

Artículo recibido:
18 de septiembre del 2012.
Evaluado:
16 de octubre del 2012.
Aceptado:
5 de noviembre del 2012.

¿Es Internet la próxima imprenta? Elementos para abordar el proceso sociocultural de Internet

RESUMEN

El ensayo resulta de un análisis de diversos autores para apoyar la investigación *El proceso sociocultural de Internet en las personas no especializadas (PNE): el apoyo en las rutinas cotidianas*. Internet es usado de manera diferente de acuerdo con la forma en que apoya las rutinas cotidianas de las personas. Los conceptos abordados por los autores permiten deconstruir el proceso sociocultural de Internet para analizarlo. Los cambios que traen los medios digitales permiten compararlos con los efectos causados por el desarrollo de la imprenta.

PALABRAS CLAVE

Internet, comunicación, consumo, proceso sociocultural

Is Internet the Next Printing Press? Theoretical Elements to Explore the Internet's Socio-Cultural Process

ABSTRACT

This essay results from the analysis of diverse authors to support the dissertation *Internet's Socio-Cultural Process on Non-Specialized Persons (NSP): The Support of Daily Routines*. Internet is used differently according to how it supports people's daily routines. The concepts developed by the authors allow the deconstruction of Internet's socio-cultural process in order to analyze it. The changes caused by digital media may be compared with the consequences brought by the development of the printing press.

KEY WORDS

Internet, communications, consumerism, socio-cultural process



**Rebeca
Vega Chin**

Bachiller en antropología de la Universidad de Costa Rica (UCR). Estudiante de licenciatura en antropología social en la misma universidad. Ha desarrollado investigaciones en las áreas de la comunicación y los medios digitales.
Correo electrónico: revechin@hotmail.com

¿Es Internet la próxima imprenta? Elementos para abordar el proceso sociocultural de Internet

El presente artículo es el resultado de un análisis en el marco de un trabajo de investigación mayor. El trabajo de investigación analiza el proceso sociocultural de Internet en quienes no tienen formación empírica ni académica en tecnología. Este se desarrolla como un trabajo final de graduación para optar por el grado de licenciatura en antropología social de la Universidad de Costa Rica (UCR). La investigación, titulada *El proceso sociocultural de Internet en las personas no especializadas (PNE): el apoyo en las rutinas cotidianas*, se interesa por el uso desigual de Internet que hacen las personas para apoyar sus rutinas a diario.

Este artículo analiza diversos autores que tratan la formación de comunidades, la identidad, las dinámicas socioculturales, las tensiones entre lo global y lo local junto con el tema central de la investigación, el proceso sociocultural de Internet. La primera sección, “¿Cómo Internet es parte de la vida de las personas?”, introduce que el uso que hacen las personas de los medios digitales no es homogéneo. También se presentan las categorías analíticas que son usadas en la investigación. En la segunda sección, “Aportes teóricos para analizar el proceso sociocultural de Internet”, se aborda el proceso sociocultural de Internet relacionando conceptos desarrollados por los autores con el tema de investigación. En la tercera sección, “Conclusiones. ¿Es Internet la próxima imprenta?”, se recapitulan los principales aportes de los autores.

¿Cómo Internet es parte de la vida de las personas?

Internet es incorporado a la vida cotidiana de las personas, lo que ha tenido un impacto sociocultural en sus prácticas y actitudes. La dimensión del impacto se debe valorar en relación a cómo Internet se naturaliza en las vidas cotidianas, ya que esto sucede de manera heterogénea. Además, como lo evidencia Castells (2003a), la gente moldea la tecnología para adecuarla a sus propias necesidades. A juicio de Anderson (1993), las vidas humanas están llenas de las combinaciones de necesidad y azar, por lo tanto, la manera en la que se interactúa con los espacios se manifiesta según el contexto de las personas y sus competencias para utilizar la tecnología. Las actitudes y el acceso hacia el equipo y el conocimiento que conforman Internet determinan cómo este medio apoya las rutinas cotidianas de sus usuarios. Por esto, las personas usan los medios digitales de forma diferente.

Las posibilidades de acceso en la cotidianidad influyen en la manera en que las personas utilizan Internet. Howard & Massanari (2007) afirman que la brecha de acceso a la tecnología origina la división digital. Sin embargo, a juicio de Wei (2012), a nivel mundial, esta división ha disminuido. Por lo anterior, argumenta que entre quienes tienen acceso, hay una brecha de uso, ya que se utiliza Internet de manera desigual. Por lo anterior, al abordar la brecha digital, se deben integrar más dimensiones que el acceso físico (Wei, 2012).

Al hablar del uso de Internet se hace referencia al conjunto de procesos socioculturales que intervienen en la socialización y significación de las nuevas tecnologías. El consumo de Internet se produce en las rutinas y espacios que habitan y frecuentan las personas. Debido a lo anterior, la comprensión de cómo se usa de manera desigual (García, 2004) pasa por la reconstrucción de su proceso de incorporación en la vida cotidiana a partir de observar las dinámicas sociales. Siguiendo a Mayans (2002), el uso social y las prácticas culturales asociadas a los medios digitales se originan a partir de cómo cada persona incorpora la tecnología a su vida. A juicio de Wei (2012), la oposición binaria de uso/no uso no captura las diferencias en cuanto a los tipos de usos de Internet en la cotidianidad de las personas. Debido a lo anterior, los usuarios de medios digitales no realizan los mismos tipos de actividades en línea.

Existen personas con conocimiento técnico acerca de Internet. Estas están familiarizadas con la tecnología por formación académica, técnica o empírica que les ha permitido incorporarse a sectores de avances tecnológicos. Entre sus habilidades para el manejo de Internet se encuentran programar y desarrollar sitios web, diseñar estrategias de mercadeo digital o el manejo de redes de conectividad. Este grupo tiende a hacer usos más sofisticados de Internet, pero eso no excluye que utilicen también medios tradicionales, como el periódico impreso. Coinciden con lo señalado por Mayans (2002, p. 55), “como ocurre en cualquier tipo de comunicación humana, hay individuos que

se comunican con más eficacia que otros, que usan un repertorio de instrumentos mayor o que maximizan las posibilidades del medio.”

También, existen personas con conocimiento común acerca de Internet. No tienen formación académica ni empírica dedicada a la tecnología, pero igual la incorporan a su vida diaria, ya que esta apoya sus rutinas cotidianas. Lo anterior es reforzado por Miranda (1998), quien afirma que nadie escapa de la revolución tecnológica. A nivel mundial, de acuerdo con datos de International Telecommunication Union (ITU, 2012), para finales del año 2011 habían 2.3 billones de personas que accedían Internet. En los países en vías de desarrollo, se ha duplicado la cantidad de usuarios de Internet entre el año 2007 y el 2011 (ITU, 2012). En Costa Rica, según datos del Censo 2011 realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2011), en los últimos 3 meses, 2 855 253 personas mayores de 5 años han usado un celular, 1 928 900 una computadora y 1 797 932 han accedido a Internet.

Muchas personas con conocimiento común acerca de los medios digitales tienen acceso a Internet, por lo que con regularidad ingresan a sitios web con múltiples propósitos. Usan la tecnología como apoyo para sus tareas o le dan usos recreativos. Su contexto les ha facilitado familiarizarse con las tecnologías, puesto que estas no hacen mimesis de las tareas habituales, sino una continuidad al apoyarlas. Por lo anterior, se genera un *continuum* entre las interacciones en línea y fuera de línea. Al mismo tiempo, los medios digitales ayudan a sintetizar las realidades compartidas por las personas. Internet es un espacio alternativo que permite prácticas de acuerdo con los estilos de vida y el contexto sociocultural de los usuarios.

La distinción entre quienes tienen conocimiento especializado y quienes no lo tienen refleja una clasificación de la población de acuerdo con su formación. A juicio de Rheingold (2004), entre quienes saben asociarse o no con tales conocimientos se da una línea divisoria. Esta diferenciación ayuda a la problematización acerca de cómo las personas crean, circulan y consumen a través de Internet de manera desigual (García, 2004).

Aportes teóricos para analizar el proceso sociocultural de Internet

Los medios digitales son incorporados a la cotidianeidad por las posibilidades de acceso y las gratificaciones que traen a sus usuarios. Debido a lo anterior, quienes usan Internet pueden apoyar sus rutinas cotidianas en mayor o menor grado. Lo interesante de analizar este proceso radica en el uso desigual que las personas hacen de los medios. Se debe recalcar que esto se debe al acceso, pero también a las preferencias y las elecciones de los usuarios. La creatividad de quienes tienen conocimiento técnico y común acerca de Internet se ha conjugado para que los medios digitales apoyen una diversidad de rutinas. A juicio de Adinolfi (2009), la red ha llegado a la mayor parte de las

áreas de la actividad social. Los medios digitales convergen experiencias lúdicas, académicas y laborales. Además, las personas han ampliado sus posibilidades, ya que estos medios proyectan y validan sus necesidades.

En adición a lo anterior, Internet es capaz de potenciar la comunicación, ya que se encuentra mediado de manera lingüística. Whitaker (1999) recalca esta capacidad de los medios digitales, debido a que trascienden las localidades y aspectos artificiales, como las fronteras políticas. Castells (2003b) coincide con lo anterior, ya que afirma que Internet potencia las posibilidades de sociabilidad local y a distancia. Además, se han modificado las formas de apropiación, el intercambio y el uso de los medios para comunicarse. "...Los sistemas informáticos accesibles para cualquier usuario constituyen, junto con las personas, un potencial inmenso... (para bien y para mal), comparable al de la imprenta o el alfabeto" (Rheingold, 2004, p. 14).

