

Paramedio, multimedia y comunicación gubernamental: La agenda tecnológica en ANSL.

Sergio Ricardo Quiroga.

Cita:

Sergio Ricardo Quiroga (2016). *Paramedio, multimedia y comunicación gubernamental: La agenda tecnológica en ANSL. Memorias XIII Congreso ALAIC,, 155-166.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/sergio.ricardo.quiroga/99>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pgPS/PgO>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.



MEMORIAS

XIII Congreso Latinoamericano
de Investigadores de la Comunicación

**Sociedad del Conocimiento y Comunicación:
Reflexiones Críticas desde América Latina**
MÉXICO | 5 al 7 de octubre de 2016

Grupo Temático 10
**Comunicación, Tecnología
y Desarrollo**

MEMORIAS

XIII Congreso Latinoamericano
de Investigadores de la Comunicación

**Sociedad del Conocimiento y Comunicación:
Reflexiones Críticas desde América Latina**

Grupo Temático 10
Comunicación, Tecnología y Desarrollo

Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Cuajimalpa
División de Ciencias de la Comunicación y Diseño
Avenida Vasco de Quiroga #4871,
Colonia Santa Fe Cuajimalpa,
Delegación Cuajimalpa, C.P: 05300
Ciudad de México

ISSN 2179-7617

Índice

Brecha digital y diversidad lingüística: Una revisión de los portales de los poderes ejecutivo, legislativo y judicial en México <i>Gabriel Pérez Salazar</i> <i>Andrea Aguilar Edwards</i> <i>Cynthia Nallely Mata Martínez</i>	5
O que a tecnologia uniu, a Bola de Neve Church não separa <i>Anna Maria Salustiano</i>	13
Inclusión de tecnologías en la educación para el desarrollo humano. Dilemas y contribuciones del modelo 1 a 1 en Uruguay <i>Ana Rivoir</i>	21
Tecnologías para la información y la comunicación para el desarrollo de los jóvenes. Un cruce poco atendido <i>Rebeca Padilla de la Torre</i> <i>Lourdes Chiquito Díaz de León</i>	27
La máquina de ilusionar. Desarrollo, rurbanidad y condiciones de vulnerabilidad <i>Gustavo Cimadevilla</i> <i>Silvina Galimberti</i>	33
Tablets e netbooks como dispositivos nas atuais políticas educacionais no Brasil <i>Gabriela Carvalho da Nóbrega</i>	49
Territorialização da mídia e desenvolvimento: relação entre a distribuição de veículos de comunicação no Brasil e desigualdades regionais <i>Monica Franchi Carniello</i> <i>Moacir José dos Santos</i>	55
La ciudadanía, fuentes, consumos y acceso a información: Uruguay entre cambios y continuidades. <i>Federico Beltramelli</i> <i>Eduardo Alonso</i> <i>Pablo Irigoín</i>	65
La literacidad digital y el desarrollo humano en la política pública plan vive digital <i>Maureen Merchán de las Salas</i>	79
Relación entre el uso de videojuegos y la sociabilidad en jóvenes de 14 a 21 años en Concepción, Chile <i>Sebastián Basso Plaza</i>	87
Fortalecimiento del tejido social desde los Kioscos Vive Digital. Caso de Unguía, Chocó, Colombia <i>Evelyn Zuluaga Quiceno</i>	95
Los câmbios en audiencias de radio: whatsApp transforma el oyente en un generador de contenido <i>Maria Filomena Salemmme</i>	101
Televisoras locales Vs digitalización: Transformación de las televisoras comerciales del sur de Tamaulipas a la TDT <i>Dulce Alexandra Cepeda Robledo</i>	109

Derecho a comunicar: una lucha por el acceso a los entornos virtuales en una comunidad rural <i>Roxana Quiroz Carranza</i> <i>Carmen Castillo Rocha</i> <i>Jesús Eduardo Puch Chan</i>	119
O telefone celular e o desenvolvimento sustentável <i>Liliane Aparecida Pellegrini Pereira</i>	125
El indicador cualitativo 'capital informacional': categorías emergentes <i>Alma Rosa Alva de la Selva</i>	131
Comunicação mediada por algoritmos: como a vigilância digital altera a circulação de dados no Facebook <i>Gihana Proba Fava</i>	139
Comunicação digital das regiões metropolitanas brasileiras: uma análise das ações de Governo Eletrônico em sites e portais oficiais <i>Francine Alves Maia</i> <i>Monica Franchi Carniello</i> <i>Moacir José dos Santos</i>	147
Paramedio, multimedia y comunicación gubernamental: La agenda tecnológica en ANSL <i>Sergio Ricardo Quiroga</i>	155
A inclusão do telefone móvel como uma tecnologia do conhecimento no currículo escolar. <i>Rogeria Campos Ramos</i>	167
Cine con Móviles: Apropiación tecnológica masiva. Historia reciente <i>Felipe Cardona</i>	173

Brecha digital y diversidad lingüística: Una revisión de los portales de los poderes ejecutivo, legislativo y judicial en México¹

Universidad Autónoma de Coahuila

Gabriel Pérez Salazar
gabrielperezsalazar@gmail.com

Andrea Aguilar Edwards
aguilaredwards@gmail.com

Cynthia Nallely Mata Martínez
cynthia.nallelym@gmail.com

Resumen

El derecho al acceso a la información pública se encuentra consagrado en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, marco que contempla también el uso de lenguas indígenas, como reconocimiento a la diversidad cultural en México. A pesar de dicha composición multicultural, no se han desarrollado iniciativas públicas que incidan de manera suficiente en la publicación en línea de contenidos en dichas lenguas, generados por las instancias gubernamentales. Este trabajo presenta un análisis hecho a los portales de los poderes ejecutivo, legislativo y judicial mexicanos, para identificar aquellos contenidos que se encuentren en idiomas autóctonos. Los principales resultados muestran la casi completa ausencia de este tipo de idiomas en la muestra observada.

Palabras clave

Lenguas indígenas; Internet; información pública; brecha digital.

Abstract

The right to access public information is protected by the Mexican Constitution, which also contemplates the use of indigenous languages, in recognition of cultural diversity in Mexico. Despite this multicultural composition, no public initiatives have been developed regarding to the online publication of contents in these languages, generated by government agencies. This paper presents an analysis to portals of the executive, legislative and judicial powers in Mexico to identify contents written in indigenous languages. The main results show the almost complete absence of such language in the observed sample.

Keywords:

Indigenous languages; Internet; public information; digital divide.

Resumo

O direito de acesso à informação pública está consagrado na Constituição dos Estados Unidos Mexicanos, em que também contempla a utilização das línguas indígenas, em reconhecimento da diversidade cultural no México. Apesar desta composição multicultural, não são iniciativas públicas suficientes para incluir publicações online de conteúdos em línguas indígenas, gerado por agências governamentais. Este trabalho

¹ Investigación que es parte tanto del trabajo al interior del Cuerpo Académico *Comunicación, Cultura y Sociedad*, de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAdeC, como del proyecto *Multilevel Governance of Cultural Diversity in a Comparative Perspective: EU-Latin America* (GOVDIV).

apresenta uma análise de portais de os poderes executivo, legislativo e judicial mexicanos para identificar aqueles que se contentam em línguas indígenas. Os principais resultados mostram a quase completa ausência de tal linguagem na amostra observada.

Palavras chave

línguas indígenas; Internet; informação pública; brecha digital.

Introducción

La Sociedad de la Información (Mattelart, 2001; Crovi, 2002), representa un discurso que otorga a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), una notable capacidad para incidir en prácticamente todos los ámbitos de la sociedad. Así, una gran cantidad de países en desarrollo han incorporado el uso de las TIC en sus estrategias gubernamentales de comunicación (Webster, 2007), a pesar de una persistente brecha digital, que en México mantiene a alrededor del 50% de la población sin acceso a Internet (INEGI, 2015).

En el territorio mexicano, más de 89 diferentes lenguas indígenas son habladas por 6.7 millones de personas, lo que representa alrededor del 6% de la población nacional (INEGI, 2010a). El objetivo de este trabajo es hacer un análisis sobre la manera en que la diversidad lingüística se presenta en los portales gubernamentales de los poderes ejecutivo, legislativo y judicial en México, en los ámbitos federal, estatal y municipal.

Diversidad cultural y marginalización en México

México es un país caracterizado por una gran variedad cultural, que en materia lingüística, da lugar a más de 25 regiones indígenas, caracterizadas por altos niveles de marginalización. El 74.4% de esta población habita en municipios con niveles de marginación alto y muy alto, lo que sugiere que la población indígena es actualmente uno de los grupos con altos índices de mortalidad infantil, en poblaciones de muy difícil acceso con graves carencias de servicios como agua potable, drenaje, escuelas y hospitales (CNDPI, 2006).

La legislación en México en diversidad lingüística

La Ley General de Derechos Lingüísticos para los Pueblos Indígenas, en su Art. 7 señala la obligatoriedad de que el Estado brinde información en lengua indígena, a través de una amplia variedad de medios que incluyen los informáticos. De manera similar, la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, en su Art. 13 señala que, en la medida de lo posible, toda la información sea traducida a dichas lenguas.

Con base en esta legislación, el uso de lenguas indígenas no solamente es un derecho que se reconoce en virtud de la diversidad cultural del pueblo mexicano, sino que implica una serie de obligaciones por parte del Estado, de forma que la información y los servicios que brinda el gobierno, sean accesibles a estos sectores de la población, sin discriminación alguna.

Método

Con base en un análisis de contenido (Krippendorff, 1990), se hizo una observación de los portales gubernamentales del poder ejecutivo en sus niveles federal, estatal y municipal,

entre el 25 de mayo y el 15 de junio de 2015; y de los poderes legislativo y judicial en los niveles federal y estatal, del 14 al 16 de diciembre de 2015.

Para el poder ejecutivo, la muestra estuvo integrada de la siguiente manera:

- a) Nivel federal: Se hizo una observación de los 20 sitios que integran las secretarías de Estado.
- b) Nivel estatal: Se analizaron los 32 portales de las entidades federativas.
- c) Nivel municipal: Durante el periodo de observación, México contaba con $N=2,457$ municipios. Con un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 5%, se obtuvo una muestra de $n=247$, con una estrategia de selección polietápica por conveniencia. En primer lugar, se obtuvo la cantidad de municipios que representarían la proporción del total, al interior de cada estado. Luego, fueron escogidos aquellos municipios que, según INEGI (2010a), tuvieran la mayor proporción de hablantes de lengua indígena. De esta manera se aseguró que dentro de la muestra quedaran los municipios donde fuese más probable encontrar contenidos en lengua indígena en sus respectivos portales.

En el análisis de los poderes legislativo y judicial, se siguió el mismo procedimiento que en el caso anterior, de manera que fueron observados 32 portales por cada uno de estos dos poderes a nivel estatal (64 en total); más los portales federales del Congreso de la Unión y el de la Suprema Corte de Justicia de la Nación. En cada portal se hizo una revisión de la página de inicio, así como de cada una de las secciones que integraran el sitio, con el fin de registrar los idiomas en que se presentara la información.

Resultados

Poder ejecutivo

Nivel federal: No se encontró ningún contenido presentado en lengua indígena, si bien, el 50% de los sitios ofrecía una versión en inglés.² En lo relativo a otros aspectos de accesibilidad, todos empleaban el dominio *.gob.mx* y no fueron observados errores 404.

Nivel estatal: De nuevo, no se observó ningún contenido en lengua indígena. El 25% de los sitios ($n_1=8$), utilizaban la barra de traducción automática de Google. Dado que esta herramienta puede ser personalizada por quien la instala, se encontró una amplia variedad en los idiomas disponibles en cada caso, que iban desde cinco idiomas europeos (inglés, italiano, francés, alemán y ruso), hasta todos los idiomas ofrecidos por este servicio. Todos los sitios empleaban el dominio *.gob.mx* en sus direcciones electrónicas y ningún error 404 fue detectado.

Nivel municipal: Las direcciones URL de los municipios fueron obtenidas a través de su búsqueda en los portales estatales, y cuando no estaban presentes, a través del buscador de Google. En el caso de los 76 municipios donde no fue posible localizar su página oficial, se hizo un cruce de datos de la muestra con la base de datos de CONAPO (2010), con el fin de identificar la frecuencia con la que esto ocurría y el nivel de marginación del municipio³ en cuestión. Los resultados se muestran en la Tabla 1.

² No se trataba de traducciones automáticas, como en algunos de los portales estatales, sino de versiones hechas *ex profeso* en tal idioma.

³ CONAPO (2010) estima el nivel de marginación a partir de los siguientes indicadores: % de la población analfabeta mayor de 15 años, % de la población que habita en viviendas sin drenaje, % de la población que carece del servicio de energía eléctrica, % de la población que habita en viviendas sin agua potable, % de la población que habita en viviendas con algún grado de hacinamiento, % de la población que vive en poblaciones con menos de 5,000 habitantes y % de la población con ingresos menores a 10 USD/día. Los valores asignados son: muy alto, alto, medio y bajo.

<i>Estados</i>	<i>Nivel de marginación</i>			
	<i>Muy alto</i>	<i>Alto</i>	<i>Medio</i>	<i>Total</i>
Oaxaca	30	10	1	41
Veracruz	8	2		10
Puebla	4	3		7
Yucatán	4	3		7
Chiapas	3			3
Guerrero	3			3
Michoacán de Ocampo		1	2	3
México			1	1
Sonora			1	1
TOTAL	52	19	5	76
%	68.42%	25.00%	6.58%	100.00%

Tabla 1: Niveles de marginación en municipios sin sitio web
Fuente: Elaboración propia

Presencia de lenguas indígenas

La presencia de contenidos en lengua indígena en los municipios observados es muy escasa, como puede verse en la Tabla 2.

<i>Municipios observados (n=247)</i>		%
Municipios sin contenidos en lengua indígena	243	98.38%
Municipios con algún contenido en lengua indígena	4	1.62%
Total	247	

Tabla 2: Presencia de lenguas indígenas en contenidos en sitios web municipales
Fuente: Elaboración propia.

Un análisis más detallado sobre el tipo de contenidos en lengua indígena encontrados en la muestra, refleja que en tres de ellos, se trataba de videos en los que aparecían funcionarios municipales (casi siempre el alcalde), como se muestra en la Tabla 3.

	<i>Municipio</i>	<i>Estado</i>	<i>URL</i>
1	Mezquital	Durango	http://mezquital.durango.gob.mx/
2	Tamazulápam del Espíritu Santo	Oaxaca	http://www.municipiotamazulapam.com/
3	Nacajuca	Tabasco	http://www.ayuntamientonacajuca.org/

Tabla 3: Municipios donde fueron encontrados videos en los que se emplean lenguas indígenas
Fuente: Elaboración propia.

El cuarto contenido con alguna información en lengua indígena fue observado en el sitio de San Juan Yatzona (Oaxaca)⁴, en el que se presentaba una imagen (tipo meme), en relación con el Día Mundial de la Tierra.

4 URL: <https://www.facebook.com/sanjuanyatzona>

Poderes legislativo y judicial

Nivel federal: Como fue mencionado en el apartado metodológico, fueron observados los sitios correspondientes al Congreso de la Unión (LXIII Legislatura), conformado por la Cámara de Senadores y la Cámara de Diputados; así como el sitio de la Suprema Corte de Justicia de la Nación.

Ninguno de estos sitios presentaba información alguna en lengua indígena, y a diferencia de lo observado en el ejecutivo federal, tampoco había versiones disponibles en otros idiomas de origen europeo, incluyendo el inglés. Todos ellos emplean el dominio *.gob.mx* y no se registró ningún error 404.

Nivel estatal: Igual que en el caso anterior, ningún portal presentaba contenidos en lengua indígena, con excepción del portal del Congreso del Estado de Michoacán de Ocampo,⁵ donde fue encontrado un enlace cuyo título sugería una sección en purépecha, como se muestra en la Figura 1:



Figura 1: Portal del Congreso del Estado de Michoacán de Ocampo

Fuente: Captura de pantalla.

Sin embargo, no es posible asegurar que dicha sección en efecto estuviera en esta lengua, dado que al seguir el enlace, durante todo el periodo de observación se obtuvo un error 404 (Figura 2).

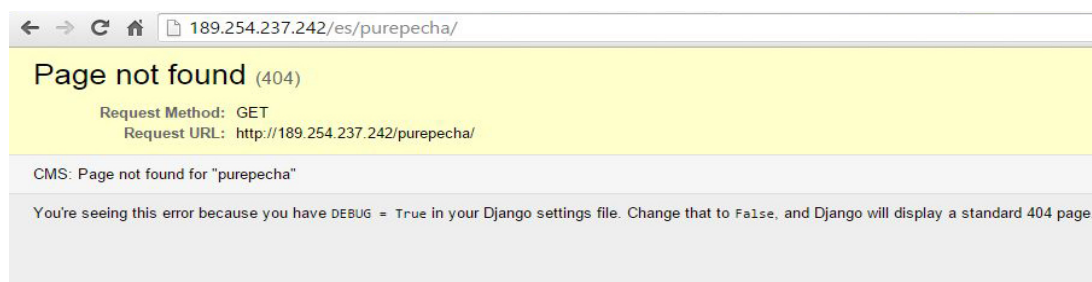


Figura 2: Mensaje de error en sección "Purépecha" en el sitio del Estado de Michoacán de Ocampo

Fuente: Captura de pantalla.

Los dominios distintos a *.gob.mx* fueron observados en los portales de los Congresos de los estados de Nayarit⁶ y San Luis Potosí,⁷ en el poder legislativo, y en el Supremo Tribunal

⁵ <http://transparencia.congresomich.gob.mx/es/>

⁶ <http://www.congresonayarit.mx/>

⁷ <http://189.206.27.36/LXI/index.php>

de Justicia del estado de Zacatecas,⁸ en el poder judicial. El único error 404 ocurrió en el Supremo Tribunal de Justicia del estado de Sinaloa.⁹

Conclusiones

Como ha sido establecido a partir de la revisión del Art. 7 de la Ley General de Derechos Lingüísticos para los Pueblos Indígenas, y el Art. 15 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, todos los niveles de gobierno están obligados a establecer las medidas necesarias para que los servicios y la información pública se encuentren accesibles en lenguas indígenas, donde se requiera. En el caso del poder ejecutivo, tales servicios suelen estar relacionados con el pago de impuestos, contribuciones y programas asistenciales. A nivel federal, se han trasladado a Internet una importante cantidad de trámites y servicios, inaccesibles de otra forma, entre los que destaca el pago de impuestos de personas físicas y morales, así como la obtención de la Clave Única de Registro Poblacional, entre muchos otros.

En lo que tiene que ver con el poder judicial, a través de sus portales electrónicos a nivel estatal, es posible tener acceso a servicios como la resolución de pensiones alimenticias, mediación y conciliación y acceso a listas de peritos oficiales (traductores, valuadores, etc.). Dentro de los sitios del poder legislativo, se publican acuerdos, decretos, debates, participaciones en tribuna y, en un entorno de prevalente inseguridad derivada del crimen organizado, los dictámenes de personas desaparecidas.

El tránsito hacia la Sociedad de la Información en México se ha dado de manera que, mientras por un lado se virtualizan una gran cantidad de trámites que antes requerían del desplazamiento físico de los interesados a las oficinas correspondientes, y se pone a disposición de la población información que contribuye a fortalecer la participación ciudadana, por el otro, cerca de la mitad de la población permanece al margen del acceso a Internet. Si a esto se suma la casi total ausencia de contenidos en lengua indígena en los portales gubernamentales analizados, la ya de por sí precaria situación de estos sectores de la población, se agudiza ante la inexistencia de políticas públicas que lleven a la práctica lo establecido en las Leyes antes mencionadas. Como nuestros datos reflejan, incluso en entidades con altos niveles de población indígena monolingüe (Chiapas, 37.5%; Guerrero, 35.1%; and, Oaxaca, 20%), prevalecen estas omisiones.

La total ausencia observada en el uso de lenguas indígenas, contrasta de manera notable en los portales del poder ejecutivo federal y estatal, con la presencia de versiones en inglés y otros idiomas europeos (50% y 25%, respectivamente). Así, la población indígena parece no ser el destinatario de buena parte de la comunicación social gubernamental.

Evitando todo tecnodeterminismo, la información y servicios disponibles en línea sí tienen el potencial de incidir de manera positiva en aquellos usuarios que posean las competencias tecnológicas que les permitan modificar sus condiciones de vida, y sus posibilidades de incrementar su participación ciudadana. La misma inexistencia de una gran cantidad de portales municipales dentro de la muestra en estados como Oaxaca y Veracruz, es un signo que habla de los enormes retos sociales que México sigue enfrentado actualmente.

Referencias

CNDPI (2006). *Regiones indígenas de México*. México: Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.

8 <http://187.174.173.99:8080/>

9 <http://www.stj-sin.gob.mx/>

- CONAPO (2010). Índice de marginación por entidad federativa y municipio 2010. http://www.conapo.gob.mx/en/CONAPO/Indices_de_Marginacion_2010_por_entidad_federativa_y_municipio.
- Crovi, D. (2002). Sociedad de la información y el conocimiento. Entre el optimismo y la desesperanza. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 185, 13-33.
- INEGI (2015). Estadísticas a propósito del Día Mundial del Internet. <http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2015/internet0.pdf>
- INEGI (2010a). Censo de población y vivienda 2010. Lengua indígena. http://cuentame.inegi.org.mx/hipertexto/todas_lenguas.htm
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- Ley General de Derechos Lingüísticos para los Pueblos Indígenas (2012). <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lgdipi.htm>
- Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública (2015). <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lgtaip.htm>
- Mattelart, A. (2001). *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Paidós.
- Webster, F. (2007). *Theories of the Information Society*. London: Routledge.

Biografías

Gabriel Pérez Salazar es profesor-investigador de tiempo completo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Coahuila. Su principal línea de investigación está dada por la comunicación e innovaciones tecnológicas, con la brecha digital como tema de trabajo específico.

Andrea Aguilar Edwards es profesora-investigadora de tiempo completo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Coahuila. Su principal línea de investigación aborda los conceptos: *identidad, cultura y comunicación*, ponderando el análisis de los procesos de comunicación en organizaciones y grupos sociales minoritarios, desde la perspectiva de la multiculturalidad y los derechos humanos.

Cynthia Nallely Mata Martínez es estudiante de pregrado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Coahuila y colaboradora en el proyecto de investigación de Diversidad Lingüística en Portales Gubernamentales en México, coordinado por el Dr. Gabriel Pérez Salazar.

O que a tecnologia uniu, a Bola de Neve Church não separa

Universidade Federal de Pernambuco

Anna Maria Salustiano
annasalustiano@gmail.com

Resumo

O viver hoje está condicionado a se mostrar na internet, e com as instituições religiosas, essa regra não é diferente, partindo da ideia de que o crescimento de uma igreja, de uma empresa, ganha fôlego quando o papel institucional está presente na tecnologia e vice versa. Neste trabalho, apresentamos como a Bola de Neve Church - BNC dialoga com a tecnologia, especificamente com as redes sociais digitais, citando como exemplo, o *facebook* da igreja. A instituição, como poucas, articula-se de maneira consolidada em um ambiente que é conhecido por sua fluidez. Tal facilidade parece indicar que a igreja criada, na década de 90, mesmo período em que houve a popularização da internet no Brasil, evidencia grande capacidade de utilizar tais espaços potencializando seu crescimento, na medida em que se associa diretamente ao desenvolvimento tecnológico das possibilidades em rede.

Palavras chave:

Bola de Neve Church; *facebook*; desenvolvimento tecnológico.

Introdução

Inseridos em tempos nos quais existir está atrelado necessariamente a ter também, contas e perfis na internet, os grupos religiosos para continuarem relevantes e em sintonia com as demandas dos fieis contemporâneos, utilizam os espaços online para fortalecerem-se enquanto instituições, disseminar mensagens que vão além do aspecto religioso, aumentar o número de fieis nos templos físicos/nas plataformas digitais e consolidarem-se enquanto “comunidades” atentas às pautas do dia a dia.

As religiões, de uma maneira geral, perceberam o quanto o processo tecnológico poderia trazer desenvolvimento, à medida que consegue agregar o conteúdo produzido pelas igrejas às vivências do momento presente. Momento esse que valoriza o efêmero, ou seja, o que é produzido para internet dura poucos instantes, suficientes para substituição de outras informações o tempo inteiro. O fato de essas produções precisarem ser atualizadas várias vezes ao longo do dia, configura uma das características fundamentais do meio digital e reforça a importância do papel institucional dentro da tecnologia.

