consumidor podría encontrar la motivación que lo haga pasar de *lurker* a un generador de contenidos. Cambios que podrían darse aún sin que las personas estén conscientes de que se están adelantando en el mundo digital. Y aunque el estudio de las evoluciones sea lo que resulte más interesante, por tratarse de un tránsito bidireccional entre un estado y otro, podríamos incluso hacer un análisis también de los retrocesos, como el caso de una persona que decidiera dejar de ser residente del mundo digital para instalarse en el retiro del mundo digital o volverse un visitante esporádico.

Con esto no pretendemos afirmar que los estados de las categorizaciones tienen que ver con la capacidad o habilidad de los usuarios de hacer una u otra cosa. Creemos que la forma de comportamiento pasivo o activo es voluntaria, es decir, que cada

usuario elige qué subir, postear o compartir en Internet, y aunque la tendencia a la actividad o pasividad es lo que los define y coloca en uno u otro de los extremos de la categoría es su motivación a hacerlo una beta de investigación.

Contraria a esta perspectiva de desarrollo, está la categorización estática de usuarios, en la que el tránsito de un estado a otro no es factible debido a una característica inherente al usuario, que como se presentó en este texto puede deberse al momento histórico en el que nació. Esto se puede ver en el caso en el que un inmigrante digital, por ejemplo, a pesar de que sea un usuario 2.0, residente y productor, nunca podrá aspirar a ser un nativo digital. De igual manera, podemos encontrarnos con un nativo digital cuyas características de un usuario 1.0, visitante e inminentemente consumidor de contenidos digitales, no correspondan a lo que la definición dice del nativo digital. Este tipo de categorías -sujetas a momentos históricos como la de nativos e inmigrantes digitales y la de las generaciones de cambio de milenio- ha sido, sin duda, un referente importante en el tema de tecnología digital, pero por su dependencia a lo temporal su extinción es inminente.

5. Apoyos o fuentes de financiación.

El análisis de este artículo se enmarca por una parte en el proyecto de investigación titulado «IES2.0: Prácticas letradas digitales. Materiales, actividad de aula y recursos lingüísticos en línea (EDU2011-28381; 2012-14)», de los Programas Nacionales del Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica 2011, del gobierno español, con Daniel Cassany como investigador principal. Además, el grupo de autores de este proyecto

(denominado Literacidad Crítica) forma parte de Gr@el (*Grup de recerca sobre aprenentatge i ensenyament de llengües*; cuerpo de investigadores sobre aprendizaje y enseñanza de lenguas), grupo consolidado de investigación, con financiamiento (AGAUR 2009 SGR 803, resolución 3-7-2009); y por otra parte en el proyecto de Saberes Digitales desarrollado en el Instituto de Investigaciones en Educación de la Universidad Veracruzana, México, apoyado por el programa de mejoramiento del profesorado (PROMEP).

6. Referencias bibliográficas.

- Aparici, R. (2010). Introducción: la educación más allá del 2.0. En R. Aparici (Coord.). *Educomunicación: más allá del 2.0*. (pp. 9-23). España: Gedisa, S.A.
- Bauman, Z. (2007). *Los retos de la educación en la modernidad líquida*. Barcelona: Gedisa.
- Boschma, J. (2008). *Generación Einstein: más listos, más rápidos y más sociables*. Barcelona: Gestión 2000.
- Brown, J. (2000). Growing up: Digital: How the web changes work, education, and the ways people learn. *USDLA Journal*, 16(2). Recuperado de: http://www.usdla.org/html/journal/FEB02_Issue/article01.html
- Cabero, J., Castaño, C., Cebreiro, B., Gisbert, M., Martínez, F., Morales, J. & Prendes, M. (2003). Las nuevas tecnologías en la actividad universitaria. *Píxel Bit. Revista de Medios y Educación*, 20, 35-53. Recuperado de: <http://www.sav.us.es/pixelbit/pixelbit/articulos/n20/n20art/art2008.htm>
- Cassany, D. (2011). *En línea. Llegir i escriure a la xarxa*. Barcelona: Graó.
- Domínguez, G. & Llorente, M. (2009). La educación social y la web 2.0: nuevos

espacios de innovación e interacción social en el espacio europeo de educación superior. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 35, 105-114. Recuperado de: <http://www.sav.us.es/pixelbit/pixelbit/articulos/n35/9.pdf>

Gértrudix, F., Durán, J., Gamonal, R., Gálvez, M. & García, F. (2010). *Una taxonomía del término nativo digital. Nuevas formas de relación y de comunicación*. Comunicación presentada en el Congreso Euro-Iberoamericano ATEI, Alfabetización mediática y culturas digitales, Sevilla, (España), 13-14 de mayo. Recuperado de <http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/Una%20taxonom%C3%ADa%20de%20t%C3%A9rmino%20E2%80%9Cnativo%20digital%E2%80%9D.%20Nuevas%20formas%20de%20relaci%C3%B3n%20y%20de%20comunicaci%C3%B3n.pdf>

Hay, L. (2000). Educating the Net Generation. *School Administrator*, 54, 6-10.

Helsper, E. & Eynon, R. (2010). Digital natives: where is the evidence?. *British Educational Research Journal*, 3, 503-520. doi: 10.1080/01411920902989227

Morduchowicz, R. (2008). *La generación multimedia. Significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires: Paidós.

O'Reilly, T. (2005). *What is web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. O'Reilly. *Spreading the knowledge of innovators*. Recuperado de <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

Prensky, M. (2001a). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5). Recuperado de <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>

doi: 10.1108/10748120110424816

_____ (2001b). Digital Natives, Digital Immigrants, Part II. Do they really think differently?. *On the Horizon*, 9(6). Recuperado de <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>. doi: 10.1108/10748120110424843

_____ (2004). *The Emerging Online Life of the Digital Native: What they do differently because of technology, and how they do it. Work in progress*. Recuperado de: http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-The_Emerging_Online_Life_of_the_Digital_Native-03.pdf

Ramírez-Martinell, A. (2010). *Exploring the complex relationship between production, educational use and audience*. Berlín: VDM.

Ritzer, G. & Jurgenson, N. (2010). Production, consumption, prosumption the nature of capitalism in the age of the digital prosumer. *Journal of Consumer Culture*, 1, 13-36. doi: 10.1177/1469540509354673

Tapscott, D. (2009). *Grown up Digital: How the net generation is changing the world*. New York: McGraw-Hill.

Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Barcelona: Plaza & Janés.

White, D. & Le Cornu, A. (2011). Visitors and Residents: A new typology for online engagement. *First Monday*, 16(9). Recuperado de <http://www.firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/3171/3049>. doi: <http://dx.doi.org/10.5210/2Ffm.v16i9.3171>

Fecha de recepción: 02-04-2013

Fecha de evaluación: 29-04-2013

Fecha de aceptación: 26-05-2013