Por su parte, Benedict Anderson, autor de *Comunidades imaginadas* -obra en la que aborda conceptualmente el impacto generado por el surgimiento de la imprenta y somete a discusión el papel que ha tenido la lengua- afirma que el impulso revolucionario de las lenguas vernáculas por el capitalismo se vio reforzado por tres factores externos que contribuyeron al surgimiento de conciencia nacional. El primero fue que el latín se alejó de la vida eclesiástica y cotidiana. El segundo fue la repercusión de la Reforma: la coalición entre el protestantismo y el capitalismo desencadenó en grandes grupos de lectores nuevos. El tercer factor fue la lenta difusión de las lenguas vernáculas particulares como instrumentos de centralización administrativa (Anderson, 1993). Siguiendo a este autor, los factores anteriores son importantes debido a sus consecuencias, ya que contribuyeron al destronamiento del latín y a imaginar comunidades nuevas. La segunda consecuencia resultó de la interacción entre un sistema de producción y relaciones productivas (el capitalismo), la tecnología (la imprenta) y la fatalidad de la diversidad lingüística humana. El elemento de fatalidad se refiere a la condición general de diversidad lingüística irremediable. "Las lenguas particulares pueden morir o ser eliminadas, pero no había ni hay ninguna posibilidad de la unificación lingüística general entre los hombres" (Anderson, 1993, p. 71). A su juicio, lo esencial es la interacción entre la fatalidad, la tecnología y el capitalismo. Luego, señala que en Europa, antes de la aparición de la imprenta, la diversidad de las lenguas habladas era inmensa. Así, si el capitalismo impreso hubiera tratado de explotar cada mercado potencial de lengua vernácula, habría conservado minúsculas proporciones (Anderson, 1993). Los idelectos fueron capaces de reunirse en lenguas impresas de menor número, ya que el sistema de signos para los sonidos facilitaba el proceso de conjunción. Por ejemplo, cuanto más ideográficos fuesen los signos, mayor era la conjunción potencial. Por lo anterior, agrega que el capitalismo sirvió para conjuntar a las lenguas vernáculas relacionadas, ya que creaba lenguas impresas mecánicamente reproducidas, capaces de diseminarse por medio del mercado.

Se cuestiona si Internet, al igual que la imprenta, provoca romper esa diversidad lingüística en el ámbito del contenido publicado en redes digitales y sitios web. Pedro Moreno, investigador de Google, trabaja en tecnologías de reconocimiento del lenguaje. Afirmó en la conferencia TEDx Pura Vida 2010, que el inglés domina el 80% del contenido publicado en la web. Este idioma se comporta como una lengua franca en ámbitos digitales. Los datos de *Internet World Stats* (2012) afirman que el idioma con más usuarios es el inglés. Luego, se encuentra el mandarín y el español, en tercer lugar. El hecho de que el inglés sea el idioma más usado en línea tiene implicaciones para los usuarios que puedan acceder a la información. A juicio de Adinolfi (2009), el idioma es una barrera estructural para el acceso masivo a Internet. También arroja luz sobre quiénes publican contenido en línea.

Siguiendo a Anderson (1993), las lenguas impresas fueron reproducidas y diseminadas por medio del mercado con apoyo del capitalismo. De la misma manera, la racionalidad económica influye en los idiomas que se utilizan en Internet. La programación de los sitios web no favorece la diversidad lingüística. El 27 de octubre de 2012, el consultor en mercadeo digital, Alejandro Odio, explicó que tiene un costo elevado crear plataformas que tomen datos en varias lenguas. Muchos sitios son creados originalmente en inglés, por lo que en el momento en que se realizan versiones en otros idiomas, se debe cambiar la lengua del sitio y verificar que no se tomen datos en el idioma de la plataforma original (A. Odio, comunicación personal, 27 de octubre, 2012). Estos cambios en la arquitectura de los sitios conllevan costos que no todos los desarrolladores de sitios pueden asumir.

Por otro lado, siguiendo los lineamientos de Anderson (1993), las lenguas impresas echaron las bases de la conciencia nacional. Crearon campos unificados de intercambio y comunicaciones por debajo del latín y por encima de lenguas vernáculas habladas. Esto provocó conciencia sobre la cantidad de personas que eran parte de un campo lingüístico particular y que solo esos sujetos pertenecían a ese campo. “Estos lectores semejantes, a quienes se relacionaba a través de la imprenta, formaron, en invisibilidad visible, secular, particular, el embrión de la comunidad nacionalmente imaginada” (Anderson, 1993, p. 73). El capitalismo impreso dio fijeza al lenguaje, lo que ayudó a forjar la imagen de antigüedad que es fundamental para la idea subjetiva de nación. Así, las palabras de los antecesores se hicieron accesibles para generaciones posteriores. El capitalismo impreso creó lenguajes de poder diferentes a las antiguas lenguas vernáculas administrativas. En sus comienzos, el proceso de fijación de las lenguas impresas y la diferenciación de sus posiciones era inconsciente y resultado de la interacción entre el capitalismo, la tecnología y la diversidad lingüística.

A juicio de Piscitelli (2005), estamos en la fase electrónica de las prácticas de la escritura. Además, tal como apunta Anderson (1993) a los lectores semejantes que formaron el embrión de la comunidad nacionalmente imaginada,

Wilson & Peterson (2002) afirman que los medios digitales permiten interactuar con personas con intereses comunes, lo que refuerza la creación de comunidades en línea. Lo anterior se ve reforzado por el uso de los sitios de redes sociales y el correo electrónico, ya que estos permiten a las personas articular listas de contactos y de comunidades con las que interactúan. A juicio de Meiss, Menczer & Vespignani (2008), los patrones de comunicación e interacciones en los sitios de redes sociales incluyen el envío de mensajes y correos electrónicos. Las personas pueden compartir con sus contactos temas de interés, como ofertas laborales, información académica o poesía escrita por ellos mismos.

Adicionalmente, los datos de Moreno (2010) e *Internet World Stats* provocan reflexionar sobre si el inglés ha tomado el rol de un lenguaje de poder por la arquitectura de los medios digitales.

Anderson (1993) se preocupa por entender cómo las unidades administrativas pudieron ser concebidas como patrias. Los organismos administrativos desarrollaron viajes seculares debido al ascenso de las monarquías absolutas y los Estados europeos. Esta unificación administrativa significó el intercambio interno de personas y documentos. A juicio de este autor, la posibilidad del intercambio documental, que reforzaba la posibilidad del intercambio de personas, se impulsó por el desarrollo de una lengua oficial del Estado. Cualquier lengua escrita podía desempeñar esta función si se le daban derechos monopólicos. Estos señalamientos, junto a los datos de Moreno (2010), provocan cuestionar si el inglés está teniendo derechos monopólicos en Internet. Es interesante que Anderson apunte que cuando las lenguas vernáculas tenían el monopolio, se obtenía una nueva función centralizadora limitando el desplazamiento de los funcionarios de un soberano. En América, por ejemplo, las peregrinaciones virreinales no tuvieron consecuencias decisivas, mientras el alcance territorial no pudiera imaginarse como una nación. Esto sucedió hasta que llegó el capitalismo impreso.

De acuerdo con este autor, el uso de la imprenta se extendió en América de forma rápida, pero durante dos siglos estuvo bajo control de la Corona y de la Iglesia. En el caso de Estados Unidos, no se estableció hasta que los impresores no descubrieran el periódico como fuente de ingresos. Al establecerse los periódicos lo hicieron como apéndices del mercado. Estos contenían noticias sobre las ciudades, pero además tenían noticias comerciales y sociales. "...Lo que reunía en la misma página "este" matrimonio con "aquel" barco, "este" precio con "aquel" obispo, era la estructura misma de la administración colonial y el propio sistema de Mercado" (Anderson, 1993, p. 97). Siguiendo los lineamientos del autor, la prensa creó en forma natural y apolítica una comunidad imaginada entre un conjunto de lectores que se interesaban por esos barcos, esas bodas, esos obispos o esos precios. Esto es similar a cómo se forman las comunidades en línea: se lee una noticia por interés al tema, a los precios o la información que se da sobre el lugar en el que se

está físicamente. Castells (2003b) afirma que en las comunidades especializadas, la sociabilidad se crea en torno a un interés específico. Además, esta sociabilidad genera datos acerca del comportamiento que conforman sus usuarios. A juicio de Meiss y otros (2008), se dan redes de comportamiento por el uso mutuo de las redes, los patrones de comunicación y las interacciones en línea.

Volviendo a Anderson (1993), él afirma que un aspecto de los periódicos, durante la segunda mitad del siglo XVIII, era su provincialismo: decían algo acerca del mundo de cada lector. Debido a lo anterior, un criollo podría leer un periódico español, pero este no diría nada acerca de su mundo. Esto sucede de manera semejante con el uso de Internet, ya que su uso para consultar noticias es considerado básico (Wei, 2012). Lo anterior tiene un uso generalizado, ya que los sitios web dicen algo acerca del mundo de sus usuarios. Internet no es otro universo al cual las personas pueden escapar (Whitaker, 1999), sino que se encuentra anclado al mundo físico de los usuarios.

La pluralidad también era un aspecto de los periódicos, de acuerdo con Anderson (1993). Estos se escribían con la consciencia de sus lectores sobre la existencia de otros mundos semejantes. De la misma manera, Internet es un medio que admite una pluralidad consciente de sus usuarios. Las personas reconocen que otros tienen diversos intereses y le dan distintos usos a los medios. Un joven de 21 años puede utilizar Internet para su entretenimiento y la búsqueda de información acerca de sus cursos universitarios. Una profesional de 52 años puede utilizar un sitio web para promover el ejercicio de su carrera y comunicarse con clientes. El joven y la señora reconocen que a pesar de que constantemente acceden a Internet, sus motivos son diferentes. De acuerdo con Trejo (2006), no es necesario que los usuarios tengan las mismas perspectivas culturales, lo que resulta en la heterogeneidad de enfoques, experiencias y convicciones que se dan en línea. Así, Internet alberga a diferentes personas y grupos, los cuales se pueden imaginar como usuarios del mismo medio.