Neste trabalho, pretendemos refletir como a Bola de Neve Church dialoga com a tecnologia, especificamente com as redes sociais digitais, analisando a fanpage oficial da igreja. Para isso, realizamos um recorte específico para que a análise pudesse evidenciar estratégias e potencialidades no uso das redes sociais digitais pela BNC.

Refletindo sobre o método netnográfico

Não é novidade que no começo dos estudos sobre a internet, no início dos anos 1990, vimos o despontar de certa fixação com a pesquisa online para dar conta de diversas perguntas sobre interações e consumo. Nessa primeira fase da pesquisa etnográfica na internet, os espaços digitais pareciam desvinculados do mundo offline, uma vez que “mundos virtuais” podiam ser criados, abrindo novas possibilidades de participação política, cultural e social, como pontuado por Schulz (2012). O autor lembra que, por exemplo, o estudo etnográfico de referência de Howard Rheingold, *Virtual Community* (RHEINGOLD, 1993), é frequentemente mencionado, visto que no seu trabalho, o cientista social concentra-se na internet e o seu possível impacto em processos de socialização. Schulz (2012) argumenta que Rheingold acredita testemunhar a emergência de uma nova forma da vida social, a comunidade virtual, que tem enorme potencial de alterar discursos e processos democráticos nas sociedades fisicamente existentes. O objetivo basilar desses investimentos, portanto, foi à exploração, descrição, e interpretação de interações sociais na rede e a identificação de diferentes formas de comunidades, bem como seu papel na formação da identidade online, como, por exemplo, os cientistas sociais Greschke (GRESCHKE, 2007) e Estalella e Ardévol (ESTALELLA e ARDÉVOL, 2007) resumem. (SCHULZ, 2012).

Foi no fim dos anos 1990 que Kozinets propôs o conceito metodológico netnografia, um neologismo com as palavras net (rede) e etnografia (KOZINETTS, 1997). Segundo Kozinets, o método permite aos pesquisadores observarem e analisarem conversas e discursos assíncronos e síncronos na internet de modo não invasivo (KOZINETTS, 2010). Esta, por conseguinte, foi a nossa pretensão metodológica aqui: queremos trafegar, analiticamente, nas postagens da Bola de Neve Church em busca de elementos que nos subsidiem para pensarmos nos investimentos, diálogos e potenciais da referida instituição na sua utilização dos espaços digitais online.

Portanto, a grande questão que surge neste pequeno recorte de pesquisa – que pretende entender a atuação da Bola de Neve Church na web (com destaque para o *Facebook* da instituição) e as relações que esta promove com seus ciber-fieis – é o que pode nos revelar os elementos argumentativos e estratégicos de uma comunidade que atua principalmente online? Pretendemos, por conseguinte, analisá-los em busca dos seus múltiplos e diversos sentidos.

Bola de Neve Church

Pensada no ano de 1994, segundo informações da Hardcore/2013, pelo empresário e surfista Rinaldo Luís de Seixas Pereira, conhecido por Rina, a igreja nasceu como ministério dentro da também neopentecostal Igreja Apostólica Renascer em Cristo, da qual era membro e um dos responsáveis pelo ministério de evangelismo nela. “Após formar um grupo de jovens, desligou-se da igreja de origem, criando sua própria comunidade e intitulando-se Apóstolo Rina.” (RIBEIRO e CUNHA, 2012, p. 504).

Até 1999, a BNC tinha como objetivo levar o evangelho aos praticantes de esportes radicais, realizando encontros como apresentações de *skate*, capoeira e jiu-jítsu. Um ano depois, Seixas fundou a sua própria denominação, a Bola de Neve Church. *Church*, igreja em inglês, porque era assim que os primeiros frequentadores chamavam o seu templo.

O primeiro culto foi realizado em janeiro de 2000 em um prédio alugado na Rua Marco Aurélio, no bairro da Lapa, em São Paulo. Antes disso, os encontros já aconteciam em um auditório improvisado na fábrica da marca de *surfwear* Hawaiian Dreams (HD) no centro da capital paulista. Na empresa onde era representante de vendas, Rinaldo e um grupo de surfistas – que posteriormente formaria o primeiro quadro de pastores da igreja – apoiavam

a Bíblia em um *longboard*, e foi assim que surgiu a ideia de colocar a prancha de *surf* como púlpito, uma das principais marcas da igreja atualmente.



Figura 1 - Visão do púlpito (prancha) no templo maior da BNC, em São Paulo.
Fonte: Revista Veja, edição 1.964.

Para contrapor com as ideias encaradas como “tradicionais” no meio religioso, o público da Bola é preocupado com o corpo nos moldes estabelecidos pelos meios de comunicação, com as práticas de atividades físicas e de esportes radicais e com os últimos lançamentos de produtos tecnológicos, utilizando-os na hora do culto para postar fotos e mensagens nas redes sociais da igreja.

Mesmo com uma eclesiologia bastante liberal, em termos de usos e costumes jovens, nem só de “liberdade” é feita a instituição, as restrições, que variam de proibições de bebidas alcoólicas, drogas (mesmo as lícitas), sexo antes e depois do casamento, padrões para o namoro e o noivado (só com a “permissão” do pastor), e regras que versam sobre a “desobediência do fiel em relação ao líder”, se materializam com a repetição de frases como: “tudo lhe é lícito, mas nem tudo lhe convém” (em alusão ao texto bíblico da primeira carta de Paulo aos Coríntios, no capítulo 6, versículo 12), dita com frequência nos cultos da igreja, mostrando os motivos de alguns dos “interditos” dentro dos templos.

“Caiu na rede é Bola”! A BNC nas redes sociais

Criada no dia 1 de outubro de 2010, o *Facebook* oficial da Bola de Neve é a principal ferramenta de comunicação com o público da igreja. Prova disso é a proliferação e desdobramentos da versão oficial da sua *fanpage*. É possível, na plataforma dessa rede social, encontrar diversas páginas das igrejas locais sem uniformidade, não apenas na dimensão imagética, mas até mesmo de definição para a sua situação institucional. Algumas *fanpages* da BNC se definem como “igreja cristã”, outras como “instituição religiosa” e ainda há igrejas locais que se definem como “organização sem fins lucrativos”, o que nos leva a ponderar a falta de consenso institucional nos templos locais.

A título ilustrativo, com o intuito de evidenciar as diferenças citadas, montamos a tabela 1, tendo como referência (para visitas e curtidas) a data de 18 de abril de 2016, inclusive revelando a expressividade dos acessos e principalmente se pressupormos que estes fieis costumam “frequentar” online as páginas de suas comunidades físicas.

<i>Nome da Fanpage</i>	<i>Localidade</i>	<i>Definição institucional</i>	<i>Número de Visitas e curtidas</i>
Igreja Bola de Neve Church	Fortaleza – CE	Igreja Cristã	1.179 visitas 479 curtidas
Bola de Neve Church Recife	Recife – PE	Organização sem fins lucrativos	2.485 visitas 5.605 curtidas
Bola De Neve Natal	Natal – RN	Igreja	9.544 visitas 13.049 curtidas
Bola De Neve Curitiba	Curitiba – PR	Instituição religiosa · Igreja	73.633 visitas 117.495 curtidas
Bola De Neve Jp	João Pessoa – PB	Instituição religiosa · Igreja Cristã	3.287 visitas 7.378 curtidas
Bola De Neve As	Santo André – SP	Igreja evangélica	21.715 visitas 17.523 curtidas

Tabela 1 –Algumas fanpages locais da BNC
Fonte: Redes sociais da BNC. Acesso em: 18 de abr. 2016

Contudo, no tocante aos operadores analíticos, dadas as especificidades do objeto em estudo e pela própria pulverização do corpus, para a análise mais aprofundada, escolhemos a página oficial da BNC, não só pela sua grandeza numérica de 164.134 visitas e 542.090 curtidas¹, mas igualmente por entendermos que a sua categorização como “oficial” chancela que estamos navegando em um espaço legitimamente institucional da denominação e, por conseguinte, aglutinador do ethos da Bola de Neve, em sua versão online.

No período da análise, uma média de 50 a 70 pessoas curtiram a página do Facebook diariamente. O espaço online reserva o lado esquerdo que o nosso olhar é direcionado automaticamente para colocar fotos dos cultos, na Igreja matriz, normalmente lotados e com o apóstolo criador da instituição, Rina nas imagens, vídeos, link contendo os eventos futuros da igreja, opinião de alguns fieis e curtidas da Bola de Neve Church oficial que tende a ser de páginas da Bola de Neve dos estados brasileiros ou de páginas da Bola de fora do país.

Contudo, o que torna peculiar a *fanpage* oficial da BNC é a combinação de abordagens e as possibilidades de interação que ela oferece. Ao mesmo tempo em que disponibiliza serviços comuns de uma igreja – o que confere solidez à sua versão de ciber-igreja -, em grande medida simula a aparência de uma página direcionada aos fãs das atividades esportivas. As *postagens* e os *links* que versam sobre mensagens e serviços religiosos misturam-se e alternam-se com informações e *posts* sobre circuitos de surf promovidos pela Bola de Neve, horários de cultos (regulares e para solteiros, por exemplo), apresentações teatrais (de cunho religioso), mensagens de ânimo e versículos bíblicos. Logo, os ciber-fieis (ou usuários da rede social) que visitam a *fanpage* têm acesso, concomitantemente, a conteúdos religiosos e em outros tempos, não-religiosos. O que evidencia o borramento na linha que separa o que é típico da comunicação eclesial e teológica do que se insere no mundo da vida e do consumo cotidiano.

¹ Facebook oficial da Bola de Neve Church.



Figura 2 - Página oficial no Facebook da Bola de Neve Church

Fonte: Disponível em: <<https://www.facebook.com/boladeneveoficial/>>. Acesso em: 16 e 18 abr. 2016.

Tudo isso de maneira dinâmica e acelerada. A *fanpage* em questão é altamente ilustrada. A própria natureza da rede permite a rápida alteração da imagem de capa de acordo com o que a igreja está realizando. Na ocasião do *print* para inserção aqui da figura 2, imagens de várias lâmpadas com bocais antigos dourados, estando as três do primeiro plano acesas e as demais apagadas. A frase exposta “seja luz”, é uma alusão a inúmeras passagens bíblicas, por exemplo, em Salmos 119:105 que diz: “A tua palavra é lâmpada, que ilumina os meus passos e luz que clareia o meu caminho”.

Um dos destaques disponíveis na página do facebook da instituição no momento deste *print* foi um convite da Igreja para que o fiel ou alguém que se identifique com a prática esportiva possa participar da Barca Floripa 2016, que será realizada de 26 a 29 de maio. Um vídeo consegue de maneira resumida e com imagens em HD mostrar o que será “vivenciado” no período do evento. A marca da igreja, localizada no canto direito está presente o tempo inteiro para que o telespectador veja quem é a instituição organizadora da atividade, que será no Hotel Costão do Santinho, em Florianópolis/Santa Catarina. O vídeo foi editado com um som instrumental que lembra o estilo country americano e mostra a estrutura do local da atividade, os esportes que serão “ofertados” como a participação em jogos de futebol, a prática do skate, basquete e do surf, além de imagens que mostram os cultos, ministrados pelo apóstolo Rina.

Para dar visibilidade à ação, as páginas da igreja em outros estados tendem a reproduzir/compartilhar do mesmo anúncio, sempre disponibilizando a seguinte frase: “já fez sua inscrição para Barca Floripa 2016? Procure a secretaria da igreja Bola de Neve em sua cidade” [sic]. Tal prática configura o engajamento da instituição através de uma ação proposta pela igreja matriz sendo responsável em criar incontáveis compartilhamentos da atividade, ou do que quer seja.

Vale ressaltar que não é preciso ser membro da igreja para participar das atividades propostas, tanto no templo quanto nos espaços online. Como em qualquer mercado secular, aberto ao maior número de consumidores, basta pagar e participar do “serviço” anunciado (seja um campeonato esportivo, um show gospel, uma apresentação teatral ou congressos).

As propostas apresentadas nas plataformas digitais se adequam ao que é explicitado nas redes, utilização em demasia de imagens, textos curtos e capacidade de se propagar numa rapidez típica da sociedade do consumo em rede.

Essa padronização e “profissionalização” são, igualmente, percebidas nas outras plataformas que a igreja detém na internet. Há uma retroalimentação de conteúdos, nas diversas contas, fazendo com que o que é visto no Facebook, seja também divulgado no Twitter, no Instagram, na página pessoal do Apóstolo Rina e no site. Trata-se, portanto, de uma comunicação de 360 graus², com a ampliação sinérgica de todos os pontos de contato para o alcance efetivo dos *targets online*, que transcendem (e muito) os ciber-fieis. Várias das postagens do Facebook apontam para os outros espaços online da Bola de Neve.

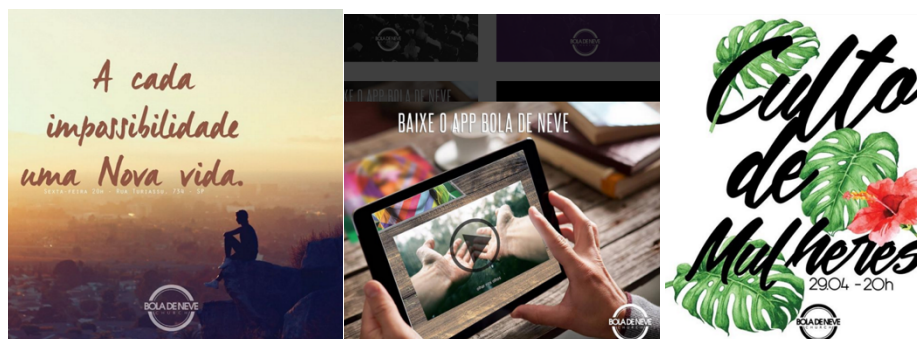


Figura 3. Exemplos de postagens com os endereços das outras plataformas de redes sociais da BNC
Fonte: Redes sociais da BNC. Acesso em: abr. 2016.

Com efeito, a divulgação das plataformas e canais oficiais do Youtube (youtube.com.br/boladeneveoficial), do Instagram (@boladeneveoficial) e do Twitter (@_boladeneve) em grande parte das postagens, claramente intenciona a ampliação de acesso pelo compartilhamento da mensagem, visto que os *posts*, mesmo com mensagens puramente imagéticas (típicas do ambiente online) são bastante compartilhados na rede dos ciber-fieis aumentando o seu potencial de alcance e consequente consumo até dos que estão fora da “rede” da BNC.

As redes sociais, portanto, além de facilitarem o acesso, incentivam o compartilhamento das mensagens (exatamente como a orientação bíblica) pela facilidade de acionar a ferramenta do “compartilhar” e contarão ainda, com inúmeros comentários dos fieis/seguidores da Bola, o que amplia (além disso) a credibilidade e a aproximação com os “amigos” dos ciber-fieis.

Nesse sentido, as abordagens temáticas (além dos versículos bíblicos) são entrelaçadas às práticas condenadas (o que não pode ser feito) pela igreja e por mensagens otimistas e de consolo. Contudo, as postagens com maior número de curtidas e compartilhamentos ainda são as que fazem referência a algum trecho das escrituras sagradas. Aliada a essa ferramenta, há um interesse do administrador, que não conseguimos identificar, de colocar imagens relacionadas à natureza, a juventude, ao contentamento, a alegria de uma maneira geral - o que rende a página oficial do Facebook um número de quase meio milhão de curtidas.

Soma-se a isso o fato de que, como bem pontuou Françoise Sabbah (ALVARADO (org.), 1988 apud CASTELLS, 2001, p.364), as mídias digitais em rede (chamadas pelo autor de “nova mídia”) são mídia de massa, no sentido de um número limitado de mensagens para uma audiência homogênea. Pois tais mídias vão além e prevêm uma audiência (consumidora e produtora) desejosa por tratamento “exclusivo”, este segmentado e relacional - a fim de atingir, com pertinência e adequação, o público-alvo. Com isso, o relacionamento entre emissor e receptor se fortalece. Nesse novo sistema de mídia convergente e em rede, a mensagem é o meio e as características dela (o que se quer passar) moldarão as propriedades do meio-suporte (a forma, o contexto do emissor). E a Bola de Neve Church apresenta uma concreta competência operacional nesse campo, para atingir o público jovem, como poucas marcas conseguem.

² De essência convergente e multicanal, ampliando as possibilidades de acesso ao conteúdo divulgado pela BNC pela integração dos diversos canais e mídias (principalmente as digitais) em um modelo cross-channel e cross-mídia.

Considerações finais

O interessante da relação que envolve vivência religiosa nos espaços online e consumo, ligado diretamente ao processo tecnológico, é o alargamento reprodutivo dos exercícios de mercado, além do reforço da importância dos aparatos da tecnologia para o uso da informação no campo do sagrado. Afinal, mercado, religião e tecnologia andam em profunda consonância com as orientações do sistema social.

Com efeito, o que tem chamado mais atenção é que o investimento mais concreto e eficaz das igrejas contemporâneas, e em especial a BNC, é a sua adequação aos recursos disponibilizados em grande parte pela internet. Nesse sentido, concordamos com Maranhão Filho 2010 quando o autor diz que os indivíduos religiosos (também nominados de ciberfieis) se inserem num caráter próprio deste tempo, ao naturalizar o uso dos recursos audiovisuais e midiáticos e se perceberem em relação ao outro através de representações geralmente associadas à imagem, ao espetáculo e ao mercado: tendo em vista que os fieis agora fazem parte desta supergeração, podendo serem chamados de “supercrentes” por estarem inseridos, em boa medida, no fenômeno da Teologia da Prosperidade, em que, por negociarem diretamente, e em espécie, com os Poderes do Alto, “supostamente tudo podem”.

Desse jeito, as instituições têm como meta a busca pela fluidez e adequação do conteúdo aos recursos tecnológicos. Nesse quesito, a Bola de Neve Church, com aparente competência, domina as técnicas do espaço online e dar a entender que já nasceu familiarizada com a tecnologia, especificamente com as redes sociais digitais.

Referências

- CASTELLS, Manuel (2001). **A sociedade em rede**. 5.ed. São Paulo: Paz e Terra.
- ESTALELLA, Adolfo; ARDEVOL, Elisenda. **Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de Internet**. Espanha, 2007. Disponível em: <<http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/277>>. Acesso em: abr.2015.
- GRESCHKE, Heike M (2007). Daheim in www.ciberville.com. **Ethnographie einer globalen Lebenswelt**. MS Dissertationsschrift (Eingereicht) - Fakultät für Soziologie, Universität Bielefeld.
- KOZINETTS, R (1997). Want to believe: a netnography of the 'X-Philes' subculture of consumption RV Kozinets . *Advances in consumer research*.
- _____. **Netnography: doing ethnographic research online**. London: Sage, 2010.
- LIMA, Anna Maria Salustiano de Andrade (2015). **UMA AVALANCHE DE CONSUMO? A atuação da Bola de Neve Church nos espaços online**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós Graduação em Comunicação – Universidade Federal de Pernambuco –UFPE, Recife – PE.
- MARANHÃO FILHO, Eduardo Meinberg de Albuquerque. Neopentecostalismo de supergeração: o ciberespaço como chave para o sucesso neopentecostal. **História Agora. Revista de História do Tempo Presente**, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 342-362, 2010d.
- RHEINGOLD, Howard (1993). **The virtual community: homesteading on the electronic frontier**. Cambridge, Massachusetts: Reading: Addison-Wesley.
- RIBEIRO, Lídice; CUNHA, Danilo. “Bola de Neve”: um fenômeno pentecostal contemporâneo. **Revista Horizonte**, Belo Horizonte, v. 10, n. 26, p. 500-521, abr./jun. 2012.
- SCHULZ, Jorn. **An online-offline Etnography about Wikipedians**. Apresentação feita no Congresso EsomarLive, Amsterdam - Holanda, 2012.



Fontes consultadas no (do) ciberespaço:

FACEBOOK oficial da Bola de Neve. Disponível em: <pt-br.facebook.com/boladeneveoficial>.

Acesso em: abr. 2016.

FACEBOOK da Bola de Recife. Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/bdnrecife>>.

Acesso em: abr. 2016.

SITE da Bola de Neve. Disponível em: <<http://www.boladeneve.com/>>. Acesso em: várias datas.

Inclusión de tecnologías en la educación para el desarrollo humano. Dilemas y contribuciones del modelo 1 a 1 en Uruguay

Universidad de la República, Uruguay

Ana Rivoir

ana.rivoir@cienciassociales.edu.uy

Resumen

La ponencia se basa en el análisis realizado a partir de resultados investigaciones realizadas en el marco del grupo de investigación ObservaTIC de la Universidad de la República de Uruguay. Estos dan cuenta de efectos de esta política sobre dimensiones de la brecha digital en términos del acceso y la conectividad así como cambios en otras dimensiones de la brecha digital, relativas a la apropiación y el aprovechamiento con fines de desarrollo humano. El Plan CEIBAL es una política pública universal de alcance nacional “1 a 1”, implementada en Uruguay desde 2007 en el sistema educativo. Presentaremos algunos aspectos centrales de la iniciativa y los principales elementos que hacen de la misma un iniciativa a tener en cuenta para el análisis de la incorporación de tecnologías para el desarrollo humano informacional a través del sistema educativo. A partir de esto, se reflexiona sobre la contribución que estos cambios hacen a la reducción de las desigualdades sociales y a través de la inclusión digital, así como a las limitaciones, problemas y desafíos que de estos se derivan.

Palabras clave:

desarrollo humano/tecnologías digitales/ educación

Abstract

The paper is based on the analysis results from research conducted under the ObservaTIC research group at the University of the Republic of Uruguay. These account for purposes of this policy dimensions of the digital divide in terms of access and connectivity as well as changes in other dimensions of the digital divide, concerning ownership and exploitation of human development purposes. The Ceibal Plan is a universal public policy nationwide “one to one”, implemented in Uruguay since 2007 in the education system. We will present some central aspects of the initiative and the main elements that make it one initiative to be considered for the analysis of the incorporation of informational technologies for human development through the educational system. From this, we reflect on the contribution that these changes make to reducing social inequalities and through digital inclusion, as well as the limitations, problems and challenges of these stem.

Keywords:

human development / digital technology / education

Resumo

O documento baseia-se nos resultados da análise de pesquisas conduzidas no âmbito do grupo de pesquisa ObservaTIC na Universidade da República do Uruguai. Esta conta para efeitos de estas dimensões políticas da exclusão digital em termos de acesso e conectividade, bem como mudanças em outras dimensões da exclusão digital, relativas a propriedade e exploração dos propósitos de desenvolvimento humano. O Plano Ceibal é uma política universal pública nacional “one to one”, implementada no Uruguai desde 2007 no sistema de ensino. Vamos apresentar alguns aspectos centrais da iniciativa e os principais elementos que tornam uma iniciativa a ser considerado para a análise da incorporação de tecnologias de informação para o desenvolvimento humano através do sistema educacional. A partir disso, refletir sobre a contribuição que essas mudanças fazem para reduzir as desigualdades sociais e através da inclusão digital, bem como as limitações, problemas e desafios destes tronco.

Palavras-chave:

desenvolvimento humano / tecnologia digital / educação

Introducción

Las Tecnologías de la Información y la comunicación se han incorporado a los distintos ámbitos productivos, sociales, de la cultura y la política en las sociedades contemporáneas. Es un proceso que hace referencia a lo que Manuel Castells (2000) denominara Sociedad Red, cuya estructura social es en red a través de la instalación de Internet como su nervio conductor. (Castells, 2000) Se avanza sobre la constatación de que cambio en el modo de desarrollo no genera automáticamente desarrollo humano, sino que sus resultados dependen de las acciones y estrategias elegidas por las sociedades. (Castells & Himanen, 2001; Gasco, 2004)

Todos estos cambios no son lineales ni homogéneos, y menos aún equitativos para todas las personas y sociedades. Surge una nueva desigualdad específica que se suma y se articula con las desigualdades sociales preexistentes: la denominada brecha digital. Inicialmente se concibió a partir de la brecha de acceso a las TIC, es decir entre quienes poseían los dispositivos tecnológicos (computadoras) y quienes no lo hacían, entre quienes accedían a internet y quienes no lo hacían. Sin embargo, el concepto fue evolucionando hacia una definición más compleja, en la cual se entiende que esta desigualdad específica interactúa y se relaciona con otras desigualdades económicas y sociales. (Mística, 2003; Sassi, 2005)

Katzman (2010) en el mismo sentido y analizando los requerimientos para el desarrollo en América Latina, sostiene que las destrezas asociadas al dominio de las TIC, conforman elementos centrales para aprovechar las oportunidades económicas, sociales y en el Estado. Así como posibilitan la participación en tanto ciudadanos de su época. No acceder implica quedar al borde de la exclusión por lo que el sistema educativo tiene un rol fundamental en esta reducción de desigualdades. Se trata en definitiva que el sistema educativo contribuya a la reducción de las capacidades desiguales existentes en la sociedad en relación al aprovechamiento de las TIC, en lo que Hargittai, Robinson y DiMaggio (2003) denominan “segunda brecha digital”.

