

En los **trabajos de Richard Sennett** sobre la introducción de las nuevas tecnologías en el mundo del trabajo, podemos ver con claridad las transformaciones que ha sufrido la industria capitalista en las últimas décadas y su particular impacto en el mundo del trabajo y en la vida cotidiana de las personas. La reflexión de Sennett incorpora al tema del **cambio tecnológico**, el **problema territorial** y **simbólico** que lo acompaña y nos muestra la crisis de un mundo donde la estructura de producción capitalista había definido territorios, tiempos, culturas y subjetividades que posibilitaban instituciones, relaciones sociales y subjetividades que caracterizaron al capitalismo industrial y donde la escuela acompañó a este proyecto y formó parte de él. Por eso Sennett también incorpora, entre los cambios que caracterizan a este momento histórico, no solo a las nuevas estructuras simbólicas que surgen de las experiencias del nuevo mundo del trabajo (basado en el trabajo en red, la flexibilidad de las instituciones, el fin de los territorios modernos, etc.) sino también las transformaciones en los **procesos de aprendizaje** y el lugar que ocupa el conocimiento en estas sociedades.

En el centro de estos cambios se ubica el fenómeno de la **convergencia digital** que caracteriza esta época, y cuya dinámica aún está en plena expansión. El proceso tiene diferentes aristas: una de ellas es la de las fusiones industriales donde las empresas de medios –además de vivir un proceso de fuerte concentración– ingresaron al campo de **las Tics** (desde la venta de servicios de Internet hasta el desarrollo de videojuegos), al tiempo que las poderosas empresas de telecomunicaciones no solo desarrollaron el negocio de la telefonía celular, sino que incursionaron también en la compra de medios y la producción de bienes y servicios en el campo audiovisual. Es decir, asistimos a la concentración de una serie de negocios que nacieron y se desarrollaron de manera autónoma (el cine, el teléfono y los diarios en el siglo x i x; la radio, la televisión, el video e Internet, en el siglo pasado), y que ahora pasan a formar parte no solo de una misma matriz tecnológica sino que, además, conforman una constelación de ofertas de consumos que están en manos de pocas empresas cuyo propósito es colonizar el “tiempo libre” de los ciudadanos.

Por otra parte, la expansión de las Tics y su desembarco en la intimidad de los hogares privados han obligado a repensar el concepto mismo de “espacio público” y la forma en que se han pensado los lugares donde se han concentrado buena parte de los consumos culturales del presente siglo. La sostenida expansión de los medios y su instalación en espacios antes reservados para la vida familiar han llevado a muchos autores (como Javier Echeverría) a replantear la relación entre lo local y lo global, entre lo público y lo privado y entre lo individual y lo colectivo.

Estos complejos fenómenos de incorporación de una nueva aparatología y las consecuencias que ha tenido en algunas transformaciones en el hogar, nos hacen pensar que el territorio privado funciona hoy como un nodo de una red. Por supuesto, estos fenómenos son muy diferentes según el grado de acceso y conectividad con que cuenten las personas (como también es muy diferente si consideramos el mundo rural y el urbano o la gran ciudad y la pequeña): varían los equipamientos hogareños, como varían también los usos del espacio íntimo de cada uno de los miembros de la familia. Pero sea como fuere, en mayor o menor medida, lo que podemos constatar es que en los últimos quince o veinte años han ingresado al hogar más tecnologías de la información y la comunicación que en cualquier otra época y que este desembarco continúa: luego de la radio y la tele-visión, aparecieron las video-caseteras, los DVD, las filmadoras, los sofisticados equipos de audio (todos ellos equipados con controles remotos), las plataformas de video-juegos (PlayStation, Wii, etc.), mp3, iPod, mp4, computadoras de escritorio, impresoras, scanner, notebooks y notebooks, teléfonos personales, etcétera.

Estos equipamientos complejizaron el parque tecnológico hogareño, pero a la vez crearon nuevas deferencias de usos y apropiaciones entre los miembros del hogar, así como también generaron **nuevas prácticas culturales**. Hay una práctica, sin embargo, que sigue siendo la más significativa en materia de consumos: la masiva y persistente exposición a la televisión. En la Argentina (como en la mayoría de los países de la región) la penetración de la TV es muy grande y abarca a casi el 96% de los hogares. Pero el fenómeno más extraordinario de los últimos años ha sido la multiplicación de las

pantallas, 5 de manera tal que se ha desarrollado una tendencia convergente y similar a la de la telefonía celular: un equipo o una pantalla para cada miembro del hogar.

También ha crecido (como tendencia regional) el acceso de la población a **Internet**: en América Latina se ha registrado un incremento muy significativo en la última década y el promedio de acceso (con variaciones importantes entre los países) es de 28,8% de la población; Chile es el país con mejor tasa de acceso (alcanza el 50,4% de la población), mientras que en la Argentina la cifra ha llegado al 48,9% de sus habitantes.⁶ El país con menor penetración es Bolivia (con solo el 10,7% de su población con acceso a Internet), mientras que algunos países han incrementado de manera exponencial el acceso en la última década, ya que partían de cifras muy bajas a comienzos de 2000: la República Dominicana, Paraguay y Guatemala, entre otros.