Volviendo a Anderson (1993), la concepción del periódico implicaba la refracción de sucesos mundiales en un mundo imaginado específico de lectores locales y cómo la importancia de esta comunidad imaginada era una idea de simultaneidad firme y sólida, a través del tiempo. La extensión de América y el aislamiento de sus partes hacía difícil imaginar la simultaneidad. Los sucesos de otros sitios se conocían a través de las noticias locales: aparecían como similares a lo que acontecía localmente, pero no como parte de ellos. Por su parte, los periódicos digitales contienen información simultánea que se puede consultar a través de los dispositivos tecnológicos, como los celulares, las computadoras y las tabletas. Internet permite el acceso a información de diversos orígenes, pero esto no implica que se perciba que se es parte de la información que se consulta. Un lector puede consultar el periódico espa-

ñol El País, a pesar de encontrarse lejos de allí. Trejo (2006) refuerza que el contenido se accede sin sancionar en dónde se haya generado. Afirma que en la Sociedad de la Información todas las personas son cosmopolitas: navegan por sitios sin reparar en el origen del contenido: importa la originalidad y calidad sustantiva de cada mensaje en línea.

Por otra parte, en este artículo también se abordarán los lineamientos de Pierre Bourdieu. Se puede analizar el proceso sociocultural de Internet por medio de los conceptos que desarrolla en *El sentido práctico. Estructuras, habitus y prácticas* (1993). En esta obra afirma que el objetivismo construye lo social como espectáculo para un observador con un punto de vista sobre la acción. El punto de vista se toma en posiciones elevadas de la estructura social, donde la sociedad se da como representación y las prácticas, como papeles teatrales. La teoría de la práctica recuerda que los objetos de conocimiento son construidos. El principio de esta construcción es el sistema de disposiciones estructuradas y estructurantes constituido en la práctica y orientado hacia funciones prácticas.

Este autor afirma que los condicionamientos asociados a una clase particular de condiciones de existencia producen *habitus*, sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas para funcionar como estructuras estructurantes. Funcionan como principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones. Las regularidades tienden a aparecer como necesarias, debido a que están en orden de los principios de percepción y apreciación. De acuerdo con Castells (2003a), a través de Internet han surgido nuevos patrones de interacción social. Tal como lo señala Bourdieu, los patrones de interacción en medios digitales se encuentran regulados. Mayans (2002) afirma que, en mensajería instantánea, los usuarios se amoldan a las restricciones del medio para comunicarse y sus participaciones se orientan contextualmente. Lo anterior sucede cuando se utilizan aplicaciones como Skype. Los participantes suelen mostrar su nombre y apellido, debido a que este servicio facilita la comunicación con sus familiares, amigos y compañeros de trabajo. En el ámbito laboral, toma importancia que el usuario se identifique con su nombre completo en caso de que otro compañero se llame igual.

Siguiendo los criterios de Bourdieu, Rheingold (2004) agrega que la tecnología introduce nuevos modos de comunicación social cuyos códigos deben ser aceptados socialmente. Se refiere a lo anterior utilizando como ejemplo a un grupo de fineses, tres veinteañeros y dos con edad suficiente para ser sus padres. Uno de los jóvenes miraba al teléfono mientras hablaba con uno de los mayores. Luego, sonrió y mostró la pantalla a los otros jóvenes, quienes también sonrieron. Sin embargo, no mostró la pantalla a los mayores. A pesar de esto, la conversación entre los cinco continuó fluida y no se alteró. Por lo tanto, lo que hacían los jóvenes con el celular forma parte de un código social aceptado.

Si se observa una correlación estrecha entre probabilidades objetivas (las oportunidades de acceso a bienes) y las esperanzas subjetivas (las motivaciones y necesidades), no es porque los agentes ajusten conscientemente sus aspiraciones a una evaluación de sus probabilidades de éxito (Bourdieu, 1993). Las disposiciones inculcadas por las posibilidades e imposibilidades inscritas en condiciones objetivas engendran disposiciones compatibles con esas condiciones. Las anticipaciones del *habitus* conceden un gran peso a las primeras experiencias. La economía doméstica y las relaciones familiares producen las estructuras que están en el principio de la percepción y apreciación de toda experiencia posterior. Winocur (2006), concuerda con el autor, ya que afirma que para comprender el impacto social de Internet, se deben contemplar a las familias, amigos y compañeros de los usuarios de medios digitales.

A juicio del autor, el *habitus* produce prácticas individuales y colectivas. Hace posible la producción libre, pero controlada y limitada en su diversidad, de todos los pensamientos, percepciones y acciones inscritos en límites que marcan las condiciones históricas y sociales de su producción. Volviendo a Wilson & Peterson (2002), los espacios en Internet se deben ver como continuos y anclados a otros espacios que suceden en estructuras sociales y relaciones. Los procesos sociales, culturales e históricos fuera de línea están involucrados en los flujos de información y la difusión de las nuevas tecnologías.

Bourdieu (1993) afirma que el *habitus* genera conductas razonables o de sentido común posibles dentro de los límites de las regularidades y que tienen posibilidades de ser sancionadas positivamente. Tiende a excluir conductas destinadas a ser sancionadas negativamente porque no son compatibles con las condiciones objetivas. Este concepto, al igual que la exposición de Wilson & Peterson (2002) prima las condiciones para comprender cómo se regulan las prácticas. En este caso afirman que Internet se institucionaliza en numerosos contextos. Los usuarios de los sitios de redes sociales ponen de manifiesto este aspecto. Si un usuario comparte un comentario, una imagen o un video considerado como inapropiado, se convierte en el blanco de críticas. De la misma forma, las personas comparten sus reacciones acerca de lo que consideran inapropiado o merecedor de apoyo por varios medios. Si la reacción responde a un video de YouTube, este se comparte a través de Facebook. Si responde a un comentario en Twitter, también se difunde a través de Facebook, *blogs* o periódicos digitales. Los usuarios de los sitios de redes sociales a quienes les gusta compartir sus opiniones no se limitan a un solo medio para hacerlo. Además, en el momento de responder o compartir una publicación no se requiere conocimientos técnicos. Por ejemplo, los periódicos digitales y algunas revistas en línea contienen al final de los artículos un espacio para que los lectores compartan su punto de vista. Esto distingue a Internet de la imprenta. Cuando esta última surgió, comunicar las reacciones de manera inmediata, no era un proceso tan fácil.

Volviendo a Bourdieu, él asegura que el *habitus* permite habitar instituciones, apropiárselas prácticamente y mantenerlas vivas. Internet es una institución, ya que al ser un medio de comunicación, inculca mensajes culturales. Nicholas Negroponte (1999) visualiza que Internet proporciona a las personas un medio nuevo para obtener conocimientos y significados. Sin embargo, utilizar los medios digitales implica un proceso de pensamiento y el desarrollo de inteligencia práctica (Adinolfi, 2009). El *habitus* genera esta disposición para aprender a utilizar y aprovechar Internet. La mayoría de los usuarios de Internet hacen algún tipo de práctica relacionada con su entretenimiento (Wei, 2012). Sin embargo, el *habitus* provoca que las personas deseen adicionar otras actividades a sus prácticas en los medios digitales. A juicio de Wei & Hindman (2011), hay una fuerte asociación entre el nivel socioeconómico de las personas y el uso de Internet como fuente de información, lo que influye en las diferencias en la obtención de conocimientos. El número de prácticas que se realizan aumenta al incrementarse los niveles de educación e ingreso (Wei, 2012).

Bourdieu (1993) expone que la sociología trata como idénticos a todos los individuos que siendo producto de mismas condiciones objetivas, están dotados del mismo *habitus*. El *habitus* se conforma por la clase de condiciones de existencia y condicionamientos idénticos. Así, la clase social es una clase de individuos dotados del mismo *habitus* como sistema de disposiciones común a todos los productos de los mismos condicionamientos. Todos los miembros de una clase tienen mayor número de probabilidades de enfrentarse a las situaciones más frecuentes para los miembros de esa clase. Las probabilidades de acceso a bienes, servicios y poderes inculcan a través de experiencias sus puestos inaccesibles.

Lo anterior puede ser ejemplificado por una investigación realizada por la Universidad de Costa Rica (UCR) sobre el entorno de los adolescentes en cuanto a medios digitales. Se presentó el panorama partiendo de los conceptos de acceso, uso y tenencia de Internet. El investigador, el Dr. Pérez, afirma que hay una diferencia entre el acceso, la tenencia y el consumo. El uso se refiere a las características de la acción e interacción que se establecen con el medio. La tenencia es la posesión personal o familiar de la tecnología. El acceso es la posibilidad de usar un medio digital, independientemente de que se posea o no (Pérez, 2008). Esto depende de la disponibilidad de la tecnología en el espacio en el que se desenvuelve una persona. Debido a lo anterior, aunque no se posea la tecnología, muchas personas tienen acceso a ella por medio de amigos, familiares, los *café Internet*, lugares de trabajo o centros educativos. Los resultados del investigador afirman que el uso de Internet es generalizado, ya que el acceso es amplio. No poseer los artefactos tecnológicos no excluye a la población del acceso y uso. La tenencia, característica asociada a las clases sociales, en este caso, no es determinante para el uso de Internet en la cotidianidad. Wilson & Peterson (2002) afirman que el acceso abarca más que el derecho de ingresar a lugares donde haya

equipo tecnológico. El acceso involucra conocimiento acerca de la tecnología, así como facilidad y experiencia en el uso técnico y social de los medios (Wilson & Peterson, 2002).

En este sentido, se puede retomar el concepto de probabilidades objetivas (Bourdieu, 1993), ya que comprenden las oportunidades de acceso a los bienes. Las personas tienen disposiciones inculcadas por facilidades y prohibiciones inscritas en las condiciones objetivas, probabilidades objetivamente ligadas a un grupo o clase (Bourdieu, 1993). Por lo tanto, las disposiciones que se engendran son compatibles y adaptadas a estas condiciones. El acceso generalizado demostrado por el investigador hace que las prácticas en Internet se encuentren como una posibilidad y facilidad inculcada como disposición en las personas. Por lo anterior, las disposiciones hacia el uso de los medios se pueden entender con relación a las posibilidades de tenencia y acceso (Pérez, 2008).