La aparición de las TIC ha provocado grandes desafíos para la educación. Por un lado, ha abierto un sinfín de oportunidad a través del acceso a un gran volumen y diversidad en

la información a través de Internet. A su vez, plantean muchas posibilidades para cambios pedagógicos a partir de facilitar nuevas formas de trabajo en red así como colaborativo y horizontal entre los profesores y estudiantes. Asimismo, las ampliaciones de las herramientas y recursos didácticos de carácter audiovisual, hipertextual e interactivo abren muchas más opciones para el trabajo en el aula y el desarrollo de capacidades. El centro educativo se transforma en un espacio abierto con otras fuentes de información y conocimiento. Esto plantea desafíos profundos a nivel organizacional, pedagógico, didáctico y cultural. (Hardgreaves, 2003)

Estas dimensiones son presentadas por Claro et al (2011) como niveles donde el uso TIC en el ámbito educativo. Por un lado, para la gestión del centro educativo facilitando la tarea administrativa y organizacional. En segundo lugar, a nivel pedagógico facilitando cambios mediante recursos digitales así como introduciendo métodos centrados en el trabajo más activo del estudiante. Por último, a nivel curricular de forma de complementar aprendizaje de asignaturas con el desarrollo de habilidades y competencias digitales que favorecen la inserción social y económica de los estudiantes en las sociedades actuales.

Según Warschauer (2003), todas estas potencialidades deben de estar favorecidas por la efectiva existencia de acceso y de su calidad. Las habilidades y el conocimiento, los contenidos y el lenguaje, así como el apoyo comunitario y social que se recibe, constituyen elementos fundamentales para lograr un uso de las TIC significativo,

Es en el mismo sentido que Sunkel et al (2013) sostienen la importancia del análisis a nivel del acceso, del uso y apropiación, de los contenidos existentes y a nivel de la gestión educativa, para conocer cuánto están contribuyendo estas tecnologías digitales a la educación.

El modelo 1 a 1 en Uruguay

En Uruguay se creó el Plan Ceibal (Conectividad Educativa de Informática Básica para el Aprendizaje en Línea) en 2007, como una iniciativa de política pública que se propone contribuir a la inclusión social a través de la inclusión digital de los niños y niñas uruguayas. Se instrumenta como una política universal del sistema educativo de Uruguay. Hacia 2010 se logra la cobertura de educación primaria y se continúa con educación media, técnica y formación docente.

A junio de 2015, cuenta con 737.000 beneficiarios de laptops, tablets y computadoras de los cuales el 95% cuenta con acceso por banda ancha y contando el 99% de los estudiantes de primaria, secundaria, educación técnica y formación docente con acceso a internet en su centro de estudio.

Paralelamente se han desarrollados contenidos digitales educativos, se habían distribuido 3430 kits de robótica en 484 centros educativos a las vez que se había brindado conectividad a barrios de muy bajo nivel socioeconómico (340) (Ceibal, 2014) También se implementaron apoyos para el aprendizaje de inglés mediante teleconferencias, así como iniciativas para aprendizaje de matemáticas.

Análisis del uso educativo y con fines de desarrollo humano a partir de cuatro casos de contexto socio-económico desfavorable.

En el año 2011 se realizó un estudio en el cual se relevó información sobre la implementación del Ceibal en cuatro escuelas de contexto socioeconómico vulnerable.¹

¹ Este se basó en un estudio realizado para CEPAL en calidad de estudio de caso y cuyo producto principal el libro Coord. G. Sunkel (2012) Las tecnologías digitales frente a los desafíos de una educación inclusiva en América Latina. Algunos casos de buenas prácticas. Se realizaron 23 entrevistas a los actores educativos de las escuelas seleccionadas, cinco por escuela (directoras, 12 maestras, 4 maestras de apoyo a Ceibal, una maestra comunitaria y

A partir del mismo, se buscó relevar en qué medida a nivel de los centros educativos se constataban las contribuciones del Ceibal en términos de la inclusión social a través de la inclusión digital, así como los obstáculos, problemas y desafíos pendientes en términos del uso significativo, el aprovechamiento de las TIC para el desarrollo y su aprovechamiento educativo. Destacaremos aquí algunos de los aspectos que merecen retomarse a tales efectos.

1. Se repiten dos fenómenos que fueran constatados en una investigación realizada cuando recién se comenzaba a implementar el Ceibal. (Rivoir, 2010) Por un lado, el entusiasmo y expectativa inicial de los estudiantes que constituye un factor central que favorece el uso y la aceptación general de la iniciativa. En favor de la modalidad 1 a 1 se destaca el entusiasmo y valorización que hacen del plan y del hecho que el dispositivo sea de su propiedad. Que sea tecnología móvil es otro factor que valoran por la movilidad que la misma les permite en su uso. Asimismo, la conectividad inalámbrica fuera del local y del horario escolar es otro un valor agregado que destacan y en particular, les estimula cuando se utiliza en clase porque les resulta más divertido y que les entusiasma.
2. Por otro lado, la inseguridad de las docentes por el desconocimiento de la herramienta e incertidumbre de los resultados de su inclusión en el aula. A esto se suma las diferencias en el conocimiento sobre las computadoras que tienen los estudiantes y las maestras, situación que cambia las relaciones en términos del poder que da el conocimiento. En general, las maestras indican que resuelven el problema trabajando con los programas que más conocen aunque también existen las que incorporan en forma creativa el conocimiento de los estudiantes a la dinámica del aula, e incluso alguna que opta por no usar la máquina.
3. Se confirma a su vez que las maestras con mayor formación y capacitación en TIC, explotan mucho mejor el recurso y estimulan más a los niños para tener las máquinas en condiciones. La falta de capacitación o necesidad de mayor formación para su uso educativo es uno de las necesidades de las docentes. Reconocen no obstante que existen múltiples tipos de cursos y posibilidades de capacitación pero esto requiere de tiempo fuera horario laboral y no siempre se puede o se quiere.
4. El uso no es cotidiano sino que en general afirman usar entre dos y tres veces por semana, lo que es un poco alejado de la idea general sobre el uso a la par de otros recursos como el cuaderno y el lápiz. No obstante, las maestras reconocen la potencialidad de estas tecnologías para mejorar los aprendizajes y también afirman que es insuficiente el aprovechamiento que se hace de las mismas. La motivación central de las maestras para el uso se explica mayormente por la motivación que tienen los niños para trabajar con las computadoras. La dificultades para la intensificación del uso y a través del mismo de la innovación, parece enmarcarse en desafíos de transformación educativa y cambio de modelo pedagógico, que trascienden su dimensión tecnológica.
5. En las escuelas analizadas, el contexto tiene un peso importante como determinante para el trabajo en lo tecnológico. Las condiciones socio-económicas y culturales adversas, repercuten directamente sobre las capacidades para aprovechar los recursos tecnológicos. Paradójicamente, si bien los sectores sociales son los más beneficiados en términos de conectividad y acceso (Rivoir, 2013; Ceibal, 2014) son a los que más se les dificulta el aprovechamiento y uso significativo de estos recursos digitales debido a las capacidades de partida y sus condiciones de vida. En las escuelas visitadas, el porcentaje de equipos fuera de funcionamiento es alto y se encuentra en estrecha re-

los dos inspectores correspondientes a la zona de las escuelas). Se trata de cuatro “escuelas de contexto crítico” por la zona de población de nivel socioeconómico bajo en la que se ubican, en el Área Metropolitana de Montevideo. El trabajo de campo se realizó en el mes de octubre de 2011.

lación con del contexto socio-cultural desfavorable. Se trata de un factor muy perjudicial pues no sólo impide el uso de los estudiantes sino que desestimula a las maestras para trabajar en clase, pues dificulta la modalidad de trabajo 1 a 1 y es impredecible cuantos niños contarán con su equipo en condiciones.

6. En las cuatros escuelas se evidencia el proceso de reducción de la brecha digital, tanto en el acceso como en el uso significativo de las TIC. Muchos de los niños no tenían acceso a ellas con anterioridad al plan Ceibal y hacían poco uso con fines educativos. Las docentes no visualizan una relación directa entre la incorporación de Ceibal y mejoras en el rendimiento. Sin embargo, se detectan contribución en la adquisición de habilidades digitales y formas de manejar y procesar la información. También señalan otras como el desarrollo de la creatividad, el acceso a conocimiento científico visual y práctico con el uso de laboratorios virtuales y el trabajo colaborativo entre estudiantes.

Reflexiones finales

La experiencia del 1 a 1 en Uruguay con el Ceibal, permite algunas reflexiones respecto a su contribución con el desarrollo humano y la creación de capacidades para el desarrollo informacional. Esta política de carácter universal contribuyó a la reducción de la brecha digital de acceso y uso, favoreciendo a los sectores más excluidos. Desde 2007 a esta parte, la propuesta ha ido evolucionando desde un enfoque de inclusión social hacia propósitos educativos. Estos últimos plantean grandes desafíos y encuentran obstáculos para su consecución. En cuanto a lo tecnológico, radica en que el supuesto que cada estudiante contará con su equipo en clase no se cumple. Más allá de los esfuerzos de Ceibal, el contexto sociocultural adverso atenta contra esta posibilidad, cuestión que desmotiva a las maestras para su incorporación y genera una desigualdad al interior de los estudiantes. Este es un componente que debe ser considerado y atendido específicamente con soluciones de apoyo particulares dado el contexto.

La iniciativa ha sido novedosa e innovadora pero ha implicado una importante inversión de recursos públicos fundamentalmente en infraestructura tecnológica. Su continuidad en el tiempo y evolución hacia componentes centrados en los aspectos educativos ha favorecido que se observen los resultados y cambios señalados. Las experiencias analizadas en cuatro escuelas a las que asisten los niños de sectores más vulnerables, dan cuenta del enorme desafío que ha sido para las docentes, de las oportunidades que abrió para los niños tanto como lo difícil que resulta lograr que las desigualdades sociales existentes no frenen el proceso de inclusión digital. Quizá en la tercera fase del Ceibal la inversión en aspectos pedagógicos y sociales conforme un eje central para un nuevo salto cualitativo. Esto sería un logro central en la consolidación de capacidades de aprendizaje y habilidades tecnológica que contribuyan a formar los ciudadanos que necesita el desarrollo humano informacional para lograr la relación virtuosa entre capacidades informacionales y bienestar de las personas.

Bibliografía

- Castells, M. (2000) La era de la información. Vol. 1 La Sociedad Red. Alianza Editorial. Barcelona.
- CEIBAL (2014) "Cuarto Informe de Evaluación y Monitoreo del Plan Ceibal", file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Resultados-Monitoreo-Estado-Parque-PRIMARIA_Setiembre_2013_Final.pdf, [Consultado: 30-7-15].
- Claro, M., A. Espejo, I. Jara y D. Trucco (2011) "Aporte del sistema educativo a la reducción de las brechas digitales. Una mirada desde las mediciones PISA" CEPAL LC/W.456
- Gascó-Hernández, M., F. Equiza-López & M. Acevedo-Ruiz (2007) Information Communi-

- cation Technologies and Human Development: Opportunities and Challenges. Idea Group Publishing.
- Hardgreaves, A. (2003) Enseñar en la Sociedad del Conocimiento. Ediciones Octaedro, Barcelona.
- Hargittai, E. ; J. P. Robinson; P. DiMaggio (2003) "New Social Survey Perspectives on the Digital Divide", IT&Society, vol 1: 5.
- Katzman R. (2010) Impacto social de la incorporación de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) en el sistema educativo, CEPAL, División de Desarrollo Social, Serie Políticas Sociales N° 166, Santiago de Chile, octubre de 2010.
- Mística, Comunidad Virtual Mística (2002), Comunidad Virtual Trabajando la Internet con visión social. RedISTIC, En: <http://redistic.org/index.htm?body=proyectosj> [Consultado: 30-7-14]
- Rivoir, A. & S. Lamschtein (2012a) "Plan Ceibal, un caso de usos de las tecnologías de información y de las comunicaciones en la educación para la inclusión social." En: Sunkel, G. & D. Trucco (Ed.) Las Tecnologías Digitales frente a los desafíos de la inclusión educativa en América Latina. Algunos casos de buenas prácticas. CEPAL, Santiago de Chile.
- Rivoir, A. & Lamschtein (2012b) "Cinco años del Plan Ceibal. Algo más que una computadora" Monevideo, UNICEF.
- Rivoir, A. (Coord.) (2010) Informe de Investigación: "El Plan Ceibal: Impacto comunitario e inclusión social" [Citado el 30/03/14] Disponible en Internet: <http://www.observatic.edu.uy/wp-content/uploads/2011/04/Informe-Final-CEIBAL-inclusi%C3%B3n-social-Rivoir-Pittaluga.pdf> [Consultado: 30-7-15]
- Sassi, S. (2005). *Cultural differentiation or social segregation? Four approaches to the digital divide*. New Media & Society, 7(5), 684-700.
- Sunkel, G., D. Trucco y A. Espejo (2013) "La integración de las tecnologías digitales en las escuelas de América Latina y el Caribe. Una mirada multidimensional" CEPAL, Santiago de Chile.
- Warschauer, M. (2003) "Technology and social Inclusion: Rethinking the Digital Divide". Massachusetts Institute of Technology Press.

Tecnologías para la información y la comunicación para el desarrollo de los jóvenes. Un cruce poco atendido

Universidad Autónoma de Aguascalientes

Rebeca Padilla de la Torre
mpadilla@correo.uaa.mx

Lourdes Chiquito Díaz de León
mlchiqui@correo.uaa.mx

Resumen

La presente es una revisión internacional o estado del arte que analizó más de cien textos de estudios e intervenciones de tecnologías para la información y la comunicación para el desarrollo y el cambio social con el propósito de identificar sus tendencias y de manera particular los que hayan tenido como propósito, en específico, el desarrollo de los jóvenes. Se da a conocer los resultados de esta sistematización, el papel de América Latina y los escasos estudios que se centraron en la problemática juvenil.

Palabras clave

TIC para el desarrollo y el cambio social; ICT4D; desarrollo juvenil; joven; desarrollo humano.

Abstract

The present is an international review or state of the art that analyzed over a hundred texts of studies and interventions of technologies for information and communication for development and social change in order to identify trends and particularly those who had as a purpose, the human development of young people. It discloses the results of this systematization, the role of Latin America and the few studies that focused on youth issues.

Key words

Tecnologías para el desarrollo y el cambio social; ICT4D; youth development, young people; human development.

Resumo

Esta é uma revisão internacional ou o estado da arte, que analisou mais de cem textos estudos e intervenções de tecnologias de informação e comunicação para o desenvolvimento e mudança social, a fim de identificar tendências e, em particular aqueles que tiveram finalidade, especificamente, o desenvolvimento de jovens. Ele divulgou os resultados desta sistematização, o papel da América Latina e os poucos estudos que incidiu sobre as questões da juventude.

Palavras chave

TIC para o desenvolvimento e mudança social; ICT4D; desenvolvimento da juventude; jovens; desenvolvimento humano.

Introducción

En la más reciente Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, *World Summit on the Information Society*, (WSIS 2015) se ha argumentado el papel clave de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para lograr los objetivos de desarrollo sostenible. En esta ponencia se presenta un estado del arte sobre las tendencias internacionales para vincular las tecnologías de información y comunicación con el desarrollo de los jóvenes en el difícil contexto actual que les presenta problemáticas y retos complejos. Este trabajo ofrece los resultados de la primera etapa de una investigación más amplia que tiene como propósito indagar cómo pueden integrarse las TIC de manera significativa al quehacer de organizaciones gubernamentales y de la sociedad civil que trabajan con jóvenes vulnerables y marginados.

Marco teórico

El estudio se enmarca en la teoría del riesgo de Beck (2009) que argumenta que la idea de controlabilidad, certidumbre y seguridad, claves de las lógicas de la modernización se han visto reemplazadas por el “riesgo”. “¿Pero qué quiere decir riesgo? Riesgo es el enfoque moderno de la previsión y control de las consecuencias futuras de la acción humana, las diversas consecuencias no deseadas de a modernización radicalizada” (p. 5). Este autor explica las características de la primera modernidad, cuya radicalización ha dado lugar a una segunda modernidad o “modernidad reflexiva” que vive las consecuencias de que la primera llevó al extremo sus objetivos. Los jóvenes son quienes han heredado las consecuencias de la primera modernidad y se define su situación principalmente por la incertidumbre y el riesgo. Las estadísticas mundiales (OIT, 2015) muestran las condiciones crecientemente precarias de los jóvenes para acceder a una educación, un empleo y a una remuneración estable lo que conduce a un contexto de riesgo en varios aspectos relacionados como la salud, la violencia y el crimen.

En este contexto, el concepto de desarrollo humano se comprende a partir del pensamiento de Amartya Sen (2000) que lo define como la necesidad de superar la persistencia de la pobreza y las necesidades básicas a través de reconocer el papel que desempeñan los diferentes tipos de libertad para trascender las carencias.

La expansión de la libertad es tanto el fin primordial del desarrollo como su medio principal. El desarrollo consiste en la eliminación de algunos tipos de falta de libertad que dejan a los individuos pocas opciones y escasas oportunidades para ejercer su agencia razonada. (p. 16)

En el ámbito de las TIC, Dubois y Cortés (2005) coinciden con Sen y proponen un enfoque sociocultural, el cual:

Aporta un sistema teórico para la explicación del proceso de construcción de conocimientos, considerando las TIC no como meros soportes técnicos, sino como nuevos lenguajes para el entendimiento humano, para compartir experiencias y conocimientos. En este sentido, las TIC son herramientas culturales, nuevos espacios estratégicos de las mediaciones sociales, que posibilitan procesos de interacción social y reconstrucción cultural. (p. 29)

Esto implica el viraje del paradigma tecnológico-informacional hacia el del reconocimiento del sujeto y la pertinencia de una teoría que parta de las percepciones de éste, de su subjetividad, que capte la comunicación y el desarrollo como un proceso dialogante que se desprenda de la intersubjetividad. Plantean las TIC como parte clave de las estrategias para el desarrollo, desde la perspectiva del desarrollo humano. En este sentido, la línea de investigación e

intervención para el desarrollo juvenil o *youth development*, se identificó como pertinente, dado que surge a partir de una crítica hacia las intervenciones dirigidas a jóvenes que sólo responden a situaciones de crisis con poca atención al área de prevención y se amplían hacia el estudio longitudinal que identifica múltiples e interrelacionados elementos predictivos del comportamiento juvenil problemático, como factores de protección que contribuyen a un desarrollo juvenil saludable (Catalano, Berglund, Ryan, Lonczak y Hawkins, 2004).

Metodología

Para realizar un estado del arte sobre el cruce entre TIC para el desarrollo y jóvenes se realizó una búsqueda entre los *journals* SAGE, bajo las siguientes palabras clave: Comunicación para el desarrollo o *Communication for development*, *C4D*, que es el concepto que prevalece en la literatura anglosajona. La línea de comunicación para el desarrollo o *C4D* es muy amplia y abarca varias estrategias, medios y TIC, por ello se decidió que lo más productivo y viable sería centrar la revisión en la línea de TIC para el desarrollo y el cambio social, *information and technology for development*, (*ICT4D*). Además, se buscaron estudios en la línea *youth development*, (*YD*) o desarrollo juvenil.

La revisión se basó en las palabras clave *ICT4D* y *youth development*, además se incluyeron algunos textos clave de *C4D* que explicaban la genealogía y vertientes de este campo. Se buscó en las siguientes bases de datos: SAGE, Ebsco, Redalyc, Scielo, E-books, Elsevier, Web of Science a partir del año 2000 y en los últimos congresos de la ALAIC y la AMIC. Se recopilaron un total de 100 textos, los cuales se analizaron y clasificaron en un archivo Excel registrando la referencia completa, el *abstract* y los siguientes indicadores para tener una descripción general de las tendencias del campo: la línea de trabajo (comunicación para el desarrollo/cambio social, *ICT4D*, *youth development* u otras similares); el tipo de texto (teoría, metodología, teoría/metodología, estado del arte, reportes de investigación, investigación/intervención, texto histórico, análisis de políticas públicas y diagnóstico); el país donde fue realizado el estudio o la intervención, de la adscripción de los autores y de la publicación.

Del total de textos revisados, se seleccionaron 77 para formar parte de la versión final del banco de datos. Se eliminaron los que no se tuvo acceso al texto completo y los que abordaran una temática no pertinente. En cuanto a la línea de TIC para el desarrollo o *ICT4D*, se identificaron 29, en la línea más amplia de comunicación para el desarrollo 13, de éstos sólo 2 se relacionaron con el desarrollo juvenil o *youth development* y en el caso concreto de la línea de investigaciones o intervenciones para el desarrollo juvenil 14. Por el tipo de contenido, se encontraron en su mayoría reportes de investigación que fueron 32, investigaciones que incluían una intervención 8, textos teóricos 15, estados del arte sobre el tema 7, análisis de políticas públicas 6, teórico-metodológicos 4, diagnósticos 2 y no se identificaron textos que analizaran el objeto de estudio desde una perspectiva histórica.

En cuanto al país en donde se llevó a cabo el estudio y/o la intervención, sobresalieron América Latina y el Caribe con 22,¹ siguió Estados Unidos con 12, en África se encontraron 8 (en los países de Sudáfrica, Kenia, Libia, Tanzania y Burundi), Argentina 5, Colombia 4, en el caso de México se identificaron 4, en Asia 4 (Corea del Sur, Filipinas, Malasia e Indonesia) y Europa 3 (España, Suecia y Bélgica). Con respecto a cada una de las líneas de estudio, prevaleció América Latina y Estados Unidos en trabajos sobre *C4D*, en el caso de TIC para el desarrollo destacaron Sudáfrica e India y en cuanto a desarrollo juvenil o *youth development* fueron mayoría los realizados en los Estados Unidos, de un total de 14, 11 fueron llevados a cabo en ese país.

A pesar de que varios estudios realizaron en América Latina y el Caribe, los principales países de adscripción institucional de los autores son otros. Escribieron desde universidades

¹ En estos casos el estudio o la intervención hacía referencia a más de un país.

o instituciones en Estados Unidos 15, en Inglaterra 9, en Argentina 6, y cuatro de Sudáfrica, México, Canadá y Colombia respectivamente. La mayoría de las investigaciones no son de autoría única, se dan coautorías entre autores de adscripción a instituciones de distintos países. Por otra parte, sobresalen entre los países de las editoriales de las revistas o libros en donde se publicaron, el Reino Unido e Inglaterra con 27; Estados Unidos 9, Colombia con 7, México con 4, y Argentina y Canadá con 3 cada uno.

TIC para el desarrollo y desarrollo juvenil. Un cruce poco atendido

En la revisión del estado del arte se encontró que la mayoría de los estudios o intervenciones sobre TIC para el desarrollo se aplican a poblaciones marginadas o vulnerables, principalmente con el propósito de disminuir la llamada brecha digital a través de su acceso y habilitación y un menor número de trabajos con el fin de promover su inclusión social. En el caso de investigaciones o intervenciones que empleen TIC de manera específica para el desarrollo juvenil fueron sólo 7, parece ser un cruce poco atendido.

Entre estos escasos estudios, London, Pastor, Servon, Rosner y Wallace, (2010) analizaron cómo cinco centros de acceso a TIC promovieron el desarrollo de jóvenes. Los hallazgos encontraron que en los cinco centros que se estudiaron (mediante observación y entrevistas) el acceso y uso de la tecnología está estrechamente vinculado a un desarrollo positivo de la juventud. Los autores señalan que generalmente el acceso y uso de una computadora e internet se relaciona solo con una mejora académica y laboral y menos con el impacto más amplio que el acceso a la tecnología puede tener entre los jóvenes como el construir habilidades tecnológicas, relaciones sociales, promover la voz de los jóvenes y su compromiso cívico. Por ello, recomiendan:

Fusionar la literatura sobre tecnología para comunidades con el desarrollo para jóvenes para generar un marco que apoyara a los profesionales de la tecnología y a los operadores de programas a comprender el poder de la tecnología para promover resultados en la juventud, que aparentemente no están relacionados con la tecnología en sí misma. (p. 201)

Por su parte, Badillo (2011) se orientó a fomentar el desarrollo sostenible en cinco colegios y Ogbu y Mihyo (2000) promovieron las TIC entre jóvenes africanos a través de sus líderes juveniles. En esta tendencia, es pertinente la propuesta de Yarmuth, Patterson, Burton, Douglas, Taylor y Boyle (2012) sobre la problemática de la violencia en pareja entre jóvenes cuyo objetivo fue realizar un diagnóstico para proveer información para generar una campaña de comunicación dirigida a esta población en situaciones de riesgo. Recopilaron información sobre los jóvenes a partir de bases de datos de estudios de mercado y la complementaron con una aproximación cualitativa mediante *focus groups*. Revisaron varios hábitos de este grupo de edad, entre ellos su consumo de medios para determinar la estrategia de comunicación más pertinente. Estos autores reportan que problemas como adicciones, desórdenes de conducta, delincuencia y comportamiento antisocial, fracaso académico y embarazo juvenil también se han atendido a través de intervenciones basadas en la comunicación.

