

Investigaciones geográficas

ISSN: 0188-4611

ISSN: 2448-7279

Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de  
Geografía

Huitrón Mendoza, José Antonio

Graham, M. y Dittus M. (2021). Geographies of Digital Exclusion: Data and Inequality

Investigaciones geográficas, núm. 107, e60557, 2022

Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Geografía

DOI: <https://doi.org/10.14350/rig.60557>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56975609019>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en [redalyc.org](https://www.redalyc.org)

Graham, M. y Dittus M. (2021).  
*Geographies of Digital Exclusion: Data and Inequality*.  
Londres: Pluto Press.  
209 pp., ISBN 978 -1-786807-41-0

La desigualdad es un tema fundamental en la actualidad, desde el punto de vista económico es un fenómeno que explica muchos aspectos de la vida social (Sen y Foster, 1997). El hecho de que pocas personas concentren una cantidad considerable de los ingresos generados, mientras que la gran mayoría acceda a cantidades mínimas de recursos, tiene fuertes implicaciones que se reflejan en otros ámbitos y el acceso a la información, particularmente la que se encuentra en el internet, no es la excepción. Esta es la idea central del libro *Geographies of Digital Exclusion: Data and Inequality* (*Geografías de la exclusión digital: datos y desigualdad*), en donde la red global se asume como un espacio en el que no todos participan de la misma manera, lo que genera procesos de exclusión.

De acuerdo con Belkin (1978, p. 12), la información puede entenderse como “una colección de signos estructurados con un fin determinado por un remitente; con la intención de cambiar la estructura de las imágenes de un receptor; es la información entonces, [...] la estructura de todo texto capaz de cambiar la estructura de las imágenes de algún receptor”. De tal forma que la producción, difusión y consulta de datos disponibles en internet está sujeta a un conjunto de normas estructuradas por quienes ejercen un control mayor sobre los mecanismos mediante los que este funciona, plataformas, algoritmos y cualquier artefacto que media en la interacción con el mundo digital.

En esa medida, las tecnologías, herramientas, prácticas y discursos digitales pueden convertirse

en geografías de la información digital. La obra está guiada por las siguientes preguntas fundamentales: ¿es verdadero que el mundo digital es un espacio sin fronteras? ¿Todos pueden participar activamente en él y generar representaciones a partir de su propio modo de ver el mundo sin restricciones? ¿Es posible mapear el acceso al espacio digital?

Hay una idea extendida de que internet es un espacio democrático en tanto que cualquier persona puede participar en él. Plataformas de uso libre, como *Wikipedia*, las herramientas de *Google* y, en general, cualquier artefacto de creación y consulta de contenido dotan a los usuarios de la libertad para generar conocimientos, publicarlos y difundirlos. Sin embargo, si se analiza con detenimiento la forma en que operan los algoritmos y las interfaces, en cuanto a la manera en que recopilan datos y generan resultados, se observa que el espacio digital en realidad no es democrático. Existen condiciones de desigualdad en muchos territorios que determinan que así sea. No basta únicamente la conectividad para participar en la generación de contenido digital, es necesario pensar en factores como la alfabetización, la alfabetización digital, el acceso a elementos de educación formal e inclusive la disponibilidad de tiempo libre, elementos que en países de poco desarrollo no son una generalidad en la población, la pandemia la COVID-19 puso de manifiesto que en muchos países existe una gran brecha digital (OECD, 2020) donde porcentajes considerables de población, aún contado con conectividad, no cuentan con habilidades para el uso de estas tecnologías. Desde ese punto de vista, la obra contribuye a desmitificar la noción de que cualquier persona, ubicada en cualquier parte, puede generar contenido digital, y muestra como internet es un espacio restringido, en cierta forma elitista, y que excluye a determinados grupos

sociales, este fenómeno es susceptible de ser georreferenciado, de tal forma que es posible identificar los espacios de exclusión digital.