Siguiendo a Bourdieu, el peso de las primeras experiencias se debe a que el *habitus* tiende a asegurar su constancia y defensa contra el cambio por medio de la selección entre las nuevas informaciones y rechazando aquellas que puedan cuestionar la acumulación acumulada. Esta evasión estratégica no es consciente. El paradigma que se utiliza consiste en favorecer las experiencias adecuadas para su refuerzo. Mediante la elección de lugares, acontecimientos y personas susceptibles de ser frecuentados, el *habitus* se asegura un medio al que está lo más adaptado posible. Esto se encuentra paralelo a las afirmaciones de Wilson & Peterson (2002) y Castells (2003b) sobre cómo las comunidades en línea se forman en torno a un interés común. Por ejemplo, el sitio SoulCysters (1998) fue creado para difundir información acerca del síndrome de ovario poliquístico. Esta es una comunidad en línea para las mujeres con esta condición. En él, se encuentra información acerca del diagnóstico, síntomas y experiencias. Las mujeres con esta condición pueden seleccionar este sitio para consultar información si su *habitus* favorece que lo busquen y lo seleccionen.

Bourdieu (1993) afirma que la teoría económica, que solo conoce las respuestas racionales de un agente a posibilidades, convierte la ley de la economía en norma universal de la práctica económica. Oculta que el *habitus* racional es producto de una particular condición económica definida por la posesión del capital económico y cultural necesario para escoger efectivamente las ocasiones potenciales ofrecidas formalmente a todos. Asegura que el arte de sopesar y aprovechar oportunidades es una disposición que solo puede adquirirse bajo ciertas condiciones sociales. En este sentido, Wilson & Peterson (2002), confirman la importancia de la disposición para aprovechar los medios digitales. Para efectos de la investigación que realizaron, se centraron en sujetos que sí tienen acceso a Internet. Señalan que poseer el aspecto material de la tecnología no significa la actitud para aprovechar los recursos. De acuerdo con Negroponte (1999), la brecha generacional es un as-

pecto a considerar al observar quiénes usan la tecnología y cómo la usan. Por otra parte, Howard & Massanari (2007) afirman que la educación es un factor contextual importante para explicar qué hacen las personas en línea. Sin embargo, aseguran que, en cuanto al comportamiento de búsqueda en sitios web, el efecto de tener múltiples años de acceso a Internet puede ser mayor que el efecto de tener un grado universitario. Los resultados sugieren que, a través de su experiencia general en línea, las personas pueden desarrollar habilidades para búsquedas sofisticadas a pesar de que no tengan altos niveles de educación o ingresos (Howard & Massanari, 2007).

Bourdieu (1993) señala que el sentido del porvenir probable se constituye en relación prolongada con un mundo estructurado según la categoría de lo posible (para nosotros) y lo imposible (para nosotros). El *habitus* se determina en función del porvenir probable que anticipa y contribuye a realizar. Como disposición, incluye la referencia a las condiciones sociales de adquisición y realización, y tiende a ajustarse a las oportunidades objetivas de la satisfacción de necesidades y deseos. En el caso de Internet, la posibilidad acceso y la disposición para aprovechar los medios influyen en lo que las personas consideran como posible o imposible con la incorporación de Internet como medio de apoyo a sus rutinas cotidianas. Debido a lo anterior, hay personas que contemplarán que Internet les permite buscar información y comunicarse con los demás e ignorarán usos que sean solo recreativos, como seguir cuentas humorísticas en sitios de redes sociales.

Por otra parte, es importante retomar los aportes de Guillermo Bonfil Batalla, autor de *Teoría del control cultural en el estudio de los procesos étnicos*. En este ensayo aborda un marco teórico y metodológico para el estudio de procesos étnicos que se articula en torno al concepto de control cultural (Bonfil, 1991). Esta noción comprende el sistema según el cual se ejerce la capacidad social de decisión sobre elementos culturales. Estos abarcan los componentes necesarios para “realizar todas y cada una de las acciones sociales” (Bonfil, 1991), como mantener la vida cotidiana, satisfacer necesidades, definir y solventar problemas, formular y cumplir aspiraciones (Bonfil, 1991). El autor plantea la relación entre el grupo y la parte de la cultura que se denomina “cultura propia”. El control cultural es el sistema global de relaciones constituido por el conjunto de niveles, mecanismos, formas e instancias de decisión sobre elementos culturales de una sociedad dada (Bonfil, 1991). La teoría articula los conceptos de grupo étnico, cultura e identidad.

Es pertinente retomar los elementos culturales mencionados por este autor, ya que Internet es una producción cultural. Lo anterior es reforzado por Goldmann-Segall (1997, p. 57) al afirmar que “la cultura es lo que nosotros creamos y lo que experimentamos...” Internet es un medio que trae la posibilidad de innovar e imaginar, debido a que es un producto social determinado por la cultura. El autor establece las siguientes clases de elementos culturales, materiales, de organización, de conocimiento, simbólicos y emotivos. Debido a

lo anterior, Internet será analizado a la luz de las clases expuestas por el autor.

Los materiales son los objetos en estado natural o transformados por el trabajo humano, que un grupo aprovecha en su devenir histórico. Esto incluye materias primas, fuentes de energía, herramientas, productos manufacturados... Internet posee un componente material. Al utilizar un ensamblaje físico, las interfaces tienen corporeidad. Afirmando lo anterior, Trejo (2006) argumenta que los contenidos en línea son inmateriales, pero se debe acudir a una infraestructura tangible para accederlos. Por lo tanto, Internet tiene un componente intangible, pero se sustenta por la estructura tangible. Whitaker (1999, p. 87) comenta lo siguiente, "el ciberespacio también es un mundo 'ideal', pero los soñadores solo acceden a él mediante el hardware informático..."

Los elementos culturales de organización son las formas de relación social sistematizadas, a través de las cuales se hace posible la participación de los miembros del grupo cuya intervención es necesaria para cumplir la acción. La magnitud y las características demográficas de la población se deben tomar en cuenta al estudiar elementos de organización de cualquier grupo o sociedad (Bonfil, 1991). Internet permite la organización de multitudes inteligentes (Rheingold, 2004). Son grupos de personas que emprenden movilizaciones colectivas, de naturaleza política, social o económica, gracias a que un nuevo medio de comunicación posibilita otros modos de organización, a escala novedosa, entre personas que hasta entonces no podían coordinar tales movimientos (Rheingold, 2004). Los dispositivos móviles y las computadoras permiten este tipo de movilizaciones.

Los componentes tecnológicos y sociales se han conjugado para posibilitar la acción humana. La tecnología contribuye para que se puedan coordinar ciudadanos del mundo y personas del entorno más próximo. Las redes electrónicas comunitarias soportadas por medios digitales son un ejemplo de cómo se realizan acciones. Los sistemas se conciben para que promuevan la comunicación, la cooperación y el intercambio de información. Finquelievich (2000a) afirma que los grupos pueden incrementar sus potencialidades por medio de la comunicación mediada por computadoras (CMC). Ella examina a las organizaciones que obtienen información, dan a conocer su trabajo y adquieren fuerza social por medio de Internet.

En Costa Rica, se dan este tipo de organizaciones, lo que se evidencia en las demostraciones de desaprobación por la elección del diputado Justo Orozco Álvarez como presidente de la Comisión Legislativa de Derechos Humanos el 31 de mayo de 2012. La agencia de publicidad digital, BigWebNoise, habilitó al día siguiente el sitio www.fuerajustoorozco.com para que las personas pusieran una imagen de su cara como forma de exigir su inmediata renuncia del cargo. Durante las primeras cinco horas en las que el sitio estuvo en línea, 2

000 personas la utilizaron. Para el 8 de julio de 2012, contaba con 14 897 caras. La aplicación se vincula al perfil de Facebook de los usuarios para colocar su imagen en el sitio web. A través de su cuenta en sitios de redes sociales, la agencia realizó un evento en línea el 8 de junio en el que instaban a ser parte del sitio web que habilitaron, compartir el vínculo y utilizar las imágenes acerca de este. Así, se conjugan los elementos culturales materiales y de organización (Bonfil, 1991).

Los elementos culturales de conocimiento son las experiencias asimiladas y sistematizadas que se elaboran, se acumulan y transmiten de generación en generación y en el marco de las cuales se generan y se incorporan nuevos conocimientos (Bonfil, 1991). En el sentido que intervienen en la asimilación de conocimientos, se asemejan a las representaciones sociales (Cocco, 2003). Internet integra dimensiones materiales e inmateriales, debido al equipo (hardware) y al conocimiento (software). Sin embargo, el conocimiento se articula en dos formas. Se transfiere a la gente a través de la infraestructura tecnológica, y el desarrollo de software y aplicaciones responde a conocimiento técnico.

Los elementos culturales simbólicos son los diferentes códigos que permiten la comunicación necesaria entre los participantes en los diversos momentos de una acción. “El código fundamental es el lenguaje...” (Bonfil, 1991, p. 6). Lo anterior coincide con la importancia que Anderson (1993) y Habermas le atribuyen. Habermas (1996) coincide con lo afirmado por Bonfil, ya que argumenta que el lenguaje funciona como el medio más importante para la coordinación de la acción. Lo anterior aplica para Internet, ya que la comunicación a través de los medios digitales permite la coordinación de acciones entre individuos (Finquelievich, 2000b).