Otros de los escasos estudios identificados que trabajan el cruce entre TIC y jóvenes con una perspectiva para el desarrollo fue el de Mareschal, McKee, Jackson y Hanson (2007), quienes participan en un programa innovador para prevenir y reducir la violencia juvenil del Servicio de Mediación y Conciliación Federal para jóvenes, en los Estados Unidos. El programa consiste en la aplicación de una red de servicios en línea que promueve la comunicación y la toma de decisiones para la resolución de conflictos y la solución de problemas de manera colaborativa. Sin embargo, en este texto el énfasis se sitúa en describir una metodología muy completa para evaluar programas de intervención entre jóvenes. Los autores argumentan

que es esencial desarrollar como línea de investigación la evaluación porque provee de retroalimentación a los administradores de programas y al diseño de políticas dirigidas a jóvenes en situación de riesgo.

Finalmente, cerramos este cuerpo de estudios con los textos de Näslund y Gardelli (2013) y de Schreuer, Keter y Sachs (2014), ambos abordan la relación entre el uso de TIC y su contribución a jóvenes con discapacidad intelectual o severa. En el primer caso, encuentran que a través de los intereses, experiencias previas y su colaboración en actividades empleando TIC estos usuarios mejoraron su agencia, concluyen que la discapacidad es relacional y que puede ser influida por la tecnología. En el segundo caso, a través de una metodología mixta -evaluación cuantitativa de sus habilidades y entrevistas a profundidad- para analizar la efectividad de un método de acceso a TIC entre jóvenes con discapacidad severa. Los primeros resultados aparecieron después de un año entre los 65 casos de jóvenes estudiados, sin embargo, se dio un sentido de desilusión con respecto a los requerimientos y expectativas de inclusión social de estas personas.

Conclusiones

A pesar de haber llevado a cabo un estado del arte amplio, no fue exhaustivo debido a que se centró sólo en la producción académica de la línea de *ICT4D*, y quedó claro que es un campo vasto que abarca políticas públicas, diagnósticos, intervenciones y en la academia tanto investigaciones como intervenciones. Además, se complejiza debido a la diversidad de disciplinas que abordan las TIC y las perspectivas epistemológicas, teóricas y metodológicas que se proponen.

Sin embargo, esta revisión permitió identificar los esfuerzos que aportan elementos para aplicar metodologías de estudio y/o intervenciones que no tengan como propósito sólo promover el acceso o apropiación de las TIC entre los jóvenes, sino que promuevan su desarrollo humano integral. Precisamente, se concluye que resulta fundamental comprender cómo se ha entendido el concepto de desarrollo desde los organismos internacionales y políticas públicas de diversos países para el quehacer con sectores vulnerables.

Por otra parte, se señala la necesidad de cuestionar a las TIC como una solución a priori y construir metodologías que trasciendan esta visión. Se identificó como adecuado desplazar el nivel de intervención de un sector de la población al nivel organizacional, es decir a organizaciones que atienden poblaciones específicas como es el caso de los jóvenes, para ampliar el alcance. Esto abre dos vertientes del sentido de las TIC en el quehacer de una organización: en sus lógicas como organización y en su atención a los jóvenes. Finalmente se identifica que los diversos autores coinciden que es necesaria, a pesar de su complejidad, la colaboración de la academia con instancias gubernamentales y civiles.

Bibliografía

- Badillo, M.E. (2011). Estrategia de comunicación y educación mediada por TIC para el fomento del desarrollo sostenible en cinco colegios de Palmira. *Entramado*, 7(1), 128-145.
- Beck, U. (2009). *La sociedad del riesgo global*. Madrid: Siglo Veintiuno editores, segunda impresión.
- Catalano, R. F., Berglund, M. L., Ryan, J. A., Lonczak, H. S. & Hawkins, J. D. (2004). Positive youth development in the United States: Research findings on evaluations of positive youth development programs. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 591(1), 98-124.
- Dubois, A. y Cortés, J. J. (2005). Nuevas Tecnologías de la Comunicación para el Desarrollo Humano. *Revista HEGOA, Cuadernos de trabajo*, 1 (37).

- London, R., Pastor, M., Servon, L., Rosner, R. and Wallace, A. (2010). The Role of Community Technology Centers in Promoting Youth Development, *Youth Society*, 42: 199
- Mareschal, P., McKee, W., Jackson, E., and Hanson, K. (2007). Technology-Based Approaches to Preventing Youth Violence: A Formative Evaluation of Program Development and Implementation in Four Communities, *Youth Violence and Juvenile Justice*, 5, 168-187.
- Näslund, R. & Gardelli, A. (2013). 'I know, I can, I will try': youths and adults with intellectual disabilities in Sweden using information and communication technology in their everyday life. *Disability & Society*, 18(1), 28-40.
- Ogbu, O. & Mihyo, P. (2000). A youth leadership program for Africa. En O. Ogbu, O. & P. Mihyo (Eds.), *African Youth on the Information Highway. Participation and leadership in community development* (pp. 1-22). Canadá: International Development Research Centre
- Organización Internacional del Trabajo, OIT. (2015). Tendencias mundiales del empleo juvenil, 2015.
- Schreuer, N., Keter, A., & Sachs, D. (2014). Accessibility to Information and Communications Technology for the Social Participation of Youths with Disabilities: A Two-way Street. *Behavioral Sciences & The Law*, 32(1), 76-93.
- Sen, A. (2000). *Desarrollo y libertad*. Barcelona: Planeta.
- WSIS. (2015). WSIS Forum 2015. Outcome document. http://www.itu.int/net4/wsis/forum/2015/Content/doc/outcomes/WSISForum2015_OutcomeDocument_ForumTrack.pdf
- Yarmuth, M., Patterson, J., Burton, T., Douglas, C., Taylor, T. and Boyle, M. (2012). Using research to understand youth in high-risk urban communities. *Social Marketing Quarterly*, 18(3), 187-202.

Agradecimientos

Este proyecto fue apoyado por el Fondo Sectorial de Investigación para la Educación, SEP/CONACYT, México.

Biografías

Rebeca Padilla es Doctora en Estudios Científico Sociales, profesora investigadora del Departamento de Comunicación de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, trabaja en la línea de las prácticas mediáticas y las TIC para el desarrollo y el cambio social y es miembro del Sistema Nacional de Investigadores nivel 2. mpadilla@correo.uaa.mx

Lourdes Chiquito es Maestra en Mercadotecnia, profesora investigadora del Departamento de Comunicación de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, trabaja en la línea de la comunicación organizacional y TIC e innovación. mlchiqui@correo.uaa.mx

La máquina de ilusionar. Desarrollo, rurbanidad y condiciones de vulnerabilidad

Universidad Nacional de Río Cuarto

Gustavo Cimadevilla
gcimadevilla@hum.unrc.edu.ar

Silvina Galimberti
silvinagalimberti@yahoo.com.ar

Resumen

Este texto se ocupa de analizar un caso de actores bajo condiciones de vulnerabilidad en el que la ilusión los envuelve para tornarlos protagonistas. Se trata de actores rurbanos, catadores de residuos, que por una política municipal son invitados a dejar sus clásicos carros y caballos para reemplazarlos por motocargas que faciliten su tarea. El objetivo, antes que suponer que hay que desvendar intencionalidades, es mostrar cómo la ilusión y el desarrollo se emparentan, se yuxtaponen y naturalizan. Y cómo en la vorágine moderna su paso no tiene descansos para pensar sobre sus implicancias. O dicho desde su núcleo, para pensar y evaluar cómo la experimentan sus propios protagonistas.

En ese marco se plantea una breve discusión respecto de lo que significa para el entorno moderno promover el desarrollo y el papel que tiene la comunicación para impulsarlo desde las ilusiones. Luego, se presenta el caso de análisis, situado en la ciudad de Río Cuarto, Córdoba, Argentina. A modo de conclusión, finalmente, se discute si ilusiones, desarrollo y modernidad pueden albergar escenarios alternativos, en los cuales “adaptarse” o “seguir otros caminos” permitan sumar las voces y experiencias de los más desprotegidos.

Palabras clave:

rurbanidad; comunicación; ilusiones; desarrollo; vulnerabilidad

Abstract

This text deals with analyzing a case of actors under conditions of vulnerability in which envelops illusion to render them protagonists. It is rurban actors, tasters waste, a municipal policy are invited to leave their cars classic and horses to replace three-wheeler vans that accompany their work. The aim, rather than assume that we must unmask intentions is to show how illusion and development emparentan, juxtapose and naturalize. And how in modern maelstrom breaks your step does not have to think about its implications. Or put at its core, to think and assess how they experience their own players.

In this context it arises a brief discussion about what it means for the modern environment promoting development and the role of the media to promote it from illusions. Then, the case analysis, located in the city of Río Cuarto, Córdoba, Argentina is presented. To conclude, finally, if illusions, development and modernity can accommodate discussed alternative scenarios, in which “fit” or “pursue other ways” allow add the voices and experiences of the most vulnerable

Keywords:

rurbanidad; communication; delusions; development; vulnerability

Introducción

El término no ocupa espacio en los diccionarios de ciencias sociales. Tampoco está en los de filosofía o lógica. Pero su uso, sin embargo, lo ameritaría.

Con un origen antiguo, el vocablo “ilusión” que deviene del latín *illusio* (burla o engaño) y a su vez de *illudere*, y este de *in-ludere* (jugar) remitió desde un inicio a lo irreal. A lo que una percepción o sensación indicaba, pero resultaba erróneo. Lo que no era y difícilmente podría ser. O dicho de otro modo, a cierta posibilidad dudosa de una inexistencia.

Pero si en su base el error descansaba en la apreciación, ésta podía canalizar otras formas que la imaginación creara. Por eso se virtualizó en los deseos, las emociones y en la esperanza del destino por llegar. Así la ilusión transitó los siglos para asumir dos acepciones que hoy la lengua habilita. En la primera la negación se sobrepone y la ilusión designa lo que no es. En la segunda, la afirmación se proyecta y anuncia lo que podría ser.

En positivo, en lo sensible y en los afectos, la ilusión se cultiva en las relaciones de todos los días; en las razonabilidades, en cambio, la ilusión sigue otro derrotero y se proyecta y conecta con otras voces más abstractas. Las que se entremezclan entre las promesas, los compromisos y las ayudas.

Así, en lo privado pervive entre los que nos rodean. En lo público, se multiplica entre anónimos colectivos de representación: el estado, la comunidad, el barrio, la ciudad, la región, la ciudadanía. En su negativo defrauda y congela; pero en su positivo moviliza, energiza y suma.

A decir de Jaime Sabines Gutiérrez¹ y en prosa *De la ilusión*:

Escribiste en la tabla de mi corazón: desea.
Y yo anduve días y días
loco y aromado y triste.

Y qué sería de las sociedades modernas, entonces, sin la ilusión que promueve. Qué sería del sujeto moderno, confiado pero atento, calculador y medido, vertiginoso y arrojado si no tuviese desafíos por vencer. Acertijos por adivinar y caminos por recorrer. Autores como Berman, Beck, Bauman, Luhmann y Giddens, entre otros, se hacen preguntas similares para concluir que para la modernidad esas condiciones le son inherentes. La ilusión que convoca, entonces, es parte de su ADN. Su “naturalidad” no se discute. O si se lo hace, no ofrece salidas. Sino más bien laberintos que conducen a un núcleo común. El de lo sólido que se desvanece en el aire para dejar lugar a otro sólido. El del por venir. El de la construcción continua que, aún cuando se base en otra que demuele, se presume superadora.

En ese entramado moderno, la ilusión a diario convoca. Antaño como progreso, desde hace menos como desarrollo. Vocablos nuevos con los que la ilusión se presenta, promete y ejecuta. Modalidades con las cuales las intervenciones se gestan, provocan y legitiman. (Cimadevilla, 2004)

Este texto se ocupa, en diminutivo, de analizar un caso de actores bajo condiciones de vulnerabilidad en el que la ilusión los envuelve para tornarlos protagonistas. El objetivo, antes que suponer que hay que desvendar intencionalidades, es mostrar cómo la ilusión y el desarrollo se emparentan, se yuxtaponen y naturalizan. Y cómo en la vorágine moderna su paso no tiene descansos para pensar sobre sus implicancias. O dicho desde su núcleo, para pensar y evaluar cómo la experimentan sus propios protagonistas.

A seguir, entonces, plantearemos una breve discusión respecto de lo que significa para el entorno moderno promover el desarrollo y el papel que tiene la comunicación para impulsarlo desde las ilusiones. Luego, presentaremos nuestro caso de análisis y el cotejo de

¹ Poeta y político mexicano (1926-1999), considerado en México uno de los poetas más importantes del siglo XX. Fue diputado por el Partido Revolucionario Institucional.

las palabras que alientan con las realidades que se viven. A modo de conclusión, finalmente, discutiremos si ilusiones, desarrollo y modernidad pueden albergar escenarios alternativos en los cuales, “adaptarse” o “seguir otros caminos”, permitan sumar las voces y experiencias de los más desprotegidos. De aquellos, en definitiva, que se indican como destinatarios de muchos de los esfuerzos de intervención sostenidos.

El desarrollo como modalidad de intervención

En trabajos anteriores (Cimadevilla, 2004; 2012) hemos planteado que la intervención es constitutiva de los procesos por los cuales los humanos fueron constituyendo grupos, colectivos y sociedades a partir de los intercambios, la cooperación y la competencia no excluyente². De no ser así, no hubiese resultado posible lograr agregaciones y por tanto suponer que se compartieron ciertas convenciones, como por ejemplo la de la aceptación del otro. Esto favoreció, dirían Berger y Luckmann (1978), a la “tipificación recíproca de acciones habitualizadas por tipos de actores” (pág. 76), ya que se confirmaron reglas en las que se ejercía la interacción y la convivencia y, por tanto, las institucionalizaciones.

Desde esa postura, entonces, no se pueden ordenar antecedentes y consecuentes que diferencien los procesos de intervención, institucionalización, construcción de reglas y creación de lenguajes, sino que todos se fueron configurando como instancias partícipes de un mismo y complejo proceso social básico. O como lo denomináramos en nuestro análisis (Cimadevilla, 2004), un *proceso primario supra-abarcador*. Es decir, un proceso inherente a la configuración de la vida social en cualquiera de sus formas y circunstancias. Una condición necesaria para que lo social resulte posible por acuerdos o imposición de modos en los que opera la convivencia. Esto es, con la existencia de ciertas reglas, explícitas o no, que se materializan en acciones de *inter-entrar-venición* –en la realidad que viene–.

Pero si lo histórico resulta relevante, es porque se reconoce que sobre los procesos sociales básicos se construye mediante praxis realidades diferenciadas, forjadas en culturas también diferenciadas. Sobre ese supuesto, entonces, es posible plantear que los procesos de intervención se han materializado asumiendo modalidades diversas. Por ejemplo, sustentados en teleologías y protagonismos diferentes: por destino “superior” o “manifiesto” y por mandato de fuerza e imposición o consulta y participación, por citar los extremos. Así, en una categorización sintética y lineal, podría postularse al menos tres modalidades reconocibles en la experiencia occidental:

- i) Una *pre-moderna* caracterizada por mandatos de intervención ejercidos por quienes tenían capacidad de imponer el orden y concentraban la fuerza para aplicarlos en sus territorios;
- ii) una *moderno progresista*, plasmada una vez que se dieran los procesos de constitución de los estados nacionales (propio de los siglos XVIII y XIX) y en el cual la especificidad se revela en una concepción del tiempo en la que la conciencia colectiva valora

² En ese sentido, la competencia o la cooperación entre los miembros de un grupo dado, según se discuta desde el darwinismo social o desde la perspectiva de Miller o Allee, puede ser un falso problema si se plantea de manera excluyente como rasgo característico de la especie. En su obra *Qué es el hombre*, Ashley Montagu (1969) repasa esa discusión heredada del siglo XIX y afirma que la denominada *selección natural*, en cuanto lucha por la existencia y competencia, resulta evidente y real, pero representa sólo un capítulo en la historia de la evolución del género humano. Y expresa: “En condiciones naturales, el comportamiento cooperativo es una forma de interacción entre animales por lo menos tan destacada como el conflicto o la competencia”. Ambos modos de conducta, el competitivo y el cooperativo, se complementan en lugar de oponerse. “En verdad, en un sentido muy real y significativo la cooperación es una forma de la competencia y ésta, en ciertas condiciones, constituye una modalidad de la cooperación. (Montagu, 1969:27).

la superación: *No hay pasado mejor*, se dice desde esa postura. *La historia muestra lo contrario*, se afirma, por eso cierto optimismo omnipresente se consolida en la evidencia del avance. La conciencia del progreso, entonces, es la del nuevo orden que la “modernidad” trae de la mano de la razón.³ Esta, sostiene Nisbet, alcanza su plenitud en el período que va de 1750 a 1900. Y comenta: “De ser una de las ideas importantes de la civilización occidental pasó a convertirse en la idea dominante, incluso teniendo en cuenta la creciente importancia de ideas como las de igualdad, justicia social y soberanía popular, que también fueron focos directrices durante ese período” (Nisbet, 1991:243). Bajo el lema del *progreso*, entonces, se instala una modalidad de intervención gubernamental que se proyecta con políticas *racionales y estratégicas* y acciones que indefectiblemente intentan mirar al futuro⁴.

- iii) Una tercera modalidad se ensaya luego a través de la propuesta de *desarrollo* cuando –consolidados los estados nacionales y los nuevos fundamentos de derecho y representación– se instala la ciencia y la técnica como dispositivos racionales para la modernización y despliegue de las fuerzas productivas y se justifica la acción por mandato de derecho y representación. En ese marco los estados se conciben como protagonistas principales de la construcción del “destino histórico”. Las intervenciones, entonces, se orientan mediante la búsqueda de legitimaciones y consensos en virtud de un mandato delegado por representación⁵. Esto es, habilitando al estado para que actúe en nombre de una ciudadanía a la que representa en un territorio. La concepción del protagonismo, por tanto, se reconfigura y fundan nuevas bases desde las cuales pensar las justificaciones y prácticas de la intervención.

Así delineado, puede decirse que el progreso se convierte en desarrollo cuando los países convertidos en Estados Nacionales postulan políticas en nombre de su poder de representación y para cumplir con fines colectivos. De ese modo, si el progreso complejiza a la intervención *per se* en cuanto explicita en sus condiciones el carácter de “modernidad” que asumen sus principios teleológicos -racionalidad técnica y avance continuo-, el desarrollo complejiza al progreso imprimiéndole a las condiciones de intervención la primacía del Estado como actor colectivo que en un marco de derecho regulador actúa en nombre y en función del bien común.

En ese marco, el desarrollo pasa a ser un ideal tan fuerte que, a decir de Pipitone (1997), homologa en cada país las principales fuerzas económicas y culturales de la edad moderna. No es otra cosa -afirma este autor- que “una lógica (abierta a distintas formas) de funcionamiento de las relaciones entre economía, instituciones públicas, estilos de vida y formas productivas” (Pipitone, pág. 13). Puede ser contradictorio (Hinkelammert, 1974), lógicamente falaz (Castro, 1980) o simplemente una ilusión utópica (Berlín, 1992), pero -y aún cuando esa línea

3 Es, a decir de Habermas (1986:167), la conciencia de la adquisición de capacidades para la resolución de problemas y también de la adquisición de capacidades para reconocer la existencia de problemas nuevos. La confianza en la razón humana se sobrepuso así a los dogmas anteriores, cuestionó el poder divino y la organización social basada en el legado extraterreno. La idea de progreso, asociada a una nueva esperanza fundada en la razón y el conocimiento, por tanto, ocupó la mentalidad del hombre que empezaba a denominarse “moderno”. Ser “Moderno”, expresa Berman (1986), “es encontrarse en un ambiente que promete aventura, poder, alegría, crecimiento, autotransformación y transformación de las cosas que se sitúan alrededor, al mismo tiempo que amenaza con destruir todo lo que tenemos, todo lo que sabemos, todo lo que somos” (Berman, pag. 15)

4 En Inglaterra, los intelectuales liberales -siguiendo a Locke- proponían como función rectora del Gobierno preservar el orden y defender la vida y la propiedad. En Francia, en cambio, la mayoría de los teóricos “creían en la posibilidad de remodelar la sociedad indefinidamente mediante la acción política y ponían sus esperanzas para el futuro no sólo en las conquistas de la técnica, sino en la actividad ilustrada de los gobiernos” (Bury, op.cit, pág. 199)

5 A inicios del siglo XX, y en una interpretación propia de la época, Lasswell expresaba: “ningún gobierno podía esperar la victoria si no tenía detrás de sí una nación unida, y ningún gobierno habría podido obtenerla sin controlar la mente de su gente” (en alusión al papel de la propaganda y la utilización de los medios de comunicación colectiva para obtener consensos y apoyos). Lasswell [1927], citado en Wolf, Mauro (1994:9).

nos merezca la mayor atención- es innegable que como constructo propositivo de época ha logrado movilizar y continua movilizando gobiernos, capitales y trabajo de manera constante, aunque sea irregular y con resultados dispares.

La comunicación que ilusiona

Ahora, planteado el desarrollo como modalidad de intervención que se constituye en una lógica de funcionamiento en las sociedades modernas, ¿cómo se habilita? Es decir, ¿cómo obtiene el reconocimiento necesario para que una vez perfeñado pueda ser ejecutado?

La pregunta acompaña a los funcionarios de los estados desde que la política institucionalizada es un asunto que la modernidad asumió como propia. Weber dirá que para comprenderlo hace falta entender la dinámica del poder y cómo ésta se refrenda. En ese sentido, Weber se preocupó por analizar históricamente en su obra *Economía y Sociedad* cómo la racionalización de la acción social supuso la representación de la existencia de un orden “legítimo”. Esto es, válido en cuanto la validez del orden implica el reconocimiento de un modelo de conducta y orientación de la acción que se asocia a determinados sentimientos de deber, obligación y variados motivos para la subordinación (rationales de fin, arraigo, afectos y creencias). De ese modo reconoce que la sujeción a determinado modelo de orientación de la acción no está libre de mecanismos normativos y coactivos, así como también de otros de carácter persuasivo.

La coacción es una fuerza y se encarna materialmente en el que la ejerce justamente para garantizar la permanencia y cumplimiento de los contenidos normativos. Aparece así en escena la problemática del poder, en cuanto capacidad de imposición de cierta voluntad dentro de una relación social, o a decir de Weber, “la probabilidad que tiene un hombre o una agrupación de hombres de imponer su propia voluntad en una acción comunitaria, inclusive contra la oposición de los demás miembros” (Weber, 1996:682).

Pero el uso de la fuerza de imposición, la intervención de la comunidad mediante la violencia –a decir del autor-, es un hecho primitivo. Lo que caracteriza a la modernidad -advierde Weber- es que en tanto antiguamente la intervención de la asociación contra toda posible acción contraria se hallaba sometida únicamente al imperativo de los intereses religiosos o militares, las ofensas contra las personas y las propiedades están ahora garantizadas por el aparato coactivo del estado que tiene el monopolio de la violencia. Y este, finalmente, representa a la comunidad política que racionaliza sus intereses en un instituto superior en el que descansa la administración del derecho. El poder del estado, entonces, deviene del poder de la comunidad que le transfirió sus derechos para que un actor supremo los resguarde por encima de los intereses de los casos individuales.

Por vía eleccionaria pero también de acción cotidiana, el estado busca reafirmar la autoridad de quien gobierna utilizando diversos mecanismos. Los institucionalizados en múltiples dependencias con capacidad de orientación y control que colaboran en sostener el orden conseguido y otros diversos aparatos que les resultan funcionales por vías más simbólicas. Por acciones de convencimiento y persuasión. Es decir, por vías de una comunicación que todo el tiempo colabora en ofrecer definiciones de la realidad que confirman la autoridad necesaria.