La construcción de una geografía de lo digital implica un reto metodológico y de acceso a grandes cantidades de datos. Aunque la propuesta de los autores tiene limitaciones, porque se enfocan en el análisis de los patrones geográficos que producen datos obtenidos de dos plataformas, *Wikipedia* y *Google Maps*, resulta un primer acercamiento novedoso y perfectible sobre el tema. En ese sentido habría que avanzar en el desarrollo de metodologías de análisis espacial de la exclusión digital. En México, por ejemplo, de acuerdo con datos de INEGI (22/06/2021), 78.3% de la población urbana y 50.4% de la población rural es usuaria de internet, esto sin contemplar cuántos de esos usuarios realmente generan y publican información. De tal forma que, si se piensa en la elaboración de mapas de exclusión digital, se debe pensar en la pertinencia del diseño de metodologías alternativas para ese objetivo. Y plantea una reflexión sobre la necesidad de compilación de datos adicionales que no reflejen simplemente la conectividad como elemento determinante. Sin embargo, es preciso contar con datos más detallados que den cuenta sobre la forma en que los usuarios interactúan en los espacios digitales.

Aunque existe por todo el mundo una cantidad considerable de usuarios de las plataformas de internet, estas son mucho más ricas en contenido y acceso en países del norte global, es decir, hay una mayor cantidad de contenidos disponibles por un hecho que pasa inadvertido, pero que tiene un papel preponderante, el idioma. Inclusive los lenguajes de programación, que son necesarios para el desarrollo del espacio digital, suponen familiaridad con el idioma inglés. Esto significa que para el acceso a la información, y sobre todo para la generación de contenidos digitales, existen barreras lingüísticas que necesariamente tienen una expresión geográfica; gran parte de la evidencia empírica mostrada en la obra recae en este hecho, ya que se observa cómo es que los contenidos digitales tienen una presencia mayor en países de habla inglesa en comparación con otras regiones del mundo. Desde ese punto de vista, la geografía de lo digital es también una

geografía del lenguaje, y también es determinante en cómo se dan los patrones geográficos de intercambio de información, los lugares que tienen más similitud geográfica, lingüística, histórica y cultural, que están más conectados entre sí, excluyendo a comunidades o países que no tienen hegemonía idiomática, aunque su población relativa sea mayor.

Con base en la evidencia y una serie de ejemplos documentados en el libro, se advierte cómo internet, además, no es un espacio neutral, se impone la subjetividad de las comunidades que participan en mayor medida sobre aquellos grupos que tienen una participación marginal. Es relevante considerar también que, del análisis de la evidencia presentada, emana una serie de proposiciones sobre la forma en la que tiene que plantearse el espacio digital hacia el futuro. De estas propuestas destacan al menos dos: 1) la autodeterminación colectiva, donde se sugiere que las personas que participan en internet deben incidir en la toma de decisiones sobre cómo están siendo representadas y cómo está representado su entorno geográfico, y 2) asumir el espacio como algo menos acotado, esto es, reconocer la imposibilidad de una universalidad en la forma en la que se representa el territorio en el mundo digital, lo cual deriva de la idea de que existen múltiples formas de representación que no necesariamente son compatibles entre sí y en la medida en la que estas puedan coexistir, internet puede aspirar a ser mucho más democrático de lo que es.

Finalmente, se propone pensar de manera colectiva en una nueva geografía y economía políticas de las plataformas. Los espacios digitales podrían dejar de ser espacios de exclusión en la medida en que los gobiernos diseñen políticas que promuevan la conectividad, pero que, a la vez, aseguren la participación de los usuarios dotándolos de las herramientas digitales formativas necesarias y regulando el control de los datos públicos, no delegándolo en su totalidad a empresas multinacionales, como sucede actualmente.

José Antonio Huitrón Mendoza  
División de Estudios de Posgrado  
Facultad de Economía, UNAM

## REFERENCIAS

- Belkin, N. J. (1978). Progress in Documentation: information concepts for Information Science. *Journal of Documentation*, 34(1), 55-85.
- INEGI (22/06/2021). En México hay 84.1 millones de usuarios de internet y 88.2 millones de usuarios de teléfonos celulares: ENDUTIH 2020. Comunicado de Prensa núm. 352/21. Recuperado de [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/ENDUTIH\\_2020.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/OtrTemEcon/ENDUTIH_2020.pdf)
- OECD. (2020). *Digital Transformation in the Age of COVID-19: Building Resilience and Bridging Divides*. París: Digital Economy Outlook 2020 Supplement, OECD, Recuperado de [www.oecd.org/digital/digital-economy-outlook-covid.pdf](http://www.oecd.org/digital/digital-economy-outlook-covid.pdf)
- Sen, A. y Foster, J. E., (1997). *On economic inequality*. Nueva York: Oxford University Press.