Habermas (2001) complementa las afirmaciones anteriores, ya que agrega que la práctica lingüística obliga a la presuposición de un mundo objetivo en común. “El sistema de referencia incorporado a los lenguajes naturales asegura a cualquier hablante la preconcepción formal de los posibles objetos de la referencia (referentes)” (Habermas, 2001, p. 25). **Por lo anterior, toma importancia el idioma que se utilice para comunicarse en línea.** Los referentes comunes facilitan la comunicación mediada por computadoras, ya que esta es vital, fragmentaria y colectiva (Mayans, 2002). Internet permite que las personas con referentes similares se puedan comunicar. Al comprender un idioma, se puede utilizar la comunicación escrita por medio de la mensajería instantánea, el envío de mensajes a través de sitios de redes sociales o correos electrónicos. También, se pueden usar medios más interactivos, como las videollamadas a través de aplicaciones, como Skype y FaceTime.

La comunicación social entre colectivos, que se da por medio de Internet, desarrolla nuevas formas sociales (Rheingold, 2004). Por ejemplo, la creación de perfiles de personas falsas en los sitios de redes sociales, como Face-

book y Twitter, pone de manifiesto la creatividad de los usuarios de forma novedosa. De acuerdo con Boyd (2004), se pueden crear distintos tipos de personas falsas. Los personajes culturales representan puntos de referencia compartidos con los que las personas se pueden conectar, como Oldemarsh de Tierra Blanca. Este personaje surgió en el video “Los Gladiadores Americanos Ticos”, el cual muestra cómo serían los gladiadores americanos si fueran costarricenses. De acuerdo con su creador, El Burro de Licha (2010), es “humor sin sentido”. Los personajes de comunidades representan colecciones externas de personas que ayudan a congregarse grupos conocidos, como INCAE Business School en Facebook. Los personajes que pretenden pasar por alguien más son quienes se espera que sean percibidos como reales. Estos son personas duplicadas en el sistema o representaciones de personas que se rehúsan a participar. Esto sucede con el sitio de Facebook de Nery Brenes (Oficial), ya que quien escribe es una tercera persona. Las personas se hacen amigos o seguidores de estos personajes, debido a que aprecian lo que se representa, valoran la creatividad de sus creadores y buscan expandir su red de contactos. A diferencia de la imprenta, cuyo contenido era creado por quien tuviera conocimiento especializado, en Internet, las personas pueden crear personajes falsos con solo conocimientos comunes acerca de los medios digitales.

La comunicación a través de Internet conjuga elementos culturales simbólicos entre los participantes. Además, esta no se da únicamente entre personas que se conocen fuera de línea. Los usuarios pueden contactar a personas, servicios y empresas por medio de mensajería instantánea, correo electrónico, video conferencias, *blogs* y sitios de redes sociales (Piscitelli, 2005). En adición, las personas se pueden comunicar desde cualquier sitio, gracias a los dispositivos móviles, como las tabletas, los teléfonos inteligentes y las computadoras portátiles. Debido a esto, surgen cambios en los tipos de relaciones, empresas, comunidades y mercados que surgen (Rheingold, 2004). Las empresas pueden implementar una parte de su servicio al cliente por medio de los sitios de redes sociales para interactuar con sus clientes. También, los profesionales independientes pueden crear un sitio web acerca de los servicios que ofrecen. A juicio de Piscitelli (2005), lo más interesante y reconfortante es que, en general, se crean conversaciones que (nos) importan, conversaciones en las que ser parte del juego es una recompensa. La imprenta difundía información en una vía: de los creadores de contenido hacia los lectores. En el caso de Internet, la información se mueve en ambas vías: los usuarios también participan en la creación y difusión de contenido.

Los elementos culturales emotivos son las representaciones colectivas, las creencias y los valores integrados que motivan la participación y aceptación de las acciones: la subjetividad es un elemento cultural indispensable (Bonfil, 1991). García (2004) afirma que, a través de medios digitales, la subjetividad se ve desconstruida por procesos sociocomunicacionales que favorecen la invención y simulación de los sujetos. Así, Internet ha permitido cambiar la

pregunta acerca de lo que hoy significa ser sujetos. Por otro lado, Piscitelli (1995) afirma que en Internet se fusionan los pensamientos y la acción, ya que la gente tiene la capacidad de narrar su vida social a través de texto e imágenes. Por ejemplo, en el sitio Pinterest, las personas colocan pines en tablas habilitadas en sus cuentas de perfil para compartir con los demás usuarios las imágenes que seleccionaron de otros sitios web. A través de estas, reflejan sus gustos de ropa, libros, recetas, accesorios... También, se comparten fotografías a través de los sitios de redes sociales. Estos son nuevos espacios para reflexionar y tener apertura estética para apreciar las acciones de las personas. Siguiendo estos lineamientos del autor anterior, para comprender las imágenes, se deben considerar las mediaciones visuales técnicas, semánticas y estéticas que organizan la producción y reproducción de sujetos.

Incluso, el uso de Internet involucra elementos emotivos como la valoración que se da al consumo de información y tecnología. La acumulación de la información se convierte en fuente de prestigio para intercambiar con otros (Winocur, 2006). Rheingold (2004) coincide, ya que afirma que los grupos que empleen estos instrumentos adquieren nuevas formas de poder social. A juicio de Featherstone (2005), el disfrute de los bienes se da por motivaciones, como dominar el uso apropiado de ellos. Según esta valoración, quiénes consumen tecnología deben tener las competencias para utilizar los medios digitales. No obstante, algunas personas también sienten gratificación por sus posibilidades de adquirir dispositivos tecnológicos cuando salen al mercado.

En los actos comunes de la vida cotidiana, las acciones periódicas y las situaciones de excepción, los grupos y los individuos utilizan los elementos culturales requeridos para cada caso (Bonfil, 1991). Estos mantienen una relación orgánica entre ellos, pero es posible encontrar inconsistencias y contradicciones entre los elementos culturales. Lo anterior permite entender la dinámica sociocultural. Como aclara el autor, el intento de clasificar los elementos es un recurso metodológico que no implica la concepción de la cultura como un simple agregado de rasgos aislados e inconexos. Al contrario, se presupone la existencia de una matriz cultural cambiante a lo largo de la historia, que se articula y da sentido a los diversos elementos.

Tomando lo argumentado por Bonfil (1991), Internet se utiliza en la vida cotidiana por medio de procesos culturales que cambian. Al aplicarse en diversos ámbitos, Internet se llena de significados de forma diferente. Las nuevas tecnologías están presentes en el hogar, ámbitos laborales, espacios académicos y lúdicos para facilitar la comunicación y ejecución de tareas. Winocur (2006, p. 554) parte de que el consumo de Internet se realiza en las rutinas y los espacios que se habita, por lo que “la comprensión de su impacto también pasa por reconstruir su proceso de incorporación en la vida cotidiana...”

El autor aborda la importancia del contexto para las decisiones que un grupo puede tomar. “...Ninguna decisión es absolutamente libre, sino que se toma siempre en un contexto dado que ofrece un número discreto de las opciones posibles...” (Bonfil, 1991, p. 13) El contexto determina en qué medida Internet apoya las rutinas de la vida cotidiana de las personas, lo que se refleja en el uso y el impacto que tiene. Esta es una variable que influye en las prácticas en línea y los aparatos que se utilizan.

Otra línea de abordaje que permite acercarse al tema del proceso sociocultural de Internet es el desarrollado por el antropólogo y etnólogo Michel Agier. En *La antropología de las identidades en las tensiones contemporáneas* analiza las tensiones en que quedan atrapados los actores de los movimientos identitarios debido a las dinámicas que se generan en la relación global-local y la hibridación de las producciones culturales por la expansión de las comunicaciones.

Agier (2000) afirma que la globalización, puesta en marcha por el acceso masivo a los medios de transporte y comunicación, cuestiona las fronteras territoriales locales y la relación entre lugares e identidades. Lo anterior coincide con lo afirmado por Whitaker (1999) quien señala que los medios digitales trascienden las naciones. Piscitelli (1995) agrega que al desenclavar la identidad de amarres físicos localizables, se difumina, se multiplica, se fragmenta y se pluraliza. Volviendo al Agier (2000), este agrega que la circulación rápida y la homogenización de los referentes culturales acarrearán disociaciones entre culturas e identidades, lo que lleva a una búsqueda de nuevos contextos, espacios y situaciones de reinención identitaria.

El juego de escalas, la relación dialéctica entre la situación y el contexto, es una herramienta de análisis y objeto de reflexión, y “es también uno de los componentes de la actividad cultural misma...” (Agier, 2000, p. 4). En las escalas microsociales emerge una multitud de pequeñas narrativas identitarias que ocupan el espacio dejado por las grandes narrativas en crisis (Agier, 2000). Aparecen en contextos diversos y muestran construcciones híbridas. De acuerdo con Piscitelli (1995), aprender a pensar los híbridos es un antídoto contra la regresión nostálgica al pasado o la fuga a un futuro posmoderno indiferente. A juicio de Agier (2000), estas narrativas se originan en individuos, pequeños grupos y redes que tienen frecuentemente dificultades para comunicar lo que reclaman. Afirma que “tienen el mundo entero como interlocutor” (Agier, 2000, p. 12). Sin embargo, García (2004) afirma que ni Internet ni la difusión masiva y transnacional de otros recursos comunicacionales avanzados bastan para lograr una incorporación generalizada a la sociedad del conocimiento. Luego, agrega que el incremento conectivo no producirá el resultado que se le ha atribuido: el conocimiento pleno. Lo anterior sucede, entre varias razones, porque hay una división digital y una brecha de uso.