Debray, un estudioso del estado moderno y los mecanismos de su perpetuación, dirá que “es un hecho que la comunicación del estado se convierte en lo esencial de su acción”. Y que incluso “cuanto menos autoridad tiene, más cuida su publicidad”. (Debray, 1995:26). La búsqueda de aceptación del ciudadano de las políticas propuestas y ejercidas es fundamental porque no hay sostén de la autoridad tan solo manifiesto por la legalidad. Hace falta también legitimidad. Al respecto Weber recordará que un repaso por la historia permite observar que ninguna dominación se satisface voluntariamente con tener como probabilidades de su

persistencia motivos enlazados puramente en lo material, afectivos o racionales con arreglo a valores, sino que todas buscan despertar y fomentar la “creencia en su legitimidad”⁶.

Si la *dominación* supone grados diversos de probabilidad de obediencia de un determinado conjunto social que se rige por el derecho de representación en un marco legalizado por el estado, despertarla y fomentarla requiere del accionar de determinados mecanismos e instrumentos.⁷ Entre los instrumentos, las imágenes, la información y la presencia continua de ciertas representaciones fomentan credibilidad en tanto actualizan en el orden simbólico de la realidad los sentidos de autoridad y correspondencia. Y justamente de eso se trata. Por eso comunicar la política y persuadir con la política es un asunto de estado.

Luego, la pregunta siguiente es ¿quién es ese destinatario al que se busca persuadir? Las sociedades abiertas en las que se puede elegir y ser elegido, representar y ser representado han dado lugar a una figura que parece sintetizar la expresión del conjunto que resulta gobernado: la *opinión pública*. El demos, en tanto masa inarticulada, no “gobierna” nunca por sí mismo, reflexiona Weber. Este es gobernado, cambiando sólo el modo en que se seleccionan los gobernantes y la proporción de influencia que pueden ejercer mediante la actuación de la llamada “*opinión pública*” sobre la dirección y contenido de la política que impulsan los elegidos.⁸ Pero no se podría hablar de opinión pública, al menos en este contexto de sociedad compleja, sin la existencia de los instrumentos técnicos que la liberan. Los medios de información hacen surgir espacios de opinión pública que implantan simultaneidad a una red social virtualmente “siempre presente”, afirma complementariamente Habermas (1987b). La lucha por informar se instala entonces como una tensión más entre el conjunto de acciones que operan por ofrecer definiciones de mundo en busca de reconocimiento, en busca de legitimidad.⁹

Y es en el seno de los medios, por tanto, en los que cabe visualizar el modo en que la seducción tiene lugar. El modo, diríamos inicialmente, en el que las ilusiones se hacen presentes. Vayamos, entonces, a considerar el espacio de los medios y nuestro caso: una política municipal orientada a promover el reemplazo del caballo en las actividades de actores vulnerables que mediante el cateo de basura, el acarreo de áridos y otras changas consiguen resolver su subsistencia diaria en la ciudad.

Nuestro caso: la máquina de ilusionar

La presencia de actores que emplean carromatos de tracción animal para realizan sus labores diarias en ciudades como Río Cuarto¹⁰, entre tantas otras de Argentina e incluso de Latinoamérica, se constituye en un problema para el orden urbano moderno. Son carreros, recuperadores urbanos u otras denominaciones varias que se utilizan para nominarlos.

6 Ver en Weber (1996), particularmente, su *capítulo III* dedicado a *Los tipos de dominación*, pág. 170 y siguientes.

7 La forma de legitimidad hoy más corriente —escribe Weber sobre la sociedad democrática—, “es la creencia en la legalidad: la obediencia a preceptos jurídicos positivos estatuidos según el procedimiento usual y formalmente correctos”. Ello implica ordenaciones pactadas (en muchos casos por fuerza de la minoría) u otorgadas (por autoridad legítima), pero también el predominio de ideas de legitimidad (Weber, 1996:30).

8 Weber, *Economía y Sociedad*, pág. 739 y ss.

9 “Las esferas de la opinión pública y política quedan definidas desde la perspectiva sistémica del Estado como el entorno relevante para la obtención de legitimación”, sostendrá Habermas (1987b:452). Y en su obra *Historia y crítica de la opinión pública* reproduciendo a Landshut afirmará: “El Estado moderno presupone como principio de su propia verdad la soberanía popular, y ésta, a su vez, tiene que estar encarnada por la opinión pública. Sin esa atribución, sin la sustitución de la opinión pública como origen de toda autoridad de las decisiones obligatorias para todo el mundo, falta a la democracia moderna la substancia de su propia verdad” (Habermas, 1994:262).

10 Segunda ciudad de la Provincia de Córdoba con una población aproximada de 180 mil habitantes. Su fundación data de 1786. Su espacio geográfico la ubica entre la sierra y la llanura y su economía se liga fundamentalmente a la producción agrícola y los servicios.

Nosotros los llamamos actores rurbanos.¹¹ Situados en el epicentro ciudadano incomodan a la opinión pública y a las políticas públicas que de manera recurrente se preocupan y ocupan de ellos. La sustitución de los carromatos por “zoótrofos”¹² se presenta como un proyecto “exitoso”: una intervención de cambio tecnológico que permitiría promover el desarrollo e integración socio laboral de los beneficiarios. “*El zoótrofo es una máquina de ilusión social capaz de cambiar la dignidad del cartonero y transformarlo en reciclador urbano*”, dice convencido el Ing. Guillermo Pedruzzi -comunicador orgánico, participe y difusor apasionado de esta propuesta- en un video que en 15 minutos repasa la historia del proyecto y exalta las bondades de la máquina de ilusionar¹³. Video que invitamos a considerar y se constituye en una síntesis específica de la ilusión que se promueve.

A primera vista, la “irrupción” rurbana en la ciudad es vinculada a un conjunto complejo de cuestiones que se refieren a una realidad que comparte un determinado sector social de la población con problemáticas diversas, pero cuando una lente se aproxima a esa realidad, por ejemplo la del personal actuante del Programa Recuperadores Urbanos (PRU)¹⁴, lo que se resalta se resume en no muchas palabras: pobreza, núcleos familiares numerosos, baja instrucción, informalidad, problemas múltiples en y para la ciudad; micro-basurales, riesgo sanitario, contaminación, trabajo infantil, precariedad y riesgo vehicular, entre otros (Garófalo y otros, 2009). Al tiempo, las interpretaciones que se le dedican giran en torno a los sentidos de ilegalidad, inseguridad, riesgos, extemporaneidad, atraso y retroceso en el que se sitúa esa realidad. La postal resultante incluye un conjunto de actividades informales no deseadas; un cuadro de pobreza y marginalidad que las impulsa; y unos actores sociales

11 El concepto de “rurbanidad” retoma una vieja preocupación expresada por Le Play en el siglo XIX y por Anderson o Guigou en los años ‘60 del siglo XX respecto de la tendencia a la “extinción de lo rural” y la total “artificialización del ambiente”. Dicho concepto fue particularmente propuesto por Charles Galpin a inicios de ese siglo (1918) en los Estados Unidos para identificar un movimiento de reforma social preocupado por las transformaciones industriales y el destino de los ambientes y actores rurales. Siguiendo esa línea, diversos trabajos (entre otros: Schneider, 2001; José Graziano da Silva y Mauro Eduardo Del Grossi, 2001; Hugo Vela y Otros, 2003 y Giarraca, 2004) sostienen que se verifica cierta urbanización de lo rural con un crecimiento generalizado de las actividades no agrícolas en ese espacio, en tanto fenómeno que, además de vincularse a la modernización de la agricultura, también se relaciona con alteraciones en las estructuras familiares, los perfiles de la demanda de empleo y el surgimiento de la pluriactividad como estrategia de sobrevivencia. Por otra parte, diversos autores sostienen que la lectura de procesos de ruralización o des-urbanización de la ciudad desde un abordaje que considera la “interpenetración de contrarios”, permitiría una lectura bidireccional del proceso. Con abordajes que en muchos casos se complementan, autores como Freyre (1982), García Canclini (1990), Baigorri (1995), Weller (1997), Martín Barbero (1999, 2000, 2004), Santos (2000), Cimadevilla y Carniglia (2003, 2005, 2007, 2009), Romero (2009) y Sarlo (2009) resultan de especial interés para considerar la perspectiva. En ese marco se postula que la ruralización se manifiesta en la medida que en que se revalorizan culturas de la supervivencia sobre la base de saberes y valores rurales aun cuando sean aplicadas en la ciudad (Martín Barbero, 2000; 2004). Dicho proceso se observa, por ejemplo en las prácticas de actores que sobre la base de saberes y valores rurales modifican los espacios, los objetos y los significados urbanos, aún sin pretenderlo (Cimadevilla y Carniglia, 2003).

12 Especie de motocarga.

13 La producción audiovisual referenciada se titula “El zoótrofo, máquina de ilusión social”. El protagonista es el Ingeniero G. Pedruzzi (Dir. de la Fundación Leonardo Da Vinci, institución participe en el diseño e implementación del proyecto de sustitución de carromatos por zoótrofos en la ciudad de Río Cuarto), quien repasa brevemente la historia del proyecto, enumera y explica las bondades del móvil urbano y realiza una evaluación de su implementación en la ciudad de Río Cuarto. En ese marco, explica qué es el zoótrofo y porque se lo concibe como una máquina de ilusión social. El video fue publicado en la Web en diciembre de 2015 por TEDxCordoba. La dirección electrónica es <https://www.youtube.com/watch?v=ckw-AeidAqs>

14 El *Programa Recuperadores Urbanos (PRU)* es la política pública que da marco institucional a la propuesta de sustitución de carromatos tracción animal por motocarga “zoótrofos” que aquí nos importa analizar. Data formalmente del año 2006 y depende del Área de Promoción social municipal. Su principal finalidad es “facilitar la integración socio laboral de los recuperadores urbanos de residuos”, para lo cual incluye tres líneas de intervención: a) creación de empresas sociales para las familias que deseen abandonar el cirujeo; b) *ordenamiento y mejora de la actividad del cirujeo para quienes desean seguir con la actividad*; c) Acciones Complementarias de Promoción Sociocultural. El segundo componente incluye el proyecto “optimización y remplazo de los medios de movilidad”, orientado a sustituir los carromatos por moto vehículos “zoótrofos” que se constituye en nuestro caso de análisis.

carentes que, mediante el empleo de un particular sistema sociotécnico (carros y caballos), provocan múltiples problemas que se juzga deberían evitarse.

Siempre que la rurbanidad es interpelada, su sistema sociotécnico deviene central en la definición de la problemática que la circunscribe y en las consiguientes modalidades de intervención. Esto es, la presencia y permanencia de la tracción animal en el casco céntrico de la ciudad -antes que la condición estructural de los actores propiamente dichos- se convierte en el principal motivo de discusión para la opinión pública y las políticas municipales. Resulta “problemática”, en al menos cuatro puntos: a) Constituye una contravención de las ordenanzas y normativas vigentes; b) Genera problemas en el tránsito, riesgos y peligros; c) Problemas de contaminación, higiene y alteración de la estética urbana; d) y Portan un carácter extemporáneo y anacrónico: el de su sistema sociotécnico rurbano.

Situado en el centro de la ciudad, el carromato tracción animal exaspera sobremanera al orden urbano. Ilegal, generador de desorden y caos, peligroso y amenazante, viejo, sucio y feo, además de desubicado y atemporal, se configura como la antítesis del proyecto urbano moderno que se busca realizar. Una propuesta sociotécnica “otra” -no válida e ilegítima- que irrumpen e invade la ciudad. Traspone sus códigos normativos, corrompe sus parámetros estético-higiénicos y no se ajusta a las prescripciones de progreso. En ese marco, el estado despliega un conjunto de iniciativas de política pública con propósitos que oscilan entre la regulación de la actividad, la formalización del perfil laboral de sus protagonistas y la erradicación/remplazo de sus sistemas sociotécnicos característicos.

La propuesta de trasvase tecnológico orientada a sustituir los carrromatos tracción animal por zoótropos es el eje clave estructurante de la política pública destinada al sector¹⁵.

El cuadro de problemas y la propuesta de intervención, importa destacar, se definen desde las voces oficiales con escasa consideración de los actores rurbanos, sus relatos y experiencias. Su participación -en principio presentada como condición de posibilidad y viabilidad de la propuesta- se reduce a la expresión de opiniones que, aunque necesarias para validar las argumentaciones que sustentan la propuesta oficial, no son consideradas en los procesos de toma de decisión, salvo en cuestiones menores relativas a una mejor instrumentalización del proyecto. “*Es injusto. Nos preguntan a nosotros y al final ellos hacen y deshacen a su gusto*”, sostiene Rita (2012) -cirujana y adjudicataria de un zoótrofo- en referencia al accionar institucional.

“Había que convencerlos para que entreguen su caballo y que usen el triciclo que estábamos construyendo...”, sostiene el protagonista del video El zoótrofo, máquina de ilusión social. Quien señala además que “inesperada e inexplicablemente algunos carreros se resistían al avance”. No así la ciudadanía que, según lo preveía la estrategia publicitaria especialmente diseñada para promover su aceptación, “celebró la propuesta”.

La visión dominante que sustenta la descalificación e inhabilitación del sistema sociotécnico rurbano exalta simultáneamente los beneficios del nuevo móvil urbano, el cual se concibe como un agente de cambio que, instrumentalizado por el estado y adoptados por los actores rurbanos permitiría pasar de una condición de inferioridad a mayores niveles de desarrollo material y social. Facilitaría un cambio trascendental en la condición de vida rurbana afín de transformarla en conformidad con los valores e intereses propios de una ciudad moderna que aspira al progreso.

En concordancia con las bondades, augurios y promesas enunciadas en el video de referencia, los técnicos del PRU señalan al unísono las ventajas comparativas del zoótrofo:

15 El trasvase tecnológico se realiza mediante un sistema de comodato por 6 meses (en el marco del cual, se debe realizar y aprobar el curso de manejo exigido para obtener la licencia de conducir exigida) y un crédito blando que contempla la entrega del carro y el caballo como parte de pago. Una vez conferida la titularidad, los adjudicatarios deben a pagar el vehículo en cuotas y asumir los gastos relativos a seguro, patente y demás impuestos. Respecto de los avances parciales del proyecto, desde el año 2010 a la fecha se han entregado 45 motocargas aproximadamente, de los cuales se prevé, circulan activamente 30. En 2011 creó un Taller mecánico que presta servicios de acompañamiento técnico, arreglo mecánico y adquisición de repuestos para los adjudicatarios de los motovehículos.

“Optimización de las actividades” y “maximización de las ganancias”, “mejores condiciones de higiene y salubridad”, “seguridad y confort” y “dignificación general de la actividad y del trabajador”. Estas ideas, que encuentran eco en referentes políticos, científicos, empresarios y periodistas, instan a la aceptación del artefacto cuasi sacralizado: un “novedoso” móvil urbano “especialmente diseñado para los cartoneros” que “permitirá poner fin a los peligrosos carros tracción a sangre”¹⁶.

“¿Qué es el zoótropo?” Pregunta con ímpetu el protagonista del video. Su respuesta exalta el optimismo manifiesto en declaraciones anteriores: “El zoótropo en los comienzos del cine era una máquina que generaba ilusión. Zoo animal y tropo es vuelta...era un cilindro donde había un caballito que lo hacías girar y a través de un orificio podías visualizar el movimiento del animal. Recupere esa palabra, Zoo por el caballo y tropo ¿qué hacemos con el caballo, qué vuelta le encontramos? Ya no era una máquina de ilusión óptica, era una máquina de ilusión social, una máquina que ilusionaba. La ilusión social era pensar en un vehículo que sacara al caballo de la calle y permitiera modificarle la vida al carrero. Quien se subía arriba del zoótropo iba a modificar su vida, una dignificación total de su trabajo, más trabajo y un mayor reconocimiento en la sociedad...” (Diario Puntal, 2012).

El zoótropo es una máquina de ilusionar, promete transformar la vida de sus adjudicatarios. Depositario de una enorme confianza y optimismo, el móvil urbano se concibe como un dispositivo capaz de promover el progreso económico y social, mejorando las condiciones de vida y promoviendo la integración social. Como toda tecnología moderna, el nuevo móvil urbano promete un futuro mejor. Es evidencia e ilusión de progreso (Cabrera, 2006), es constitutivo de aquello que resulta deseable y esperable en y para una sociedad moderna.

Los discursos y las acciones que desde el estado fomentan y celebran su adopción abonan la profecía: “a partir de la moto se les cambia la vida”, sentencian los portavoces del discurso social organizado. “La moto produce un impacto visual distinto. La gente los para, los felicitan, les sacan fotos [...] nos llaman vecinas para que les mandemos a ‘los chicos de

16 La reconstrucción de la historia del proyecto (Galimberti, 2015) indica que hubo al menos tres prototipos de motocarga “zoótropo”. El primero data del año 2006 y preveía la producción local (mediante cooperativas conformadas por cirujas) de un prototipo especialmente diseñado por la Fundación L. Da Vinci en colaboración con un carrero dedicado al cirujeo. Dicha propuesta fue oficialmente aprobada y se financió la creación del primer y único prototipo (a diferencia de los modelos finalmente implementados, éste tenía una capacidad de carga de 500kg., podía transportar hasta tres personas, contaba con motor diesel y una mecánica de fácil reparación) que, pese a sus ventajas relativas, no fue implementado debido a una serie de desacuerdos políticos y falta de financiamiento. En el año 2011 se retomó la propuesta, pero se terminó implementando un modelo de motocarga que dista del prototipo originalmente diseñado, no cuenta con la participación de los carreros y es producido en serie por una empresa privada dedicada al rubro de los motovehículos. Es el modelo Motocarga150 de la empresa Motomel que, en el caso de las unidades destinadas al PRU, incorpora “refuerzos mínimos de soldadura en el chasis del vehículo”. Un modelo de carromoto que -en términos del personal actuante del PRU - “no es el zoótropo original” Estos “detalles”, importa señalar, son sistemáticamente omitidos puesto que el relato oficial -a nivel local, pero también en otras provincias y ciudades interesadas en implementar los móviles urbanos- lo presenta como una “creación” o “invento” “especialmente adecuado a las actividades y necesidades de los recolectores urbanos” de autoría exclusivamente local. En 2013, y habiendo entregado 15 unidades Motomel, desde el PRU se decide cambiar de proveedor debido a los desperfectos mecánicos recurrentes e inadecuaciones del modelo con respecto a las características de las labores rurbanas. En dicha ocasión, se adquirieron 10 nuevas unidades correspondientes al modelo triciclo de carga SL500 de la empresa Speed Limit que, entre otros rasgos distintivos, posee un chasis más robusto y mayor capacidad de carga. En este marco, pese a que el prototipo de vehículo “original” fue por segunda vez remplazado, los responsables del proyecto continuaron llamándolo “zoótropo”, a la vez que siguieron reafirmando la autoría sobre el modelo, su carácter novedoso y especialmente adecuado a las labores de los recuperadores urbanos de residuos. Para mayor información sobre las características técnicas e imágenes de los tres modelos, puede consultarse: ediciones del diario Puntal (01/03/06; 19/06/06); <http://www.eco.unrc.edu.ar/wp-content/uploads/2010/04/168.pdf>; <http://www.motomel.com.ar/productos.php?id=10#ad-image-0> y http://speedlimitargentina.com/?page_id=653. Este tipo de vehículo, importa agregar, es común en muchos países sin que se les llame “zoótropo” ni que se considere especialmente dirigido a actores rurbanos, sino que se presenta y emplea como instrumento de cargas variadas. Asimismo, lejos de ser una invención reciente, los motocarros o motocargas datan del siglo pasado, reconociendo su apogeo en la Italia de posguerra (Véase por ej. el modelo Moto Guzzi 500, construido por la compañía italiana Guzzi en 1940 o el modelo Ape construido por Piaggio en 1948).

las motos para que les retiren la basura [...] han optimizado su trabajo y aumentaron sus ingresos...” expresa la Coordinadora del PRU (2012). “Estamos muy conformes y estamos convencidos de las bondades del zoótropo”, sostiene un funcionario en declaraciones a la prensa. “Cambió mucho el trato desde que tenemos la moto. Antes ni nos miraban [...] es como te respetan un poco más, como que pasas a ser parte de la gente. Como que ya no te ven como ciruja aunque vos sigas siendo ciruja...”, reflexiona Lorena (2012) -una joven ciruja “ahora “zoótropera”, aclara risueña-.

Para los técnicos y expertos, el zoótropo es una herramienta técnicamente superior que promete y garantiza una optimización del trabajo y un reconocimiento social renovado. Estos cambios “trascendentales” cuasi obvios son también reconocidos y celebrados por la opinión pública que, conforme con la postal urbana renovada, “aplaudió la propuesta”. “La bronca desapareció [...] la pobreza se menguó, no son Rockefeller los guasitos estos pero están mejor. Gatto [adjudicatario de un zoótropo] me dice que factura tres veces más [...] Aparte anda vestido así [señalándose a sí mismo], tiene casquito y toca corneta cuando la lleva a la mujer atrás como una reina”, señala el Ing. cuando comunica encantado el carácter exitoso del proyecto”.

Ilusoriamente urbanizados los ex-carreros devenidos zootroperos son somera y situacionalmente reconocidos en tanto que correspondientes. El gesto de inclusión empieza y termina en el artefacto. Un gesto que, en términos de Feenberg (2012), confirmaría la eficacia de la tecnología como dispositivo técnico e ideológico afín al orden urbano moderno vigente. Los medios de comunicación y la opinión pública que celebran la iniciativa así lo confirman, las declaraciones y omisiones institucionales lo sustentan.

Las ilusiones sociales inscriptas en la tecnología conllevan necesariamente consecuencias reales, dirá Feenberg (2012). Se convierten en un aspecto de la realidad social en la medida que constantemente actuamos sobre ellas. No son sólo creencias e ideas, son al mismo tiempo maneras de ver y hacer. Las representaciones, afectos de optimismo y confianza pregonadas, tanto por el estado como por los medios de comunicación, cumplen un papel decisivo en ese sentido. Condicionan de manera significativa las interpretaciones y acciones de quienes, convencidos de las bondades y bendiciones de la tecnología moderna, celebran obnubilados el carácter necesario e irreversible del trasvase tecnológico, a la vez que descartan -por impensables- consecuencias negativas y/o no deseables.

En ese devenir, la ilusión de progreso se sobrepone a la condición de vida rurbana. El relato audiovisual, en línea con las declaraciones de funcionarios y técnicos, exalta las bondades de la nueva tecnología que indefectiblemente traerá una vida mejor. En ese marco, problematizar la adopción del zoótropo y/o cuestionar su positividad intrínseca es negar lo que es, lo que debe ser (Ellul, 1960). Es como atentar a cierto sentido común instalado.

Las ilusiones, las máquinas y una sola realidad: la vulnerabilidad

Ante la eminente aplicación de las ordenanzas y decretos que prohíben la circulación de carromatos por el microcentro ciudadano, la amenaza latente de las multas y/o decomisos correspondientes¹⁷, los actores rurbanos -preocupados por la resolución de la supervivencia grupal diaria- aceptan y adoptan el zoótropo. Lo integran a su cotidianeidad vivida y lo experimentan en general como algo a la vez impuesto y necesario. Sus relatos no se condicen totalmente con las declaraciones oficiales que postulan un cambio tecnológico inmediato, necesariamente alegre y agradecido. Desde la perspectiva rurbana, el proceso evidencia conflictos, tensiones y ambivalencias que también deben ser leídas.

Los actores consultados reconocen parcialmente la validez y legitimidad de la propuesta sociotécnica promovida por la política pública. Realizan una valoración ambivalente de la

¹⁷ Una vez adjudicados los primeros zoótrofos, los entes abocados al control del tránsito vehicular comenzaron a aplicar con más fuerza las normativas y sanciones correspondientes al empleo de vehículos tracción animal en determinados espacios de la ciudad.

nueva tecnología: reconocen algunas bondades, evidencian sus límites formales, confirman y desmienten las ilusiones y promesas en ella inscriptas. La valoración devela, en última instancia, el sentido a la vez positivo y negativo que coexiste en la idea de ilusión que resulta medular a la máquina de ilusionar: lo que no es y lo que podría ser, aunque difícilmente, mediante su adopción.

La evaluación del zoótropo se construye considerando su incidencia en la estrategia general de supervivencia. La nueva tecnología re-contextualizada es el principal parámetro de referencia. En ese marco, lo positivo se aprovecha y/o potencia, lo negativo, pese al desencanto, da lugar a la reinención.

Lorena se siente “muy contenta con la moto”, su madre aún “extraña mucho la otra vida, los caballos, el carro”. “Es más rápido, más cómodo, más higiénico. Y además cambia la forma en que te ven. La gente te ve de otra manera y lo sentís a eso porque cuando andábamos en carro era como que la gente no se nos acercaba...” (2012).

Desde la perspectiva rurbana la motocarga proporciona rapidez, agilidad, higiene y confort a la hora de realizar sus actividades. “No cansas tanto al animal”, “es más rápido para salir porque no tenés que buscar el animal y atar el carro como antes”, “vas y venís más ligero”, “el conductor tienen menos desgaste físico”, “el trato con la gente ha cambiado, te tratan mejor”; son algunas expresiones recurrentes que dan cuenta de las ventajas relativas del móvil urbano que, como veremos más adelante, no conllevan necesariamente mejoras significativas en el plano económico.

Una parte importante de los aspectos positivos, advertimos, responden a valoraciones urbanas, antes que a las experiencias rurbanas que median su apropiación. En general son extrínsecos a la tecnología y a la relación técnica con los actores “beneficiarios”, son externos a la experiencia de uso rurbana. Surgen de la validación realizada por la opinión pública -antes mencionada- que en conformidad con los agentes modernos, reconoce el impacto visual-estético de la tecnología y celebra la postal urbana renovada. Habilita la circulación del “zoótropero” y lo exime situacionalmente de los estigmas y prejuicios comúnmente asignados al “carrero”. El reconocimiento urbano del zoótropo incide finalmente sobre el actor rurbano quien se vale de los beneficios indirectamente obtenidos para continuar y/o recrear su estrategia de supervivencia.

Invisibilizada la condición rurbana, el “ex-carrero” puede ingresar al microcentro ciudadano para continuar rebuscándose la vida. Las condiciones de precariedad y pobreza, las múltiples carencias y vulnerabilidades que atraviesan su existencia continúan irresueltas¹⁸. El resplandor de la tecnología obtura la experiencia rurbana, opera como evidencia e ilusión de progreso. La máquina de ilusionar se proyecta y augura un futuro mejor.

Sin embargo, la evaluación ambivalente también reconoce aspectos negativos. Dichos inconvenientes surgen de la inserción concreta de la tecnología en las condiciones y modos de vida rurbanos. Si, en el primer caso, la validación urbana asentada en la creencia ratificaba las ilusiones modernas en ella inscriptas, en este caso es la experiencia rurbana la que sobrepuesta a las promesas contradice e impugna parcialmente la validez de sus afirmaciones. Los aspectos negativos, a diferencia de los urbano/positivos, son intrínsecos a la experiencia rurbana que media su uso. Remiten a los sesgos e inadecuaciones formales inscriptos en la configuración técnica, funcional y simbólica del zoótropo que resultan incompatibles con el estilo de vida rurbano y sus estrategias generales de supervivencia.

...en lo económico no me suma en nada. Tenés muchos más gastos de todo: combustible, arreglos, seguro, patente y no sirve para los trabajos que yo hago. El problema de esta moto es que es un vehículo muy frágil [...] la mayoría de los carreros siempre hacemos varios trabajos, por ejemplo yo siempre trabajé con el cirujeo pero

¹⁸ Información al respecto se encuentra en el INFORME GENERAL DEL RELEVAMIENTO DE FAMILIAS CON ACTIVIDADES DE CIRUJEO (2015). Cimadevilla, G. y Carniglia, E. UNRC. Inédito.

también junto la basura para los chanchos y si me sale una changa de escombros o de arena también la agarro. Pero con esta moto ¿qué changa voy a hacer? Otra cosa es que no puedes usarla para la familia, sólo para trabajar te dicen. Pero sí, lo que tiene es que es más higiénico esto, vas y volvés más rápido, no mortificas tanto al animal. Se ve mejor en la calle, la gente ya te mira de otra forma. Pero después de eso, mi laburo sigue siendo el mismo sólo que con el zoótrolo” comenta Pepe (cirujano y beneficiario de un zoótrolo, 2012).

Concebido como una mera herramienta de trabajo destinada exclusivamente a la actividad de recolección y venta de papel y cartón, el zoótrolo fue concebido como un artefacto estándar, descontextualizado y despojado de cualquier inscripción que remitiera al universo rurbano, sus actores, prácticas y espacios característicos. No se ajusta, en términos técnicos y funcionales, a la heterogeneidad y diversidad que caracteriza las prácticas de rebusque y la tendencia a la pluriactividad de los “beneficiarios”. Situado en la cotidianeidad rurbana, el zoótrolo no se adecua a las lógicas de intercambio habituales (trueques, autoconstrucción y reparación, etc.), los saberes y habilidades consuetudinarios, las formas de sociabilidad características (fundamentalmente grupales y comunitarias), a la vez que reduce las posibilidades de rebusque, limita el acceso a externalidades antes vinculadas al carromato (“ayudas” en vestimenta, alimento, mobiliario, etc.) y genera gastos muchas veces inasportables¹⁹. Un cambio en las variables de la macroeconomía, como el valor del combustible, por ejemplo, hecha por tierra los márgenes previstos de los ingresos y manifiesta cómo el cambio técnico por sí solo no puede sintetizar la mejora de vida.

En este sentido, a contracorriente de las profecías oficiales que lo presentan como un medio técnicamente superior capaz de promover un cambio trascendental en la vida de los adjudicatarios, el móvil urbano no implica en sí mismo un avance tecnológico, ni opera indefectiblemente como motor de crecimiento económico y dinamizador social. Conlleva beneficios, pero también promueve y profundiza nuevos y viejos inconvenientes. Cumple parcialmente sus promesas, porque también des-ilusiona.

“¿Solucionamos problemas o generamos más inconvenientes? Se pregunta el técnico mecánico responsable del Taller del PRU. Les dieron la moto como si fuera una lámpara de Aladino que la frotas y te va a traer la riqueza. En el mejor de los casos les va a mejorar la calidad del trabajo, pero no les ha cambiado la vida [...] Cuando vos vas a la casa todo sigue igual, el tipo está clasificando la basura al rayo del sol, el patio está lleno de mugre, tienen problemas de salud, los chicos no van a la escuela, alguno no tienen ni siquiera un baño interno ¿qué vida cambió con este proyecto? Lo material, lo que está a la vista. El impacto visual, ese es el foco de la propuesta” (2012).

La visión cuasi mesiánica del zoótrolo como una máquina generadora de ilusiones y puras bendiciones, capaz de promover el progreso material, social y espiritual del hombre no se condice con las paradojas y contradicciones que develan los usuarios protagonistas. La praxis rurbana opera también un proceso de desencantamiento que la palabra revela. Evidencia el carácter mezquino y la incomprensión que preside las interpretaciones y actuaciones institucionales; muestra los límites y sesgos del artefacto; devela las contradicciones intrínsecas de las ilusiones postuladas. Devela, en último término, la coexistencia tensa de la promesa y la imposibilidad fundante y configurante de toda ilusión: los augurios de un futuro mejor y los límites que impiden su concreción.

Reconocer los límites y sesgos de la tecnología implicaría problematizar la “matriz mágica” o “ensoñación social” (Cabrera, 2006, 2011) que la reviste. La naturalización que se impone en y por medio del zoótrolo promueve una suerte de hechizo y/o fascinación

¹⁹ Por ejemplo, las cualidades de rapidez y agilidad -ampliamente reconocidas por los entrevistados- no repercuten necesariamente en un incremento significativo de la producción. Sus potenciales impactos se ven contrarrestados por el tamaño reducido de la caja y la baja capacidad de carga del vehículo que los obliga a realizar mayor cantidad de viajes por día, lo cual acrecienta los gastos de combustible. Al final del día, la diferencia es mínima respecto de lo recolectado y recaudado con el carromato tracción animal.

irreflexiva que niega cualquier cuestionamiento intrínseco y lo sitúa, en tanto que tecnología moderna, dentro de las definiciones últimas de la realidad, sostenidas y promulgadas por las principales instituciones modernas (Kreimer, 2006).

¿Qué hizo el zoótropo? Pregunta retóricamente el Ing. para ir culminando el relato audiovisual: “Mejóro la pobreza en ese estado, se acabó la bronca [...] fue una especie de puente donde pudimos transitar los unos y los otros, poder verse, poder mirarse y poder abrazarse [...] fue una utopía, pero dejó de serlo. ¿Por qué dejó de serlo? Porque hubo tecnología, hubo decisión, hubo palabra, mirada, y hubo abrazo nos pudimos encontrar los unos y los otros. Eso es el zootropo (2015).

La explicitación de las bondades y beneficios del nuevo móvil urbano son proporcionales a la invisibilización y negación de sus inadecuaciones sociotécnicas. Esto es, la narrativa que difunde las promesas e ilusiones modernas inscriptas al zoótropo, esconde y/o tergiversa sus sesgos formales y debilidades concretas; a la vez que desconoce la generación de consecuencias irracionales, tales como la actualización de ciertas condiciones de “irregularidad” (inseguridad e ilegalidad), las cuales, paradójicamente, definen la relación problema/solución (Thomas y Buch, 2008) que lo presenta como “la” solución²⁰. No menos preocupante es advertir que este relato hiperoptimista de una profecía autocumplida puede contribuir a la invisibilización de los múltiples problemas de fondo que persisten y atraviesan la condición de vida rurbana²¹.

A pesar de las desilusiones que se revelan, la fe en la máquina de ilusionar continua vigente. El “arte de la palabra”, una praxis comunicacional que el protagonista del video proclama como propia, es aquello que a pesar de todo sostiene la fiabilidad y legitimidad de la propuesta. Discursos, imágenes, gestos, representaciones que en boca de agentes legitimados y legitimantes, re-producen un permanente juego de in-visibility afín de garantizar la consumación de lo inevitable: en el caso que nos convoca, el desarrollo tecnológico, la realización del proyecto moderno y el reconocimiento de la legitimidad del orden urbano establecido.

A modo de cierre: Adaptarse o construir caminos

A fines de los años 60 del siglo pasado, Paulo Freire (1921-1997) se ocupó en su texto *Extensión o Comunicación* de desnudar el dominio que el profesional orientado por problemas de desarrollo ponía en juego en su relación con los campesinos. Comunicar, y no extender,

20 Durante el trabajo de campo (Galimberti, 2013 y 2014), la mayoría de los zoótrofos en actividad presentaba serias irregularidades respecto a los marcos legales que regulan sus condiciones de uso en el ejido urbano. No tenían el seguro contra terceros al día y el “permiso especial” (una suerte de autorización provisoria) tramitado por el PRU ya había caducado. Asimismo, los entrevistados (zootroperos y técnicos municipales) reconocían que habitualmente no se respetan las normativas que regulan el uso de motovehículos (por ej. se circula en compañía de una o más personas, incluidos menores de edad quienes van ubicados en la caja del vehículo muchas veces sin casco). Por otra parte, al menos dos casos hacía un año que circulaban “casi sin frenos” y otro vehículo presentaba serias deficiencias en sus luminarias. Los actores rurbanos expresaban que aún no habían realizado los arreglos pertinentes porque el técnico mecánico estaba permanentemente ocupado en la reparación de otros zoótrofos y al no estar disponible el vehículo de repuesto (un “muleto” provisto por el PRU) se quedaban sin medio de transporte para trabajar.

21 En el marco del relevamiento de familias con actividades de cirujeo en la ciudad de Río Cuarto, realizado conjuntamente por la UNRC y la Municipalidad local y coordinado por el Equipo de Investigación “Comunicación y Rurbanidad” (Dir. G. Cimadevilla y E. Carniglia) se identificaron importantes déficit en materia de salud, educación, condiciones habitacionales y condiciones generales de trabajo. Respecto de este último punto, la mayoría de los hogares consultados registran ingresos semanales que no superan los \$300 (aproximadamente 30 dólares). Entre sus principales preocupaciones, se destaca la necesidad de que el Estado intervenga en la cadena de compra-venta de materiales en especial, regulando los precios que monopolícamente dictaminan las chacharitas. En relación a la situación educativa del sector, se destaca una significativa presencia del analfabetismo que alcanza a un 12,1 % de los integrantes de estas unidades domésticas, o sea a casi una de cada ocho personas. De 1478 sujetos relevados en 377 hogares con recolectores informales de residuos había en el primer semestre de 2014 unos 179 casos de personas mayores de 12 años que reconocían su incapacidad para la lectura. (Informe General del Relevamiento de familias con actividades de cirujeo en la ciudad de Río Cuarto, 2015).

fue su propuesta sencilla pero insidiosa en la crítica para destacar cómo lo humano debía sobreponerse a las recetas técnicas. En su óptica, los preceptos de la modernización llevaban a los sujetos a ser meros objetos de las políticas ilusionadas con la transformación. Meros adoptantes sin considerar su razón. Pero en este medio siglo parece que su denuncia poco cambio.

En su campo asociativo, reflexionaba Freire, la extensión se asocia con la “transmisión, entrega, donación, mesianismo, mecanicismo, invasión cultural, manipulación”, etc. Con ella no llega el diálogo ni un otro considerado par. Sino más bien un inferior al que hay que rescatar de cierto analfabetismo, afirmaba. Y en su análisis concluía: antes que persuadir hay que “educar”.

Porque, ¿Sabemos que nuestras respuestas son superiores? ¿Qué realmente conocemos de aquellos a los que buscamos convencer? ¿Podemos augurar que un trasvase técnico resolverá sus condiciones de vida? ¿Son esas condiciones realmente indeseables? En todo caso, ¿para quiénes o respecto de qué parámetros? ¿Es necesariamente su adecuación a nuestra mirada la que resuelve la problemática que empuja el desarrollo? ¿No hay alternativas para construir otros caminos, o al menos ensayar otras alternativas que se inicien incluyendo la perspectiva de quienes son destinatarios de oficio?

El caso que analizamos permite observar cómo el desarrollo en tanto modalidad de intervención continúa pergeñándose básicamente desde quienes auditan y diseñan su carácter de solución. En ese marco la modernidad no deja lugar a dudas. Los ejes de la eficiencia, el cálculo, la eficacia y hasta cierta estética de la conveniencia técnica se impone por sobre cualquier otra dimensión. Hay que convencer al otro porque el otro no sabe que en realidad esta alternativa será su salvoconducto. Aún cuando cualquier análisis histórico de trasvase técnico recomiende poner cierta perspectiva holística para considerar el alcance de la “solución”, éste se desvanece frente al deslumbramiento de lo nuevo técnico de “calidad superior”.

Mientras la PALABRA que se pregona es fundante/configurante de la ILUSIÓN, la experiencia revelada muestra luego que es la experiencia la que finalmente puede juzgar su condición. Pero el “arte de la palabra” del que busca convencer le deja al sujeto que la recibe solamente la “mirada” como registro de su falta de enunciación. Lo que moderniza no tiene huecos por donde indicar sus fallas o inadecuación. Su naturaleza superior excluye, hasta nuevo aviso, cualquier crítica de presunción.

La máquina de ilusionar avanza, así, bajo premisas que solo la vulnerabilidad de los actores luego desacraliza. Podría ser distinto, se preguntaría Freire. Tal vez Si. Si la comunicación fuese cierta y la persuasión una materia no obligatoria. Para ello el trabajo de escuchar, sumar voces y experiencias requeriría otros modos de concebir el desarrollo. Menos como ilusión para el convencimiento y más como construcción en la que las alternativas no resulten un a priori. Sino una conclusión diversa, atenta al mundo real en la que se desenvuelven sus actores. Contradictorio, precario, pero con inteligencias propias. Atendibles y necesarias para cotejar visiones y construir bases más sólidas.

Bibliografía

- BERGER, P. y LUCKMANN, T. 1978. *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Amorrorru Editores.
- BERLIN, I. 1995. *El fuste torcido de la humanidad*. Barcelona, Península.
- BERMAN, Marshall, 1986, *Todo lo solido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*, Madrid: Siglo veintiuno editores.
- CABRERA, Daniel, 2006, *Lo tecnológico y lo imaginario. Las nuevas tecnológicas como creencias y esperanzas colectivas*, Buenos Aires: Biblos.

- , 2011, *Comunicación y cultura como ensoñación social. Ensayos sobre el imaginario neotecnológico*, Madrid: Editorial Fragua.
- CASTRO, E. "A falacia do desenvolvimento sócio-económico ou o surgimento de uma ideologia "científica"" en *Revista do Centro de Ciências Sociais e Humanas*, UFSM. 4 (4). Santa Maria.
- CIMADEVILLA, G. 2004, *Dominios, Crítica a la razón intervencionista, la comunicación y el desarrollo sustentable*, Buenos Aires: Prometeo.
- CIMADEVILLA, G. 2012. "Entre dilemas y certemas. El desarrollo y su vía en América Latina." En *Comunicación y Desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local*. Marcelo Martínez Hermida y Francisco Sierra Caballero, (Coord.) Colección GEDISA Real-Code. Madrid.
- CIMADEVILLA, G. y CARNIGLIA, E. 2015. *Informe General del Relevamiento de Familias con Actividades de Cirujeo en la ciudad de Río Cuarto*. UNRC. Inédito
- DEBRAY, Régis, 1995, *El Estado seductor*, Buenos Aires: Editorial Manantial.
- ELLUL, Jacques, 1960 (1954), *El siglo XX y la técnica. Análisis de las conquistas y las técnicas de nuestro tiempo*, Barcelona: Labor.
- FEENBERG, Andrew, 2012, *Transformar la tecnología*, Bernal: Universidad Nacional de Quilmes Editorial.
- FREIRE, P. 1973. *Extensión o comunicación*. México, Tierra Nueva.
- GALIMBERTI, Silvina, 2015, *Tecnología, ilusiones y reinenciones. Tensiones y ambivalencias entre la política pública y los actores rurales*. Tesis Doctoral. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. UNR.
- GALPIN, Charles, 1918, *Rural Life*, New York: The Century Co.
- GARÓFALO, Adriana, AZOCAR, Cecilia, COCCO, Ana Clara, 2009, "El Programa de Recuperadores Urbanos de Residuos. Un informe desde la intervención municipal" en CIMADEVILLA, Gustavo y CARNIGLIA, Edgardo (Coord.) *Relatos sobre la ruralidad*, Río Cuarto: Editorial Universidad Nacional de Río Cuarto.
- HABERMAS, Jürgen, 1986, *Teoría de la acción comunicativa I*, Madrid: Taurus.
- HABERMAS, J. 1994. *Historia y crítica de la opinión pública*. Madrid. Gustavo Gili.
- HINKELAMMERT, F. 1974. *Dialéctica del desarrollo desigual*. Buenos Aires, Amorrortu.
- KREIMER, Roxana, 2006, *La tiranía del automóvil*, Buenos Aires: Anarres.
- MONTAGU, A. 1969. *Qué es el hombre*. Buenos Aires, Paidós.
- NISBET, Robert, 1991, *Historia de la idea de progreso*, Barcelona: Gedisa.
- PIPITONE, H. 1997, *Tres ensayos sobre desarrollo y frustración: Asia Oriental y América Latina*. México. CIDE.
- PUNTAL, Diario. Ediciones Varias. Editorial Fundamento, Río Cuarto.
- SABINES GUTIERREZ, J. *Poemas del Alma*. Disponible en <http://www.poemas-del-alma.com/jaime-sabines.htm#block-bio>
- THOMAS, Hernán y BUCH, Alfonso, 2008, *Actos, actores y artefactos. Sociología de la tecnología*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes Editorial.
- WEBER, Max, 1996 (1922), *Economía y Sociedad*, México: Fondo de Cultura Económica.
- WOLF, M. 1987. *La investigación de la comunicación de masas*. Madrid, Paidós.

Tablets e netbooks como dispositivos nas atuais políticas educacionais no Brasil

Universidade Federal de Pernambuco

Gabriela Carvalho da Nóbrega
gabriela0carvalho@gmail.com

Resumen

Esta comunicación analiza las tabletas y netbooks como dispositivos tecnológicos en el contexto actual de las políticas educativas en Brasil. Se examina las definiciones de la palabra “dispositivo” formuladas por parte de Michel Foucault y Giorgio Agamben. A partir de las contribuciones de estos autores, las funciones de dichos dispositivos tecnológicos son redefinidas, no sólo en la política pública en educación, sino también en lo que representan estas políticas en un contexto global.

Palabras clave

dispositivos; políticas públicas; educación; tecnología; Brasil

Abstract

The aim of this study is to present a discussion about the use of tablets and netbooks as technological “apparatuses” in the current context of educational policies in Brazil. It analyses the given framework calling upon the concept of “device” as presented by Michel Foucault and Giorgio Agamben. Based on the contributions of those authors, it redefines the role of these apparatuses, not only in brazilian educational policies, but also in the global context.

Keywords

apparatus; public policies; education; technology; Brazil

Resumo

Esta comunicação discute tabletas e netbooks como dispositivos tecnológicos no atual contexto das políticas públicas de educação no Brasil. Para tanto, problematiza-se a noção de “dispositivo”, a partir das definições apresentadas por Michel Foucault e Giorgio Agamben. A partir de tais contribuições, redimensiona-se o papel desses dispositivos, não só nas políticas públicas em educação, mas também naquilo em que tais políticas representam em um contexto global.

Palavras chave

dispositivo; políticas públicas; educação; tecnologia; Brasil

Introdução

O investimento em tecnologias da informação e comunicação (TICs) é uma grande aposta das políticas públicas em educação. A veiculação de conteúdos e a interatividade dessas ferramentas é, sem dúvida, um contributo para a criação de novos materiais pedagógicos a serem utilizados nos mais variados contextos educacionais. No entanto, há uma tendência, especialmente nas políticas públicas educacionais, em atribuir às TIC suma grande responsabilidade na resolução dos problemas existentes no campo da Educação.

Segundo Renato Dagnino (2008), isso é característico de uma visão determinista das tecnologias, segundo a qual desenvolvimento tecnocientífico determina todo o sistema social e é pensado como o algo incontrolável e autodeterminado, uma “espécie de darwinismo tecnológico”. Essa concepção é um traço marcante das políticas públicas de distribuição de dispositivos tecnológicos, nas quais a necessidade de acesso às novas tecnologias sobrepõe a demanda para resolução problemas muito mais complexos (envolvendo estrutura físicas das escolas, questões curriculares, formação e carreira docente, entre outras coisas). Netbooks e *tablets* são entendidos, nesse contexto, como dispositivos neutros e eficientes com os quais alunos devem familiarizar-se, instrumentalizando-se para um mundo regido pelas rápidas mudanças impostas pelos avanços tecnológicos do mundo globalizado.

Esse quadro apresenta elementos daquilo que Eva Gamarnikow (2012) aponta como o “discurso da globalização”: partindo do princípio de que a globalização – fluxo global de bens, serviços e ideias, cujas TICs são centrais em uma nova economia global - é irrefutável e incombustível, cabe aos estados nacionais apenas desenvolver estratégias de autoproteção para se dentro do novo cenário global, cuja a educação ocupa local de destaque. Pesa, ainda, sobre os indivíduos (o capital humano) a responsabilidade de desenvolvimento de aptidões para o bem-estar nacional – nisso consiste o objetivo da educação.

As diretrizes expressas pelos órgãos internacionais como a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) para a educação (orientados pelo discurso da globalização, pela economia do conhecimento e pela nova teoria do conhecimento) incluem: a) a instituição de um aprendizagem continuada “aprender a aprender” (para que os cidadãos possam acompanhar as rápidas mudanças tecnológicas do mundo globalizado), b) o desenvolvimento das habilidades de comunicação e trabalho em equipe (das a centralidade das TICs na economia) e c) a capacidade de utilizar o conhecimento na resolução de problemas práticos (Rizvi & Lingard, 2012). Essas diretrizes são as bases para as políticas públicas nacionais de educação que, nas últimas duas décadas, enfatizam a promoção do acesso e da educação para as TICs.

Esta comunicação discute a inserção de dispositivos tecnológicos - tablets e netbooks - nas escolas públicas como política educacional brasileira. Para tanto, problematiza-se a noção de “dispositivo”, tal como apresentadas por Michel Foucault e Giorgio Agamben. A partir de tais contribuições, é possível traçar reflexões acerca das articulações possíveis entre dispositivos tecnológicos e políticas educacionais, em âmbitos local e global.

As políticas públicas de educação no Brasil:

a distribuição de dispositivos móveis

Para além das ideologias subjacentes às diretrizes internacionais para a educação, a dependência financeira dos países latino-americanos limita as políticas nacionais de educação às expectativas de organismos internacionais, em especial, órgãos financiadores, como o Banco Mundial (BM) e a OCDE. Sob essas exigências dos órgãos financiadores, surgiram iniciativas como o programa do governo federal *Um Computador por Aluno* (UCA), em 2007 e o Programa Aluno Conectado (PAC), em vigor no estado de Pernambuco desde 2012.