A pesar de los diversos grados de penetración, las imágenes y los conceptos circulan de manera más rápida y masiva gracias a soportes, como el papel y pantallas (Agier, 2000). Lo anterior se asemeja a lo afirmado por Anderson (1993) sobre el desarrollo de la imprenta como clave para la generación de ideas nuevas. Agier (2000) argumenta que difundida al infinito, una imagen simplificada y plana del mundo tiende a sustituir la experiencia personal y social de las realidades. Los medios incitan a los actores locales a utilizar las mismas simplificaciones. Internet ofrece aplicaciones y sitios para que las personas puedan publicar y manejar sus propias narrativas. Para Couldry (2012), esto responde a un emergente requisito en la vida cotidiana de tener notoriedad, más allá de la corporal. Se convierte en un proyecto sobre la persona misma, pero con la dependencia de que alguien lea lo que se publica. Por ejemplo, los usuarios de Facebook tienen como página de perfil, *Timeline*. Esta fue desarrollada para que las personas puedan narrar la historia de su vida a través de este sitio de redes sociales (Facebook, 2012). Se motiva a los usuarios para que busquen imágenes que los caractericen, ya que esto será lo primero que verá quien visite su perfil. Lo anterior coincide con los argumentos de Ford (2001), acerca de que estamos en una cultura donde la narratividad y lo no-verbal tienen un fuerte peso. Volviendo al ejemplo anterior, las personas que utilizan *Timeline* pueden publicar acontecimientos importantes relacionados al empleo y educación, su familia y relaciones, hogar y vivienda, salud y bienestar y viajes y experiencias. La categoría de empleo y educación tiene, entre sus opciones de acontecimientos, la publicación de un libro o artículo especializado. La categoría de viajes y experiencias tiene, entre sus opciones, el aprendizaje de un idioma.

Volviendo a Agier (2000), él asegura que la creación cultural se tensiona al poner en relación, por un lado, los imaginarios locales que deben acomodarse siempre al peso de los lugares, de sus sociabilidades, de sus memorias, y, por otro lado, las técnicas, los íconos y los discursos de la red global sin anclaje histórico. El sistema económico es un discurso global que influye en los lugares y las memorias. Anderson (1993) recalcó la influencia del mercado para difundir y reproducir las lenguas que fueron impresas. Como empresa capitalista, la actividad editorial experimentó la búsqueda de mercados para vender sus productos (Anderson, 1993). La tensión se dio entre la cantidad de personas alfabetizadas y la necesidad de vender los textos. Los libros eran publicados en latín, pero este mercado elitista, se saturó de forma rápida. La escasez de dinero llevó a plantear que se publicaran ediciones a un menor costo en lenguas vernáculas, habladas por la mayoría de la población. También, en el caso de los medios digitales se dan tensiones. Estas se dan entre los usuarios y la lógica de mercado cuando las personas habilitan una página de perfil en un sitio de redes sociales, ya que esta es sujeta a fines comerciales (Couldry, 2012). Los individuos limitan sus expresiones y reflexiones acerca de sí mismos a lo que el sitio les permita publicar y compartir.

No obstante, en ciertos procesos, las redes globales sí mantienen anclaje con los lugares. Finquelievich (2000b) cita, como ejemplo, el uso de Internet que hizo el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) para explicar los motivos y objetivos de la toma de San Cristóbal de las Casas en Chiapas durante enero de 1994. El uso efectivo que hicieron del correo electrónico, las declaraciones en línea y otros medios de comunicación se convirtieron en un arma contra la desinformación de las personas. Esto intensificó las campañas de solidaridad y ayudó a que simpatizantes del EZLN organizaran manifestaciones masivas en México, D.F. A juicio de esta autora, las comunidades detectaron las necesidades que la tecnología podía resolver y desarrollaron los usos que le darían. No obstante, Agier (2000) afirma que se establece una relación desleal en la cual los imaginarios locales, socialmente más densos y pesados, se aprestan a alcanzar retóricas globales, fluidas y veloces, pero siempre con un compás de espera.

Luego, el autor agrega que este es un contexto nuevo para la creación de sentido, a partir de una disociación entre culturas, lugares e identidades. Una tensión se establece en una instancia intermediaria de creación entre el repertorio global, cuyos preceptos no conocen barreras materiales, y las relaciones sociales y simbólicas locales afectadas por conflictos, exclusiones (Agier, 2000). En esta tensión sucede el diálogo y el trabajo simbólico. De acuerdo con el autor, es un nuevo contexto y una nueva modalidad de invención cultural. Estas afirmaciones coinciden con lo afirmado por Bonfil (1991) sobre cómo los elementos culturales simbólicos hacen que sean posibles ciertas acciones y resulten eficaces.

Debido a los procesos que evalúa, es pertinente retomar los aportes del chileno José Bengoa. En su ensayo *La comunidad reclamada* aborda el reconocimiento, la identidad y la memoria de la sociedad chilena, pero su análisis permite acercarse al proceso sociocultural de Internet. El autor enuncia que el reconocimiento es respetar al otro, ejercer la tolerancia, aplaudir la diferencia y valorar la afirmación soberana. De acuerdo con los lineamientos de Bonfil (1991), el reconocimiento se puede considerar como un elemento cultural emotivo. "El reconocimiento también se constituye en un principio de acción. ...Es el principio de una acción positiva, el comienzo de la posibilidad de construcción de una comunidad" (Bengoa, 2005, p. 55).

La modernización compulsiva es uno de los procesos evaluados por Bengoa. Esta se entiende como el cambio, la transformación, la adquisición de objetos y las pautas asociadas a ellos. En esta se valora el consumo ilimitado y el alto nivel de tiempo libre (Bengoa, 2005). Featherstone (1995) afirma que, según el momento histórico y la sociedad, todas las personas pueden participar en la producción y el consumo de la cultura. Sin embargo, la competencia por adquirir bienes y el consumo de objetos de deseo genera distancias sociales y es una técnica de exclusión (Featherstone, 1995). La incorporación de la tecnología en el estilo de vida de las personas genera diferencias por las

posibilidades de acceder y poseer dispositivos tecnológicos. Por ejemplo, hay variedad de teléfonos que permiten conexión a Internet. La diversidad de marcas y características resultan en un amplio rango de precios. Sin embargo, los teléfonos con interfaces amigables para los usuarios, como los iPhone, se han convertido en un objeto de deseo, a pesar de su costo.

Por otra parte, se afirma que el miedo ha jugado un papel decisivo y fundacional en el proceso de disolución de los proyectos colectivos (Bengoa, 2005). Argumenta que ha logrado la disolución de las antiguas solidaridades en Chile, ya que ha bloqueado la memoria de las sociedades, lo que conduce a la compulsión de la modernización. En el caso de Internet, el miedo está presente en varios aspectos. La investigadora Danah Boyd (2012) afirma que la tecnología ocasiona miedo en las personas cuando esta no se entiende: se tiene la sensación de que no se puede controlar, lo que aumenta la percepción de riesgo. Además, la cultura del miedo es utilizada por mercadólogos, políticos y medios de comunicación para regular al público (Boyd, 2012). Los medios digitales tienden a ser parte de esto, debido a que hay un exceso de información. Se utilizan emociones, como el miedo, para dirigir la atención de las personas hacia contenidos específicos. Esta práctica da visibilización a fenómenos, que a pesar de ser hechos aislados, llegan a ser percibidos como frecuentes. Boyd (2012) coincide con el autor al afirmar que el miedo cambia la capacidad de análisis de las sociedades.

A juicio de Boyd (2012), las identidades no se construyen solo con fenómenos masivos mediatizados, sino con las experiencias locales, con la memoria, sus reinterpretaciones y procesos profundos. Internet da espacio a las experiencias locales, la memoria y sus reinterpretaciones. Esto coincide con lo argumentado por Finkelievich (2000b) sobre cómo se pueden utilizar para apoyar organizaciones locales comunitarias en sus esfuerzos hacia el desarrollo social y económico. La conformación de comunidades en línea no necesariamente influye en que los individuos conformen su identidad. Castells (2003b) refuerza lo argumentado por Bengoa al afirmar que la construcción de identidades es una porción reducida de la sociabilidad en línea.

Es pertinente retomar a la antropóloga costarricense Madeline Cocco, ya que aborda elementos desarrollados por Anderson y se acerca al fenómeno de la construcción de las identidades colectivas. Ella es la autora de *La identidad en tiempos de globalización. Comunidades imaginadas, representaciones colectivas y comunicación*. En este artículo revisa los conceptos de representaciones sociales, las comunidades imaginadas y la comunicación.

Su investigación es caracterizada con los términos globalización y transnacionalidad. La globalización es el proceso de creación de la base tecnológica y económica a partir de la cual se puede hablar de transnacionalismo (Cocco, 2003). A juicio de esta autora, esto implica procesos más deslocalizados, sin referencia a la nación, como los desarrollos tecnológicos en la comunicación

masiva internacional. Ella afirma que la compresión tiempo-espacio es una marca de este contexto y central al cambio cultural actual. Agrega que la velocidad y simultaneidad, logros tecnológicos concretizados en medios de transporte y de comunicación son generadores de cambio; en este aspecto coincide con Agier (2000). Debido a lo anterior, hay una repercusión en las formas culturales y los sistemas de representación.

Cocco (2003) retoma conceptos elaborados por Anderson (1993). Destaca que él analiza el nacionalismo como artefacto cultural y producto histórico. Él entiende este concepto de esta forma, ya que se debe considerar cómo ha llegado a ser en la historia, cómo han cambiado sus significados a través del tiempo y porqué en la actualidad tienen una legitimidad emocional tan profunda. Internet cumple con las condiciones anteriores para ser considerado como un producto cultural. Adicionalmente, la producción de la tecnología se encuentra determinada por el momento histórico que condiciona su contenido y los usos que se hacen de ella.

La investigadora resalta que Anderson (1993) visualiza que hay afinidad entre la nación y las imaginaciones religiosas, ya que en ambas hay una preocupación con la idea de continuidad. Se considera que los Estados-Nación salen de un pasado inmemorial y van hacia un futuro sin límites. Anderson (1993) argumenta que el pensamiento religioso transforma la fatalidad en continuidad, como karma y el pecado original. Por su parte, Internet se imagina como una navegación infinita (Winocur, 2006). Levy (2007) describe que genera una cantidad infinita de respuestas y recorridos diferentes para los usuarios. Piscitelli (2005) coincide, ya que afirma que el horizonte de lo publicable parece abrirse al infinito. Las aplicaciones que utilizan los medios digitales conllevan que Internet sea imaginado de esta forma: continuo e infinito. Sin embargo, esto es una ficción, ya que a pesar de que existe gran cantidad de páginas web, este número es finito.