Ambos os programas consistem, basicamente, na distribuição de um computador portátil (*netbook* ou *tablet*) para uso pessoal dos alunos da educação básica (ensinos fundamental e médio). Avaliações sobre o UCA realizadas pelas pesquisadoras Lena Lavinás e Alinne Veiga (2013) concluíram que a iniciativa foi recebida com muito entusiasmo pelos gestores, alunos e professores das escolas. No entanto, algumas críticas foram traçadas, entre elas: os professores não sabiam utilizar as máquinas, a manutenção dos equipamentos não era regular e as escolas sofriam de carências estruturais - como falta de pontos de acesso à rede elétrica ou de dados (internet) que impediam o uso adequado dos computadores.

Em Pernambuco, mesmo com os resultados insatisfatórios do UCA, um iniciativa local muito semelhante entrou em vigor: o Programa Aluno Conectado. O programa é, na verdade, uma lei estadual, e institui a distribuição anual de tablets para alunos dos segundos e terceiros anos da rede pública estadual de ensino. Logo após seu lançamento, a população questionou se o Programa não apresentaria as mesmas falhas já apresentadas pelo UCA. Assim, o programa (ou melhor, a lei estadual) parece repetir os passos não tão bem sucedidos do UCA: alto investimento em tecnologia (dispositivos móveis) para pouca contribuição para o enriquecimento de práticas pedagógicas, impulsionado pelas diretrizes dadas pelo Banco Mundial, que incentiva – e financia – tais políticas públicas.

A centralidade dada à aquisição e distribuição de tais dispositivos em detrimento dos demais recursos necessários para as práticas educativas escolares (humanos, arquitetônicos) fomenta questionamentos sobre a relevância de tais políticas públicas. Afinal, a quem e ao que servem tais iniciativas? Por que é atribuída tamanha centralidade aos novos dispositivos móveis? Para responder a tais perguntas, propõe-se uma discussão sobre a noção de dispositivo, a partir da qual será possível redimensionar o papel desses dispositivos nas políticas públicas em educação.

As noções de “dispositivo” em Michel Foucault e Giorgio Agamben

Na língua portuguesa, o vocábulo “dispositivo” apresenta definições diversas. Eles coincidem com aquelas apresentadas por Giorgio Agamben (2005) para a língua francesa, a saber: o sentido jurídico (regra, artigo de lei), o sentido tecnológico (partes de um equipamento ou o equipamento em si) e o sentido espacial (organização, disposição, apresentação). Em seu sentido corrente, dispositivo denota rigidez e objetividade, algo delimitado, facilmente identificável.

Uma definição para *dispositivo* apresentada de forma mais completa por Michel Foucault o qualifica como uma *rede* formada a partir de elementos heterogêneos, discursivos e não-discursivos, com “função estratégica concreta e [que] se inscreve sempre em uma relação de poder” (Foucault, 1984: 139). Neste sentido, o dispositivo é uma articulação de elementos que operam junto aos mecanismos de dominação nas relações de poder. Vale ressaltar que os mecanismos de poder não surgem dentro de uma lógica estratégica, mas são, antes, cooptados no jogo de forças das relações de poder.

Alguns equívocos são frequentes acerca do dispositivo foucaultiano. Entre eles, está o uso do termo como sinônimo de instituição. Foucault deixa claro que o dispositivo é formado na/da relação entre instituições ou elementos institucionais, discursos e práticas. Escolas, prisões e hospitais são instituições (re)produtoras de discursos e práticas, mas que se articulam com outros elementos como leis, medidas administrativas, enunciados científicos, morais e filosóficos para constituir o dispositivo (García-Fanlo, 2011). Embora o dispositivo seja relacional, seria um erro entendê-lo como algo abstrato: ele revela-se por meio de um acontecimento, situando-se em um dado momento histórico, no qual modifica as relações de poder.

Giorgio Agamben (2005) acredita ter encontrado a inspiração da noção foucaultiana de “dispositivo” no ensaio de Jean Hyppolite – teórico influente no pensamento de Foucault

- intitulado *Introduction à la philosophie de Hegel*, em especial no capítulo em que analisa a obra “A positividade da religião cristã”. Nessa obra, Hyppolite destaca a oposição entre “religião natural” e “religião positiva”. A religião positiva, portanto, se diferencia da natural na medida em que aquela deixa de ser da dialética entre a razão e o divino para instituir-se como um conjunto de procedimentos e credos postos aos indivíduos de um dada sociedade em um determinado momento histórico. A positividade, portanto, é, na leitura de Agamben, o “elemento histórico”, desvinculada da racionalidade e imposta exteriormente por instâncias do convívio social.

Para Agamben, está evidente que a positividade hegeliana equivale ao dispositivo descrito por Foucault. No entanto, se, para Hegel, o problema era como conciliar os indivíduos com o elemento histórico, Foucault se ocupava da relação entre eles, em como as positivities (ou dispositivos) contribuía para a construção de subjetividades, a partir da sujeição, nas relações de poder.

A partir de tal entendimento do que seria um dispositivo para Foucault, Agamben propõe empregar o termo de forma mais geral. Para ele, um dispositivo é qualquer coisa que interfira nas ações dos seres vivos, seja ela uma instituição, um objeto, uma prática etc.

[...] chamarei literalmente de dispositivo qualquer coisa que tenha a capacidade de capturar, [...] controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres vivos. Não somente, portanto, as prisões, os manicômios, o panótipo, as escolas, [...] mas também a caneta, a escritura, a literatura, a filosofia, a agricultura, o cigarro, a navegação, os computadores, os telefones celulares e – porque não – a linguagem mesma, que é talvez o mais antigo dos dispositivos [...] (Agamben, 2005: 13)

Em suma, “dispositivo” para Agamben equivale àquilo que Foucault entendia como os elementos através do qual o poder pode ser exercido. Assim, “dispositivo” deixa de identificar uma rede para designar seus “elos”.

De certo modo, ao nomear dispositivo “qualquer coisa” com poder de coerção, Agamben dilui o sentido atribuído ao termo por Foucault, que perde a conotação de uma trama de elementos com uma função estratégica nas relações de poder. Não se está mais atento às articulações que fazem com que certos dispositivos (vocabulário de Agamben) – como os *tablets* – sejam, de fato, agentes nos processos de sujeição, não apenas pelas suas características intrínsecas (funcionalidades, materialidades), mas pela maneira como eles se relaciona com outras tecnologias para operar nas relações de poder.

Os dispositivos e as políticas públicas de educação

Embora a definição de dispositivo proposta por Agamben arrefeça o caráter estratégico da rede-dispositivo foucaultiana, ela permite refletir, dentre outras coisas, sobre a não-neutralidade dos dispositivos (dentre eles os objetos), orientadores da ação e possíveis agentes de sujeição. “O dispositivo é, na realidade, antes de tudo, uma máquina que produz subjetivações, e enquanto tal é uma máquina de governo” (Agamben, 2005: 15). Se os *tablets* e *netbooks* podem ser entendidos como dispositivos segundo essa concepção, qual seriam os sujeitos criados a partir de seus usos?

Dentro da própria lógica da economia do conhecimento, a aquisição dos *tablets* e *netbooks* pelos estudantes contribui para a familiarização dos mesmos com as novas tecnologias e o acesso ao mundo globalizado e da informação através da internet. Esses dispositivos possibilita que os usuários aprendam a receber, produzir e compartilhar conteúdos de acordo com os limites e alcances de *softwares* já inclusos (fornecidos, no caso dos *tablets* do Programa Aluno Conectado, pela empresa multinacional *Intel*), os quais inscrevem padrões cognitivos para operar os dispositivos e se comunicar com e através deles.

Assim, os estudantes se “alfabetizam” digitalmente, aprendem a utilizar os dispositivos e a inseri-los em sua vida cotidiana – tão bem inseridos que adquirem um modelo de consumo de bens tecnológicos, agora tão necessários em sua rotina escolar e, posteriormente, em sua vida profissional. Formam-se sujeitos consumidores (de *softwares* e *hardwares*), futuros trabalhadores qualificados para o mercado de trabalho coordenado pelas TICS, esses elementos centrais nas novas economias globais (na produção ou distribuição de bens, serviços e ideias) – tão centrais quanto seus consumidores, que não se reduzem apenas a indivíduos, mas incluem municípios, estados e países que, graças ao financiamento oferecidos pelos órgãos internacionais, podem comprar e distribuir computadores – e até recorrer aos dispositivos jurídicos, fixando a distribuição de dispositivos tecnológicos como lei, como no caso do Programa Aluno Conectado.

Os *tablets* e *netbooks* são mais que meros dispositivos tecnológicos, um contributo da evolução tecnológica linear e irrefreável, pregada pelo determinismo tecnológico evidente no discurso da globalização e da economia do conhecimento, mas agentes na manutenção do atual modelo de economia global. A maneira como se inserem nas políticas públicas de educação não viabiliza senão a criação de sujeitos consumidores, aptos a ocupar lugares preestabelecidos na atual configuração do mercado de trabalho e, assim, exercer seu dever de cidadãos ao proteger suas nações no perigoso quadro econômico globalizado.

A partir do momento em que os dispositivos tecnológicos *tablets* e *netbooks* passam a ser pensados na acepção proposta por Agamben, é possível afirmar que eles se articulam em uma trama que inclui outros dispositivos como discursos científicos (teorias econômicas, análises sociológicas etc), instituições (órgãos internacionais, empresas multinacionais, escolas, universidades), leis, práticas (uso de certas tecnologias). Retomando o conceito de dispositivo de Foucault, tais dispositivos seriam operadores de poder articulados em único dispositivo. Porém, se, para Foucault, o dispositivo tem uma função estratégica em uma relação de poder, qual seria a função estratégica desse dispositivo?

A partir da trama analisada, é possível afirmar que a relação entre os elementos observados favorece a manutenção das instâncias responsáveis pela produção, distribuição e manutenção dessas tecnologias. Nesse contexto, dois tipos de instituição se destacam: as universidades e as empresas de tecnologia. A universidade cria discursos científicos que fundamentam e legitimam o determinismo tecnológico e a economia do conhecimento, ao mesmo tempo colabora com – e é financiada pelas - empresas de tecnologia no desenvolvimento de novos bens tecnológicos e serviços de informação e comunicação.

O desenvolvimento de um dispositivo como o que esboçamos aqui favoreceria, portanto, aqueles que se favorecem do consumo incessante não só de bens e serviços tecnológicos, mas do próprio desenvolvimento de novidades. Não é à toa que o termo “indústria criativa” passou, recentemente, a designar as indústrias de geração e distribuição de informação e de comunicação – é preciso criar, criar incessantemente para que novos saberes sejam gerados, para novos bens e serviços sejam consumidos. É preciso inovar para sobreviver no mundo globalizado. Surge, assim, um questionamento – que só por uma análise mais aprofundada e, ao mesmo tempo, mais ampla dos mecanismos desse suposto dispositivo, ainda insipiente, poderia ser respondida: estaríamos diante de um dispositivo de inovação?

Conclusões

Os *tablets* e os *netbooks* não meros equipamentos tecnológicos empregados em práticas pedagógicas, mas enquanto orientadores da ação dos indivíduos, são agentes de sujeição que formam sujeitos-consumidores (de *softwares* e *hardwares* Intel) e futuros trabalhadores qualificados para o mercado de trabalho coordenado por essas e outras TICS, esses elementos centrais nas novas economias globais (na produção ou distribuição de bens, serviços e ideias).

A posição de tais dispositivos em uma trama que inclui outros dispositivos (na acepção adota por Agamben) como discursos científicos (teorias econômicas, análises sociológicas

etc), instituições (órgãos internacionais, empresas multinacionais, escolas, universidades), leis, práticas (uso de certas tecnologias) permite esboçar um outro dispositivo (de acordo com o vocabulário foucaultiano) cuja função estratégica seria a manutenção das instâncias responsáveis pela produção, distribuição e manutenção de novas tecnologias, configurando um possível dispositivo de inovação.

A partir desse ponto, um possível desdobramento seria aprofundar a discussão sobre o vínculo entre universidades, as indústrias criativas e os governos nacionais (não só no que no que concerne suas políticas públicas em educação, mas para o desenvolvimento da ciência e tecnologia), afim de definir se existe, de fato, um dispositivo de inovação e como ele se articularia.

Referências bibliográficas

- Agamben, G. (2005). O que é um dispositivo. *Outra travessia*, 5, 6-16.
- Dagnino, R. *Neutralidade da ciência e determinismo tecnológico: um debate sobre a tecnociência*. Campinas, São Paulo: Unicamp.
- Foucault, M. (1984) Sobre a história da sexualidade. In: Foucault, M. *Microfísica do poder*. (pp. 243-276) Rio de Janeiro: Graal.
- Gamarnikow, E. (2012) Educação na sociedade em rede: reflexões críticas. In: Cowen, R. et al. *Educação Comparada: panorama internacional e perspectivas* (pp. 763-780) Brasília: UNESCO/ CAPES.
- García-Fanlo, L. E. (2011). ¿Qué es un dispositivo?: Foucault, Deleuze, Agamben. *A Parte Rei*, 1 (74), 1-8.
- Lavinas, L. e Veiga, A. Desafios do modelo brasileiro de inclusão digital pela escola. *Cadernos de Pesquisa*. 43 (149), 542-569.
- Rizvi, F.; Lingard, B. A OCDE e as mudanças globais nas políticas de educação. In: Cowen, R. et al. *Educação Comparada: panorama internacional e perspectivas* (pp. 531-553). Brasília: UNESCO, CAPES.

Biografia

Gabriela Carvalho da Nóbrega é doutoranda em Sociologia no Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco (PPGS/UFPE). É Mestra em Sociologia e graduada em Rádio, TV e Internet pela mesma instituição. Desde a graduação, trabalha em projetos envolvendo novas tecnologias e educação, com ênfase em práticas emancipatórias para apropriação tecnológica. Seus temas de investigação são: acessibilidade comunicacional; tecnologias e políticas públicas; novas tecnologias e educação. Sua dissertação de mestrado, intitulada *Dispositivos tecnológicos nas escolas como política educacional: uma análise a partir do programa aluno conectado*, será publicada pela editora universitária UFPE. Seu endereço eletrônico para contato é gabriela0carvalho@gmail.com.

Territorialização da mídia e desenvolvimento: relação entre a distribuição de veículos de comunicação no Brasil e desigualdades regionais

Universidade de Taubaté

Monica Franchi Carniello
monicafcarniello@gmail.com

Moacir José dos Santos
professormoacirsantos@gmail.com

Resumo

A estrutura de mídia de um país é aspecto fundamental para o desenvolvimento. O objetivo do artigo é verificar a relação entre a distribuição territorial dos veículos de comunicação no Brasil e as desigualdades socioeconômicas regionais. A pesquisa caracteriza-se como exploratória, de abordagem qualitativa, a partir de dados documentais. Verificou-se que há maior número de veículos de mídia nos principais mercados, sob o controle dos conglomerados de comunicação, com o predomínio de um modelo dedicado ao entretenimento em prejuízo da contribuição para o desenvolvimento socioeconômico. Conclui-se que nos mercados com menor presença da iniciativa privada há a possibilidade de uma estrutura de mídia mais apta ao empoderamento popular e a democratização do controle da mídia.

Palavras chave:

mídia; desenvolvimento; comunicação; desigualdade socioeconômica; Brasil.

Resumen

La estructura de los medios de comunicación de un país es fundamental para el desarrollo. El artículo tiene como objetivo investigar la relación entre la distribución territorial de los vehículos de comunicación en Brasil y las desigualdades socioeconómicas regionales. La investigación se caracteriza como aproximación exploratoria, cualitativa, de la evidencia documental. Se encontró que hay más medios de comunicación en los principales mercados, bajo el control de los conglomerados de medios, con el predominio de un modelo dedicado al entretenimiento en detrimento de la contribución al desarrollo socio-económico. La conclusión es que en mercados con menor presencia de la iniciativa privada, existe la posibilidad de una estructura de medios de comunicación más adecuados para el empoderamiento popular y democratización de los medios de control.

Palabras claves:

medios de comunicación; desarrollo; comunicación; desigualdad socioeconómica; Brasil.

Abstract

The media structure of a country is fundamental for the development. The paper aims to investigate the relationship between the territorial distribution of communication vehicles in Brazil and regional

socioeconomic inequalities. The research is characterized as exploratory, with qualitative approach and documentary evidence. It was found that there are more media outlets in key markets, under the control of the media conglomerates, with the predominance of a model dedicated to entertainment to the detriment to socio-economic development contribution. The conclusion is that in markets with lower presence of private media companies there is the possibility of a more suitable media structure to popular empowerment and democratization of media control.

Keywords:

media; development; communication; inequality; Brazil.

Introdução

A mídia é elemento da experiência contemporânea e se faz presente na relação com os aspectos culturais, econômicos, sociais e políticos de um país. Dada a sua permeabilidade nas diversas esferas da sociedade, é elemento vital da dinâmica social e, portanto, deve ser compreendida como algo estrutural, como elemento essencial de investimento por parte do estado. A comunicação tem relação direta com o desenvolvimento de um território, conforme atestam Sen (2000), Schramm (1970) e Panos London (2007) não só por compor a infraestrutura básica de um país, mas por sua função mediadora e articuladora de grupos sociais.

O foco deste artigo está na comunicação enquanto elemento estrutural de um país, cientes de que a estrutura midiática se reflete nas outras vertentes da relação entre comunicação e desenvolvimento.

Parte-se da premissa que a distribuição de veículos de comunicação em um território não é aleatória, e sim é fruto de circunstâncias sociohistóricas que promoveram atratividade de veículos para determinadas regiões por determinadas variáveis. A variável política, na determinação dos marcos regulatórios, se reflete diretamente na composição e distribuição dos veículos de comunicação pelo território, bem como nos modelos de negócio, de programação, de produção de conteúdo e de gestão das mídias, caracterizando o cenário midiático de um país.

Hallin e Mancini (2004: 8) validam tal perspectiva ao afirmar que “não se pode compreender a mídia sem compreender a natureza do Estado, o sistema de partidos políticos, o padrão de relações entre interesses econômicos e políticos e o desenvolvimento da sociedade civil, entre outros elementos da estrutura social” [tradução dos autores], ideia também valorizada por Martins (2015:5-6) ao afirmar que “a análise dos mercados dos media do ponto de vista do pluralismo deve utilizar como referencial não só a perspectiva [sic] empresarial como as perspectivas [sic] de ordem político-cultural”.

Segundo Hallin e Mancini (2004), o Brasil se situa no modelo pluralista polarizado ou mediterrâneo, caracterizado pela existência de jornais de baixa circulação, orientação da mídia para a elite política, centralidade da mídia. Este cenário é decorrente de escolhas políticas no decorrer da formação do complexo midiático brasileiro que se refletem explicitamente no Código Brasileiro de Comunicações, promulgado em 1962 e válido até a atualidade, a despeito das revisões que se fizeram necessárias em decorrência do avanço tecnológico das mídias.

Tal contexto fundamenta a tese que é desenvolvida no decorrer deste artigo: a distribuição dos veículos de comunicação no país reproduz as desigualdades regionais, visto que o predomínio do setor privado no controle das mídias reproduz a lógica do mercado e, portanto, possui limites para a promoção do desenvolvimento regional. Ao reproduzir a lógica do mercado, aqueles que possuem mais condições econômicas terão mais acesso à informação.

Sem ainda entrar no mérito da qualidade da informação, observa-se nessa relação uma limitação estrutural desfavorável para o desenvolvimento, se retomarmos a premissa de que uma de suas condições é a instrumentalização da população, bem como o empoderamento das ferramentas de comunicação e expressão, a começar pelo próprio código linguístico.

O objetivo do artigo é verificar a relação entre a distribuição territorial dos veículos de comunicação no Brasil e as desigualdades socioeconômicas regionais, fator que estabelece o potencial do uso da comunicação como vetor de desenvolvimento regional.

Referencial teórico

Comunicação e desenvolvimento regional

A relação entre comunicação e desenvolvimento regional já foi conceitualmente debatida por autores em ambiente acadêmico (Schramm, 1970; Sen, 2000; Panos London, 2007, Gomes, 2005) e sua aplicabilidade demonstrada por outro vasto conjunto de estudos que pesquisaram o papel da comunicação na formulação de políticas públicas, nos mecanismos participativos de tomada de decisão, da divulgação de informações de interesse público; na liberdade de expressão; no planejamento urbano; no empoderamento dos indivíduos, no acesso às mídias e inclusão digital. Mesmo que esteja explicitado o papel da comunicação no desenvolvimento regional, ainda é elemento por vezes ignorado ou marginalizado nas análises de desenvolvimento (Panos London, 2007).

Toma-se como premissa conceitual que o desenvolvimento deve ser um processo que permita as pessoas serem seus próprios agentes de mudança, tanto nas ações individuais quanto coletivas. Sen (2000) elabora esse pensamento ao associar desenvolvimento com o conceito de liberdade. Entre as liberdades constitutivas elencadas pelo autor, a saber: liberdades políticas (livre expressão e eleições); disponibilidades econômicas (oportunidade de participar no comércio e produção); oportunidades sociais (educação, saúde); garantias de transparência; proteção de segurança, previdência social. Ressalta-se que para que haja transparência, é fundamental o acesso à informação, condição para a transparência. Lévy (2002: 23), sob outro prisma, defendendo o conceito de ciberdemocracia, afirma que “mais comunicação implica em mais liberdade”.

Sistematizam-se no Quadro 1 os usos potenciais da comunicação no fomento ao desenvolvimento (Panos London, 2007).

- no processo político equitativo e inclusivo
- nos processos de governança nacional e internacional efetivos, responsivos e verificáveis
- no apoio aos cidadãos engajados e à sociedade civil dinâmica
- na geração de crescimento econômico sustentável, transparente, eficiente e equitativo
- no estabelecimento e proteção de um ambiente midiático livre, plural, com diversidade de veículos, diversidade e qualidade

Quadro 1 – Relação entre comunicação e desenvolvimento
Fonte: Adaptado de Panos London (2007) [tradução dos autores].

O último item reforça a ideia de que um dos requisitos para garantir o acesso à informação e os fluxos de comunicação em prol do desenvolvimento diz respeito à estrutura midiática do país. Especialmente em um país com dimensões continentais como o Brasil, barreiras tecnológicas tiveram que ser superadas, em um primeiro momento, para a criação da estrutura nacional de telecomunicações. Barreiras políticas e conceituais perduram desde sua gênese, e impactam no cenário midiático brasileiro. A seção a seguir apresenta o processo de formação do cenário midiático brasileiro.

Estrutura de mídia no Brasil

A concentração dos veículos de comunicação em um território pode se dar de maneiras distintas e está diretamente relacionada com a forma como o sistema de mídia foi concebido politicamente. Para identificar as diversas possibilidades de estruturação do sistema midiático de um país, Hallin e Mancini (2004) propuseram uma categorização para a relação mídia e sistema político, aplicável às atuais democracias de base econômica capitalista, conforme Quadro 2.

Categoria	Caracterização
pluralista polarizado ou mediterrâneo:	caracterizado pela existência de jornais de baixa circulação, orientação da mídia para a elite política, centralidade da mídia
corporativista-democrático ou norte-centro europeu	caracterizado por desenvolvimento precoce do jornalismo, liberdade de imprensa, alta circulação dos jornais, imprensa fortemente ligada a grupos sociais. A mídia é vista pelos cidadãos como instituição social importante.
liberal ou atlântico norte	desenvolvimento precoce da imprensa comercial e de massa, liberdade de imprensa e individualismo. O jornalismo é orientado à informação.

Quadro 2 – Categorização de estruturas de mídia
Fonte: Adaptado de Hallin e Mancini (2004)

Segundo os autores, Brasil se situa no modelo pluralista polarizado ou mediterrâneo, portanto a mídia possui estreitas ligações com a elite política e é altamente centralizada. Segundo Donos da Mídia (2016), no Brasil há 41 grupos de abrangência nacional. Apenas os dez grupos desses grupos controlam 327 veículos de comunicação e todos eles têm em seu escopo a mídia televisiva, concentrando altos índices de audiência e ampla cobertura.

Tal cenário tem sua gênese no processo de formação da política brasileira de telecomunicações, resultante de conflitos de interessados em definir o caráter da expansão dos meios de comunicação no Brasil. “A batalha do governo Goulart com os empresários da radiodifusão foi crucial para a preservação da exploração privada dos meios de comunicação no Brasil segundo as expectativas dos empresários, mas também dotou o Estado dos instrumentos necessários a condução estratégica do setor” (Santos e Carniello, 2014: 69).