Cocco (2003) también retoma la argumentación de este autor sobre los periódicos. A su juicio, la arbitrariedad de la exclusión y yuxtaposición de temas en una primera página revela que las conexiones existentes son imaginadas (Anderson, 1993). Según su criterio, las conexiones se dan por la coincidencia en el calendario, y la relación entre el periódico como forma de libro, reproducido en masa, y el mercado. En el caso de los periódicos en línea, se da una situación similar. Este tema fue abordado en el foro *Blogs y Redes Sociales* realizado en la UCR. Álvarez, Cambronero & Villegas (2011) afirmaron que en los periódicos digitales se da un consumo desagregado de la información. Los usuarios de Internet leen lo que les interesa, no se limitan a lo que alguien más imaginó como portada. Al igual que la segunda conexión argumentada, Internet se vincula al mercado, ya que es un espacio que genera ganancias (Piscitelli, 2005).

Cocco (2003) analiza la lectura del periódico. Esta asemeja la seguridad que tienen las personas acerca de que los demás leen correos electrónicos o revisan mensajes enviados a través de sitios de redes sociales.

Esta lectura...- es silenciosa, pero todos saben que los otros están haciendo lo mismo-, personas de cuya existencia estamos seguros, pero de cuyas identidades no sabemos nada. En cierta medida, este “ritual” crea la seguridad de la comunidad en el anonimato... (Cocco, 2003, pp. 31).

A juicio de la autora, los medios permiten el desarrollo de cierto tipo de contenidos y la supresión de otros, lo que concuerda con lo argumentado por Boyd (2012). Adicionalmente, la tecnologización de los medios ha implicado cambios sobre la comunicación y la cultura. La cultura *mass-mediática* ha venido estableciendo una equivalencia entre ser y aparecer en los medios. Lo anterior es similar a las prácticas descritas por Couldry (2012). A juicio de este autor, en la vida cotidiana hay un incremento de *showing*, *presencing* y *archiving*. Los términos se refieren a actos relacionados con los medios de masa que hacen que algo esté disponible públicamente. La práctica de *showing* consiste en colocarse en circulación mayor más allá del ámbito del hogar. *Presencing* se refiere a los actos de manejo de los individuos y grupos a través de la continua presencia de los medios. *Archiving* consiste en el intento de las personas de manejar su presencia en Internet a través del tiempo. La continúa acción de *presencing* resulta en *archiving*. Por ejemplo, los usuarios de Facebook pueden manejar su presencia en línea a través del tiempo por medio de *Timeline*.

A juicio de la autora, las nuevas tecnologías han modificado los modos de intersubjetividad y de interrelación humana, influyendo sobre la imagen que los individuos se van formando de sí y de los otros. Debido a lo anterior, no es “posible pensar la identidad en este siglo sin reconocer que una gran parte está determinada con la relación mediática con el otro...” (Cocco, 2003, p. 56). Adinolfi (2009) coincide con ella al afirmar que la relación con los demás se vuelve abstracta y mediática, ya que pasa por la espectacularización del otro.

Conclusiones. ¿Es Internet la próxima imprenta?

Los elementos expuestos relacionan conceptos para analizar si Internet es la próxima imprenta, ya que las transformaciones que trae este medio se dan en múltiples esferas de la vida de las personas. Lo anterior coincide con los argumentos de Anderson, quien expone que la imprenta produjo cambios en la esfera pública y la privada. La imprenta provocó transformaciones en el co-

mercio, la socialización, la difusión de pensamiento y la lengua. Estos mismos ámbitos son sensibles a las prácticas de las personas en Internet.

Sin embargo, los medios digitales se distinguen de la imprenta en aspectos relevantes. Entre estos se encuentra que los usuarios de Internet no limitan sus experiencias al papel. Estas se dan en multimedios, ya que la información se puede visualizar a través de videos, animaciones, texto, imágenes, audio... Esta es una ventaja de los medios digitales sobre la imprenta tradicional de papel. Por otro lado, Internet tiene una alta inmediatez, a diferencia de la imprenta. Las personas pueden buscar lo que sucede en el momento a través de las herramientas de búsqueda. Esta posibilidad reduce la urgencia de consultar otros medios de comunicación. También, las personas tienen la posibilidad de crear contenido y compartirlo a través de aplicaciones. En el caso de la imprenta, menos personas tenían esta opción. No obstante, a pesar de que más personas pueden crear contenido, existe una brecha en el acceso y el uso de Internet. En este sentido, se debe recordar que, a nivel local, 4 de cada 10 costarricenses no tienen acceso a Internet (Chinchilla, 2011).

El abordaje de Anderson sobre el impacto de la imprenta, cómo se imaginan las comunidades y cómo el lenguaje influye en este proceso es útil para aproximarse a los medios digitales. A su juicio, el desarrollo de la imprenta como una mercancía es la clave para la generación de ideas y de nuevas comunidades. El desarrollo de Internet ha traído cambios sobre las comunidades, debido a que los medios digitales engloban variadas aplicaciones para facilitar la comunicación. Las personas pueden articular sus listas de contactos para su uso personal, mostrar sus conocidos a los demás y filtrar el contenido en los sitios de redes sociales (Boyd & Crawford, 2011).

Por otro lado, al igual que la imprenta, Internet da fijeza al contenido que sea publicado en línea, ya que puede ser guardado, compartido o consultado posteriormente. Los usuarios deben estar conscientes de lo anterior, ya que lo que se publique en medios digitales, se encuentra escrito para siempre. Una publicación puede ser eliminada, pero esto no implica que no haya sido vista, copiada, compartida con otras personas o que no se haya tomado una impresión de la imagen. Quienes publican contenido, deben ser pudorosos respecto a lo que expresarán.

También, el lenguaje del contenido trae implicaciones sobre quién lo puede leer y con quién lo puede compartir. El idioma se convierte en una barrera que crea exclusiones para el uso de Internet. Lo anterior también permite reflexionar sobre cómo se forman las comunidades en línea, ya que se deben compartir referentes para comunicarse. También, se aborda cómo leer sobre noticias de lugares distantes e informarse sobre acontecimientos puede referenciar que no se es parte de ese lugar. Lo anterior cobra relevancia debido a

que, entre los usuarios de Internet, la lectura de noticias es una actividad básica para la mayoría de los usuarios (Wei, 2012).

Bourdieu realiza un aporte relevante sobre cómo las personas estructuran sus disposiciones de acuerdo con el *habitus*. Este concepto facilita acercarse a las actitudes de los usuarios para incorporar los medios digitales a su vida cotidiana. Como el *habitus* se conforma por la clase de condiciones de existencia, permite abordar cómo el entorno de las personas se relaciona con la apropiación que se hace del mundo en línea. En el caso de quienes utilizan Internet, los factores socioeconómicos son capaces de predecir los usos que se hacen de los medios digitales (Wei & Hindman, 2011). Por lo anterior, la cantidad de actividades que se haga en Internet se puede asociar con un uso general más frecuente y con un mayor nivel de educación e ingreso (Wei, 2012).

Por otra parte, los aportes teóricos de Bonfil permiten acercarse al proceso sociocultural de Internet en quienes tienen conocimiento común acerca de los medios digitales. Las clases de elementos culturales permiten un análisis global acerca de Internet y los procesos que facilita. Estas categorías permiten entender la dinámica sociocultural en torno a los medios digitales. También, el abordaje que realiza acerca del contexto como variable permite comprender los usos desiguales que hacen las personas de los medios digitales.

El análisis realizado por Agier acerca de las tensiones locales y globales abarca la expansión de las comunicaciones, ya que analiza el rol de los medios en el marco de la globalización. A juicio de este autor, se debe recordar que hay narrativas que se originan en individuos y pequeños grupos con dificultades para comunicar lo que reclaman. Sus argumentos pueden ser puestos en diálogo con los de Anderson, ya que señala que las imágenes y conceptos circulan de manera rápida gracias a las pantallas. En este sentido, Internet es similar a la imprenta. Su abordaje puede ser contrastado, ya que las acciones en Internet y el contenido que se publica sí tienen posibilidad de anclaje con lo local y lo histórico. Sin embargo, sus afirmaciones permiten señalar Internet como un nuevo contexto para la creación de sentido en el que surgen nuevas tensiones.

El ensayo de Bengoa aborda el reconocimiento, la identidad y la memoria de la sociedad chilena. Evalúa la modernización compulsiva que lleva a la valoración del consumo ilimitado de objetos. Sus argumentos remiten al proceso sociocultural de consumo que se da en relación con Internet. Este se articula al consumir objetos tecnológicos e información en línea. En adición, sus afirmaciones retoman el papel del miedo en los procesos colectivos. En cuanto a los contenidos publicados en línea, el miedo se puede utilizar para dirigir la atención de las personas. Así como sucede en los medios digitales, él da relevancia a las experiencias locales, a la memoria y las reinterpretaciones para la formación de las identidades.

La costarricense Cocco retoma los lineamientos de Anderson para acercarse al fenómeno de la construcción de la identidad colectiva. Ella se refiere a los desarrollos tecnológicos en la comunicación masiva como procesos deslocalizados. Internet se convierte en un medio que genera cambios, ya que permite la comunicación veloz y simultánea. Además, se puede trazar una similitud en cómo se imaginan los Estados Nación, las imaginaciones religiosas e Internet, ya que se describen como infinitos. El análisis que construye también permite abordar cómo se realiza la lectura en línea. Debido a que se permite una lectura desagregada, al leer periódicos digitales, las personas no se limitan a lo que se presenta como página principal. Hay mayores posibilidades de elección de contenido en torno a los intereses de cada usuario. También se puede considerar como un ritual la lectura constante del correo electrónico. Al enviar un mensaje, las personas confían en que este será leído por alguien más y esperan una respuesta. En adición, la cultura *mass-mediática*, impulsada por Internet, da la posibilidad del manejo de la propia presencia en línea. Debido a esto, las personas llegan a tener relaciones mediáticas con los otros.

Así como la imprenta introdujo cambios en las estructuras sociales, el uso de Internet los está generando en el comportamiento cotidiano de sus usuarios, ya que tener únicamente conocimientos comunes acerca de Internet no impide que las personas utilicen los medios digitales. Además, las personas que utilizan Internet se encuentran en tensión con otros escenarios locales y globales.

Por otro lado, el valor de revisar el desarrollo hecho por los autores mencionados reside en que permiten reflexionar acerca de cómo la realidad está conformada por construcciones sociales. Así, el uso de Internet responde a la imaginación de sus usuarios. "En la vida social, lo que la gente acepta como real es real en sus consecuencias..." (Cocco, 2003, p. 18). El proceso investigativo permite comprender los roles que las personas han delegado en los medios digitales.

Referencias

- Adinolfi, G. (2009). Conocimiento y virtualidad en la sociedad de la ultramodernidad. *Papers*, 91, 129-152. Recuperado mayo 18, 2012, de <http://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n91/02102862n91p129.pdf>
- Agier, M. (2000). La antropología de las identidades en las tensiones contemporáneas. *Revista Colombiana de Antropología*, 36, 6-18.

- Álvarez, W., Cambronero, C. & Villegas, J. (2011). *Foro Blogs y redes sociales, 4 de mayo 2011*. San José, Costa Rica: Facultad de Ciencias Sociales, Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, Cátedra Vicente Sáenz, Universidad de Costa Rica.
- Anderson, B. (1993). *Comunidades imaginarias*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bengoa, J. (2005). *La comunidad reclamada. Identidades, utopías y memorias en la sociedad chilena actual*. Santiago: Catalonia.
- Bonfil, G. (1991). La teoría del control cultural en el estudio de los procesos étnicos, *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 5(12), 165-204. Recuperado febrero 16, 2012, de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/316/31641209.pdf>
- Bourdieu, P. (1993). *El sentido práctico. Estructuras, habitus, prácticas*. Madrid: Taurus.
- Boyd, d. (2004). Friendster and Publicly Articulated Social Networks. En Conferencia *Human Factors and Computing Systems (CHI 2004)*. Recuperado agosto 17, 2012, de <http://www.danah.org/papers/CHI2004Friendster.pdf>
- Boyd, d. (2012). Culture of Fear + Attention Economy=?!?! Webstock. En *Webstock 12,13-17 de febrero 2012*. Wellington, Nueva Zelanda: Webstock. Recuperado marzo 28, 2012, de <http://talks.webstock.org.nz/speakers/danah-Boyd/culture-fear-attention-economy/>
- Boyd, d. & Crawford, K. (2011). Six Provocations for Big Data. En "A Decade in Internet Time: Symposium on the Dynamics of the Internet and Society". Recuperado setiembre 6, 2012, de http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1926431
- Burrodelicha. (2010, 10, 30). *Gladiadores Americanos Ticos*. [Archivo de video]. Recuperado octubre 23, 2012, de <http://www.youtube.com/watch?v=aAs5PJwyOXo>
- Castells, M. (2003a). *La Sociedad Red*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2003b). *La galaxia de Internet*. Barcelona: Debolsillo.
- Chinchilla, L. (2011). *Acuerdo social digital: hacia una sociedad digital inclusiva*. En Presidencia. República de Costa Rica. Recuperado octubre 23, 2012, de <http://www.casapres.go.cr/web/index.php?>



option=com_content&view=article&id=903:acuerdo-social-digital-hacia-una-sociedad-digital-inclusiva&catid=57&Itemid=92

- Cocco, M. (2003). La identidad en tiempos de globalización. Comunidades imaginadas, representaciones colectivas y comunicación. *Cuadernos de Ciencias Sociales*, 129, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).
- Couldry, N. (2012). Media as practice. En *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. [Versión Portable Document Format (PDF)]. Recuperado abril 27, 2012, de <http://culturedigitally.org/wp-content/uploads/2012/05/COULDRY-Chapter-2.pdf>
- Esquivel, W. (2010). *Conferencia Adolescencia y tecnologías: nuevas oportunidades, nuevos desafíos...*, 17 noviembre, 2010. San José, Costa Rica: Escuela de Orientación y Educación Especial, Universidad de Costa Rica.
- Facebook. (2012). Introducing Timeline. Recuperado noviembre 2, 2012, de <https://www.facebook.com/about/timeline>
- Featherstone, M. (1995). *Undoing culture*. Great Britain: The Cromwell Press Ltd.
- Finquelievich, S. (Ed.). (2000a). *¡Ciudadanos a la Red!* Buenos Aires: Ediciones Ciccus-La Crujía.
- Finquelievich, S. (2000b). Del café de barrio a las redes electrónicas. En S. Finquelievich (Ed.), *¡Ciudadanos a la Red!* Buenos Aires: Ediciones Ciccus-La Crujía.
- Ford, A. (2001). *Navegaciones: Comunicación, cultura y crisis*. Buenos Aires: Talleres Gráficos Color Efe.
- García, N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Goldman-Segall, R. (1997). La deconstrucción del mito de Humpty Dumpty: juntar las piezas para crear significado cultural. En E. Barrett & M. Redmond (Eds.), *Medios contextuales en la práctica cultural*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Habermas, J. (1996). *La inclusión del otro. Estudios de teoría política*. Barcelona: Editorial Paidós.

- Habermas, J. (2001). *Acción comunicativa y razón sin trascendencia*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Howard, P. & Massanari, A. (2007). Learning to search and searching to learn: Income, education and experience online. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (3). Recuperado junio 17, 2012, de http://blackboard.qut.edu.au/webapps/blackboard/content/contentWrapper.jsp?content_id=_3070115_1&displayName=Week+6%3A+%22Tell+me+more%2C+tell+me+more%22%3A+Information%2C+Education+%26+Work&course_id=_60765_1&navItem=content&href=http%3A%2F%2Fjcmc.indiana.edu%2Fvol12%2Fissue3%2Fhoward.html
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2011). Costa Rica: Población de 5 años y más por uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en los últimos 3 meses, según provincia y cantón. *X Censo Nacional de Población y VI de Vivienda 2011*. Recuperado junio 26, 2012, de <http://www.inec.go.cr/Web/Home/GeneradorPagina.aspx>
- International Telecommunication Union. (2012). *Key statistical highlights: ITU data release June 2012*. Recuperado julio 3, 2012, de http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/pdf/2011%20Statistical%20highlights_June_2012.pdf
- Internet World Stats. (2012). Internet world users by language. Top ten languages. *Internet World Stats. Usage and population statistics*. Recuperado abril 26, 2012, de <http://www.internetworldstats.com/stats7.htm>
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. Informe al Consejo de Europa*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- Mayans, J. (2002). *Género chat o cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Meiss, M.R., Menczer, F., & A. Vespignani. (2008). Structural analysis of behavioral networks from the Internet. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, vol. 41 (22), pp. 1-15. Recuperado octubre 23, 2012, de <http://informatics.indiana.edu/fil/Papers/network-JPhysA.pdf>
- Miranda, A. (1998). Sociedad y ciberespacio. En López, R. y Olmedo, E. (Ed.), *Cultura, identidades y ciberespacio. III Congreso Latinoamericano de Humanidades*. (pp.. 323-344). Heredia: Universidad Nacional.
- Moreno, P. (2010). Rompiendo las barreras del idioma. En *TEDx Pura Vida 2010, 19 de marzo 2010*. San José, Costa Rica: TEDx Pura Vida.



Recuperado abril 28, 2012, de <http://www.youtube.com/watch?v=CcGMRqK7LgY&feature=BFa&list=PLEE55E9722BE721FE>

Negroponte, N. (1999). *El mundo digital: un futuro que ya ha llegado*. Barcelona: Liberdúplex, S.L.

Pérez, R. (2008). *Uso de Tecnologías de la Comunicación e Información en Jóvenes de 12 a 18 años del Gran Área Metropolitana. Informe final*. San José: Instituto de Investigaciones Psicológicas, Universidad de Costa Rica.

Piscitelli, A. (1995). *Ciberculturas. En la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires: Editorial Paidós Contextos.

Piscitelli, A. (2005). *Internet, la imprenta del siglo XXI*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Rheingold, H. (2004). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona: Editorial Gedisa.

SoulCysters (1998). *SoulCysters. Women with PCOS speak from the heart*. Recuperado noviembre 1, 2012, de <http://www.soulcysters.com/>

TEDx Pura Vida (2010). *Pedro Moreno*. Recuperado abril 27, 2012, de <http://tedxpura vida.org/?participante=pedro-moreno>

Trejo, R. (2006). *Viviendo en el Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos*. Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.

Wei, L. (2012). Number matters: The multimodality of Internet use as an indicator of digital inequalities. *Journal of Computer-Mediated Communication* 17 (3). doi: 10.1111/j.1083-6101.2012.01578.x

Wei, L. & Hindman, D. (2011). Does the digital divide matter more? Comparing the effects of new media and old media use on the education-based knowledge gap. *Mass Communication and Society*, 14(2), 216–235. Recuperado octubre 21, 2012, de <http://wenku.baidu.com/view/aec75065ddccda38376bafef.html>

Whitaker, R. (1999). *El fin de la privacidad: cómo la vigilancia total se está convirtiendo en realidad*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

Wilson, S. & Peterson, L. (2002). The anthropology of online communities. *AR Reviews in Advance*, 31, 449-467. doi: 10.1146/annurev.anthro.31.040402.08543

Winocur, R. (2006). Internet en la vida cotidiana de los jóvenes. *Revista Mexicana de Sociología*, Julio-Septiembre, 551-580. Recuperado marzo 29, 2012, de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=32112601005#>