No início da década de 1960 o Código Brasileiro de Telecomunicações foi aprovado de acordo com as disposições consideradas convenientes pelo governo Goulart e mantidas mesmo após o golpe militar, especificamente quanto ao monopólio estatal da expansão da infraestrutura. Já os empresários defendiam que a iniciativa privada seria mais apta que o Estado para lucrar em uma atividade empresarial.

A partir de fevereiro de 1969, com a integração do Brasil ao sistema INTELSAT, o país pode participar da rede mundial de televisão que acompanhou a primeira missão tripulada para a Lua em 20 de julho de 1969. As transmissões passaram a operar em rede nacional, definindo um novo modelo de transmissão televisiva. “Todos os troncos de microondas instalados pela EMBRATEL possuíam um canal exclusivo para televisão. Isso permitiu a TV Globo atingir as regiões econômicas mais distantes do seu local de produção simultaneamente à integração nacional das telecomunicações” (Santos e Carniello, 2014: 69).

Em meio ao conflito de interesses entre iniciativa privada, Estado e militares, o Código Brasileiro de Telecomunicações “definiu que os serviços de radiodifusão constituiriam monopólio estatal enquanto os produtos vinculados ao entretenimento de rádio e TV ficariam sob a exploração privada” (Santos e Carniello, 2014: 66). O estado, por meio da Embratel assumiu a tarefa de aparelhar o país com a estrutura de telecomunicações, e o setor privado

investiu em empresas produtoras de conteúdo, com forte presença da televisão. Esse modelo foi fundamental para a rápida expansão da televisão no Brasil, o que dinamizou o mercado publicitário no Brasil. Uma das ações do governo militar foi a promulgação do decreto-lei n. 200, que enfatizava a organização do setor produtivo estatal em benefício da dinamização do capitalismo brasileiro, resultando em uma maior aproximação da iniciativa privada (Rocha Filho, 1981). O resultado do processo de criação da estrutura de telecomunicações no Brasil foi a submissão dos recursos do Estado para a consecução da infraestrutura necessária ao desenvolvimento do setor privado.

Método

A pesquisa caracteriza-se como exploratória, visto que busca discutir as possíveis relações ente estrutura de mídia e desigualdades regionais. A abordagem da pesquisa é de caráter qualitativo, a partir de dados coletados em documentos. A unidade territorial escolhida foi a estadual, pois os estados brasileiros guardam suas especificidades e vislumbram-se as desigualdades regionais a partir de seus indicadores socioeconômicos. Para suportar a pesquisa, foram considerados os seguintes dados.

Indicador	Fonte	Justificativa
População	IBGE (Censo 2016).	Para verificar a distribuição dos veículos em relação à população.
Renda mensal por domicílio	IBGE (Censo 2010)	Para verificar relação da distribuição e veículos com mercados consumidores potenciais.
PIB por Estado	IBGE (Censo 2010)	Para verificar o potencial econômico por estado.
IDH do Estado	PNUD Brasil	Para identificar o nível de desenvolvimento de cada estado .
Veículos de comunicação por estado	Donos da mídia	Para verificar a distribuição territorial dos veículos.
Tipos de veículos por estado (públicos, privados, governamentais, comunitários)	Donos da mídia	Verificar as particularidades da presença de tipos de veículos por região.
Acesso aos meios de comunicação	TIC 2013	Para verificar o acesso do público em relação aos meios.

Quadro 3 – Quadro metodológico
Fonte: elaborado pelos autores, 2016.

Resultados e discussão

Os resultados foram sistematizados nas Tabelas 1 e 2.

	total veículos	públicos	privados	estatais	não declarada	população	número de municípios	PIB (em milhões de R\$)	idh-m	renda mensal por domicílio R\$	População que nunca frequentou escola ou creche (%)
AC	41	12	6	2	21	733.559	22	9.629	0,663	752	6
AL	91	4	16	2	69	3.120.494	102	29.545	0,631	598	7
AM	105	3	25	7	70	3.483.985	62	64.120	0,674	752	24
AP	28	0	10	2	16	669.526	16	10.420	0,708	849	4
BA	404	5	49	0	350	14.016.906	417	167.727	0,66	736	26
CE	314	2	25	2	285	8.452.381	184	90.132	0,682	680	15
DF	89	1	37	15	36	2.570.160	1	171.236	0,824	2252	13
ES	145	1	48	4	92	3.514.952	78	107.329	0,74	1074	5
GO	314	3	47	5	259	6.003.788	246	123.926	0,735	1077	45
MA	176	0	13	1	162	6.574.789	217	58.820	0,639	509	15
MG	1131	16	220	10	885	19.597.330	853	403.551	0,731	1128	29
MS	185	1	33	3	148	2.449.024	79	54.471	0,729	1045	17
MT	169	2	48	1	118	3.035.122	141	80.830	0,725	1055	25
PA	148	6	28	0	114	7.581.051	144	91.009	0,646	672	46
PB	181	0	16	3	162	3.766.528	223	38.731	0,658	776	7
PE	251	2	34	6	209	8.796.448	185	117.340	0,673	822	16
PI	140	0	20	0	120	3.118.360	224	25.721	0,646	729	6
PR	647	8	218	3	418	10.444.526	399	255.927	0,749	1241	43
RJ	408	3	205	5	195	15.989.929	92	504.221	0,761	1285	18
RN	143	2	17	2	122	3.168.027	167	39.544	0,684	818	5
RO	92	1	19	2	70	1.562.409	52	29.362	0,69	822	9
RR	20	0	6	2	12	450.479	15	7.314	0,707	1008	3
RS	670	6	403	4	257	10.693.929	497	277.658	0,746	1435	39
SC	372	3	176	2	191	6.248.436	295	177.276	0,774	1368	18
SE	49	3	6	1	39	2.068.017	75	27.823	0,665	782	4
SP	2696	24	1828	1	843	41.262.199	645	1.408.904	0,783	1482	48
TO	55	0	14	1	40	1.383.445	139	19.530	0,783	818	8

Tabela 1 – Distribuição de veículos de comunicação por estado x indicadores socioeconômicos

Fontes: IBGE (2010), Donos da Mídia (2016), PNUD (2013).

	televisão	telefone celular	rádio	antena parabólica	telefone fixo	tv por assinatura	computador portátil	computador de mesa	tablet	acesso à internet	
TOTAL	98	92	75	37	34	31	30	28	17	50	
Região	Sudeste	99	94	77	26	49	42	34	36	21	60
	Nordeste	98	88	72	50	16	17	21	19	11	37
	Sul	98	94	82	40	38	33	42	27	15	51
	Norte	97	93	62	36	11	20	21	16	8	35

Tabela 2 – Proporção de domicílios que possuem equipamentos TIC (%)

Fonte: Adaptado de Comitê Gestor de Internet no Brasil (2014)

A relação entre a distribuição territorial dos veículos de comunicação no Brasil e as desigualdades socioeconômicas regionais é explicitada nas tabelas 1 e 2. Verifica-se no estado de São Paulo a maior concentração de veículos. O estado é o maior mercado em termos populacionais e o segundo em renda, apesar de apresentar uma proporção significativa de pessoas com baixa escolaridade. Esse padrão se repete nos demais estados brasileiros. Constata-se uma proporção menor de veículos em estado com menor população. Outra variável constante é o predomínio de veículos de comunicação privados. Exceto o estado do Acre, que apresenta veículos de comunicação públicos em maior número que os privados.

Atenta-se pela fragilidade dos dados, visto que grande número de veículos na base de dados é apresentada como de natureza não declarada.

Essas constatações evidenciam as consequências de um modelo de comunicação dedicado a privilegiar as relações de mercado em detrimento das funções públicas necessárias para a democratização da informação e ao desenvolvimento socioeconômico. A institucionalização deste modelo efetivou-se com o Código Brasileiro de Telecomunicações de 1962. O favorecimento da exploração comercial dos serviços de comunicação contou com apoio decisivo do Estado, responsável por implantar a infraestrutura necessária à expansão das empresas de TV e rádio. A relação entre a distribuição territorial dos veículos de comunicação no Brasil e as desigualdades socioeconômicas regionais resulta do desenvolvimento socioeconômico assimétrico. Os estados com maior atividade econômica contam com uma maior presença de veículos de comunicação em comparação aos estados com menor população e atividade econômica. Além desta simetria nota-se o predomínio das empresas privadas, exceto no Acre. Tal aspecto de justifica pela baixa atratividade do Acre enquanto mercado consumidor, dada a população reduzida, baixa renda e dispersão geográfica da população, o que reforça a relação direta da estrutura de mídia com os interesses econômicos, em detrimento à existência de uma distribuição da mídia em prol do desenvolvimento das regiões de maneira mais equitativa.

As condições que definem a distribuição territorial dos veículos de comunicação no Brasil implicam em um modelo refratário a associação entre desenvolvimento e comunicação quanto ao empoderamento social dos fluxos de comunicação. Consagrou-se um modelo dedicado ao entretenimento que se replica na comunicação digital, inclusive com as plataformas de acesso a conteúdo das redes sociais e *streaming*, aptas a segmentar o acesso do público. O negligenciar das funções públicas da comunicação resulta, também, da concentração do controle dos meios de comunicação no país, com conseqüente monopólio da informação. A própria comunicação digital está submetida a esse contexto em razão da presença dos grandes conglomerados na internet. O fator predominante para a diversidade de veículos de mídia não é o desenvolvimento humano e sim o mercado consumidor. O estado de Tocantins tem o mesmo IDH-M que o estado de São Paulo, no entanto o mercado é pequeno, portanto com a menor presença de veículos de mídia. Faz-se necessário observar que a multiplicidade de veículos de mídia não corresponde à pluralidade do controle das empresas, pois a característica delimitadora do setor no Brasil é a presença de conglomerados de mídia com controle de vários veículos e empresas simultaneamente. Destaca-se, novamente, a concentração de grande parte dos veículos de comunicação mais representativos em termos de audiência em poucos grupos de mídia, dentre os quais muitos ligados a famílias de atuação política ou a grupos religiosos (Donos da Mídia, 2106). Nos mercados estaduais com menor volume de recursos prevalece a mesma lógica mercantil.

Como o sistema brasileiro de mídia foi estruturado para incentivar o predomínio da iniciativa privada depreende-se a resistência a veículos de comunicação dedicados a formas de informação distintas daquelas reproduzidas na mídia hegemônica. Formula-se a hipótese de que há a possibilidade de se alterar esse quadro nos estados com menor presença de veículos de mídia associados à iniciativa privada em dos veículos de comunicação pública e comunitária, pois amplia-se a possibilidade de contrainformação, visto que os veículos de mídia públicos, comunitários e alternativa podem alcançar maior visibilidade com a menor concorrência das empresas privadas.

Considerações finais

O objetivo do artigo foi verificar a relação entre a distribuição territorial dos veículos de comunicação no Brasil e as desigualdades socioeconômicas regionais. Constatou-se a relação entre as duas variáveis, pois os estados com maior desenvolvimento socioeconômico

apresentam a maior diversidade de veículos de comunicação em comparação aqueles com menor desenvolvimento socioeconômico. Os estados com maior nível de riqueza apresentam maior diversidade quantitativa de veículos de mídia. Denota-se a escassa aderência dos veículos de comunicação privados a perspectiva que associa comunicação e desenvolvimento. A variedade de empresas é um fator impactante quanto à oferta de entretenimento, mas observa-se que o controle das empresas por conglomerados de mídia implica em escassa diversidade em relação ao empoderamento social da comunicação. Tais conglomerados alinham-se contra as iniciativas de democratizar o acesso a mídia e ampliar a interação com a sociedade, especialmente quanto a ruptura do modelo hegemônico.

Sistematizam-se as principais lacunas da estrutura de mídia observada e sua relação com o desenvolvimento regional:

- quanto ao acesso à informação, condição para o desenvolvimento (SEN, 2000), observa-se uma distribuição desigual dos veículos, determinada por interesses mercadológicos, e maiores restrições de acesso nas regiões menos favorecidas economicamente. Portanto o acesso ainda é muito díspar entre os grupos econômicos e sociais;
- a diversidade é pequena, visto que há um controle dos grupos de mídia privados que controlam veículos em plataformas distintas;
- a perspectiva de a mídia gerar empoderamento não é privilegiada pela estrutura existente. As mídias digitais, por sua característica, são o meio que apresenta tal possibilidade, no entanto o acesso ainda não é universal e depende de recursos do usuário, além de os grandes grupos também estarem fortemente presentes na internet, reproduzindo parcialmente a lógica de outras mídias.

Recomendam-se estudos futuros que considerem a audiência especialmente de veículos públicos para se entender o impacto do modelo hegemônico sobre o conteúdo das empresas do setor público e sua relação com a sociedade.

Referências

- Comitê Gestor de Internet no Brasil (2014). *TIC Domicílios 2014*. Disponível em: <http://cetic.br/pesquisa/domicilios/indicadores>. Acesso em: 06 mar. 2016.
- Donos da Mídia (2016). *Veículos*. Disponível em: <http://donosdamidia.com.br/veiculos>. Acesso em: 06 mar. 2016.
- Hallin, D. C. e Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge, New York: Cambridge University Press.
- IBGE (2010). *IBGE Estados*. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/estadosat/index.php>. Acesso em: 06 mar. 2016.
- Gomes, W. A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política. *Revista Fronteiras*, v. VII, n. 3, p. 214-222, set/dez. .
- Levy, P. (2002). *Ciberdemocracia*. Lisboa: Instituto Piaget, 2002.
- Martins, L. O. (2015). *Concentração dos Media e Pluralismo: A imprensa portuguesa no contexto da União Europeia*. Portugal: Universidade Beira Interior.
- Rocha Filho, A. F (1981). *Comunicação de massa e Estado*. Dissertação de mestrado. São Paulo: Escola de Comunicação e Arte (USP).
- Santos, M. J. dos.; Carniello, M.F. (2014) O desenvolvimento do Sistema Nacional de Telecomunicações (1961-1967): a produção das condições técnicas necessárias à expansão do mercado publicitário no Brasil *Acervo On-line de Mídia Regional*, ano 14, v. 9, n. 10, p. 64-77, set/dez. Disponível em: < <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/midiaregional/article/viewArticle/8896> > Acesso em: 06 mar. 2016.
- Sen, A. (2000) *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras.

- Scramm, W. (1970) Comunicação de massa e desenvolvimento. Rio de Janeiro: Bloch.
- Panos London (2007). *The case for communication in sustainable development*. London: Panos London.
- PNUD (2013). *Atlas Brasil*. Disponível em: <http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/consulta/>
Acesso em: 06 mar. 2016.

Biografia

Monica Franchi Carniello. Doutora em Comunicação e Semiótica (PUCSP). Pós-doutorado pela Universidade Metodista de São Paulo e pela Universidade do Minho. Docente do Mestrado em Planejamento e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté. Temas de estudo: comunicação e desenvolvimento regional. Comunicação governamental. monicafcarniello@gmail.com

Moacir José dos Santos. Doutor em História (UNESP). Pós-doutorado pela Universidade do Minho. Docente do Mestrado em Planejamento e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté e do Centro Universitário Módulo. Temas de estudo: história da comunicação. Comunicação governamental. professormoacisantos@gmail.com

La ciudadanía, fuentes, consumos y acceso a información: Uruguay entre cambios y continuidades.

Universidad de la República, Uruguay

Federico Beltramelli
federico.beltramelli@fc.edu.uy

Eduardo Alonso
eduardo.alonso@fc.edu.uy

Pablo Irigoin
pirigoin@gmail.com

Resumen

Los desarrollos de la tecnología asociada al consumo de contenidos desafían a la televisión, ya sea por la vía de nuevos modelos emergentes de consumo y acceso a contenidos. La expansión de otras modalidades de acceso, impulsadas por la convergencia tecnológica, admite una mayor dispersión en el consumo y también crea algunos problemas para los estados en relación a la planificación de políticas públicas.

El presente trabajo busca difundir los resultados de una serie de estudios de opinión pública, consistente en una serie de observaciones sobre usos y consumos en TV y, en forma concomitante, sobre la evolución del acceso a contenidos en relación a las tecnologías emergentes para el caso uruguayo. Estas observaciones, realizadas en conjunto con la Dirección Nacional de Telecomunicaciones de Uruguay tienen como objetivo final actuar como insumos destinados a una mejor comprensión del fenómeno de la convergencia y cómo impacta éste en los hábitos de consumo, particularmente de acceso a la información, de la ciudadanía.

Cobra especial relevancia al encontrarnos en vísperas del apagón analógico de la TV abierta previsto inicialmente para noviembre de 2015, y postergado ya en reiteradas ocasiones.

Palabras clave:

Información; acceso; TIC; medios; convergencia.

Abstract

The developments of technology related to media consumption are a challenge to television. This happens as the result of new consumption ways and access to contents. The expansion of alternative ways of access to media, propelled by technological convergence, allows a greater dispersion in consumption and it also creates problems for states when planning policy making.

This work seeks to spread the results of a series of opinion polls about uses and consumption of TV and the evolution of the access to contents by means of newly emerged technologies in the Uruguayan case. This observations, done in union with the Dirección Nacional de Telecomunicaciones (the agency in charge of telecommunication policy making in Uruguay) aim to become inputs destined to provide a better understanding of the convergence phenomena and its effects on consumption behaviour, specially related to citizen information access.

We believe this takes special relevance as we are approaching the several times delayed deadline for analogic shutdown, originally planned for november 2015.

Keywords:

Information; access; TIC; media; convergence.

Resumo

Os desenvolvimentos tecnológicos associados com o consumo de conteúdo desafiam à televisão, quer através de novos padrões emergentes de consumo e de acesso ao conteúdo. A expansão de outras formas de acesso, impulsionadas pela convergência tecnológica, suporta uma maior dispersão do consumo e também cria alguns problemas para os estados em relação ao planeamiento de políticas públicas.

Este trabalho tem por objectivo divulgar os resultados de uma série de pesquisas de opinião pública, que consiste em uma série de observações sobre os usos e consumo na TV e, concomitantemente, sobre a evolução do acesso a conteúdos relacionados com as tecnologias emergentes para a realidade uruguaia. Estas observações, feitas em conjunto com a Direção Nacional de Telecomunicações do Uruguai tem por objectivo funcionar como entrada para uma melhor compreensão do fenómeno da convergência e como ele impacta sobre os hábitos de consumo, de forma particular o acesso da informação para a cidadania.

Tudo isto ganha especial relevância ao nos situar às vésperas do apagão analógico da TV aberta inicialmente prevista para Novembro de 2015, e repetidamente adiada em varias ocasiões.

Palavras chave:

TV; convergência; conteúdo; Telecomunicações; opinião pública.

Introducción

Los investigadores de la UDELAR involucrados para los estudios de opinión pública son: Eduardo Alonso y Federico Beltramelli, Juan Meyer, Pablo Irigoín y Jaén Motta para los estudios del 2011 y 2012; y Pablo Irigoín y Gianela Turnes, Eduardo Alonso y Federico Beltramelli para el del 2014. Todos integrantes del Grupo POLIMATE de PRODIC. <http://www.prodic.edu.uy/GIpol%C3%ADmate>

Los datos que se presentan son estudios en continuidad con mediciones de opinión con alcance nacional durante los años 2011 y 2012 (que fueran presentados en ALAIC Lima y en el encuentro Regional de Córdoba 2015).

Esta investigación fue desarrollada bajo el apoyo de la Dirección Nacional de Telecomunicación del Uruguay.

Para la última edición del estudio se realizaron varias e importantes modificaciones, donde la televisión es uno de tres módulos de preguntas, y se incorporaron otros dos: uno enfocado al uso de la telefonía móvil y el otro a la Internet.

El objetivo de estos estudios es el de extraer la mejor versión de los cambios tecnológicos en el campo de las telecomunicaciones y los SCA en aspectos de percepción de los servicios y usos.

Cabe aclarar que el estudio no buscó conocer el uso de las diversas plataformas comunicacionales con fines recreativos ni sociales, ni mucho menos económicos, tecnológicos o de otra naturaleza, sino que se realizan preguntas a la opinión pública exclusivamente para reconocer la o las fuentes de información que utilizan y los impactos que eventualmente ellas pueden generar en los hábitos democráticos. Son insumos académicos en fase de indagación que permitirán a los investigadores, los tomadores de decisión y los ciudadanos en general dimensionar y eventualmente utilizar este cuerpo de información para nuevos fines. Lo expresado en esta ponencia es de estricto carácter académico y no compromete la opinión de la DINATEL.

Metodología

Se realizaron tres encuestas de opinión pública que alcanzaron toda la extensión del territorio, aplicándose a 1002 casos en el 2011, 900 en el 2012, 1000 casos en el 2014 distribuidos en poblaciones de cinco mil habitantes y más, durante tres semanas de los meses de octubre y noviembre de cada año. El estudio de campo polietápico fue implementado mediante sorteo aleatorio, respetando la distribución territorial por departamentos, la satisfacción de las cuotas de género y edad en las franjas preestablecidas. Y luego, por sorteos aleatorios de las zonas, manzanas y finalmente hogares en las primeras etapas y por asignación en la profundización de variables más específicas, en las siguientes. Se establecen, de acuerdo a los parámetros académicos estándares, un grado de confianza del 95% y un margen de error de más/menos 3%.

Principales hallazgos

A continuación se presentan los principales hallazgos de los estudios, estructurados de acuerdo a las preguntas realizadas y mostrando en cada caso la variación acontecida entre cada edición.

¿Cuál considera que es su principal fuente de información?

Como se puede observar en el siguiente gráfico, se están produciendo importantes movimientos en la identificación de la principal fuente de información de los ciudadanos. Mientras que los diarios en papel mantienen una pequeña tendencia a la baja, en la radio dicho descenso es bastante más pronunciado, comportamiento atribuible al consumo embebido a través de internet, en sólo 3 años del 26% al 18%. Del mismo modo, parece que la televisión como principal fuente de información sufre de un descenso de similar magnitud, sólo que la tendencia es mucho más pronunciada desde el 2012 hacia el 2014, ya que hasta entonces parecía conservar su hegemonía tradicional. Pero en términos de magnitud, la única plataforma info-comunicacional que exhibe una tendencia creciente más que duplicando sus preferencias dentro del período de estudio es la Internet.

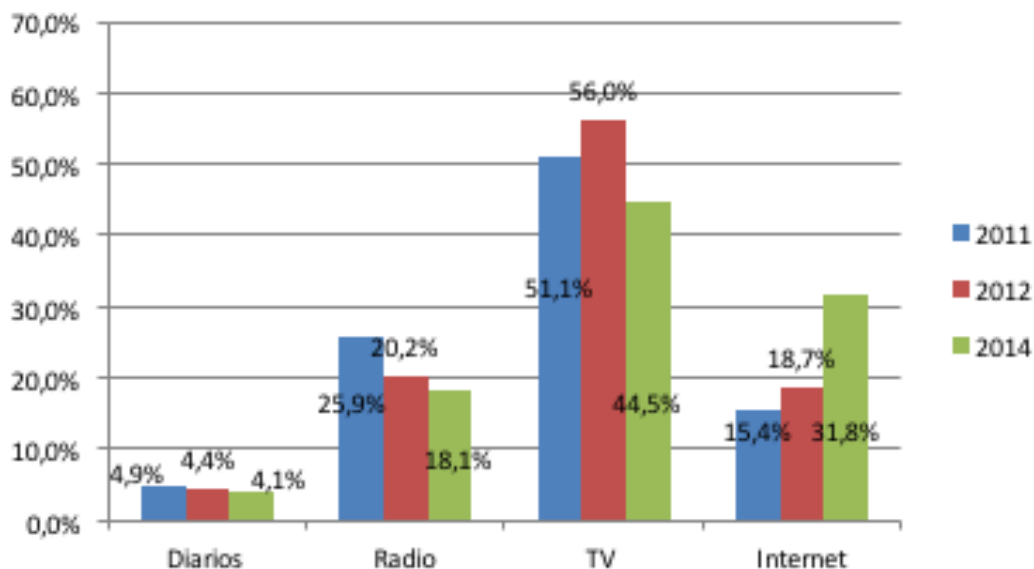


Gráfico 1- Principal fuente de información

La razón para un comportamiento aparentemente inestable de las demás plataformas tomadas como fuentes de información, debería buscarse en la expansión de la Internet, ya que el resto de los medios parece perder terreno frente a ella. En Uruguay, existen poderosas razones que permitirían explicar esta tendencia, pero destacamos tres: 1) el crecimiento en el uso de la Internet a través de la telefonía móvil; 2) ha habido un importante aporte para el uso de banda ancha en los hogares a través del tendido de fibra óptica de la empresa de telecomunicaciones estatal (ANTEL); 3) el crecimiento de la Internet como principal fuente de información también es atribuible al desarrollo generacional del grupo considerado “nativo digital”.

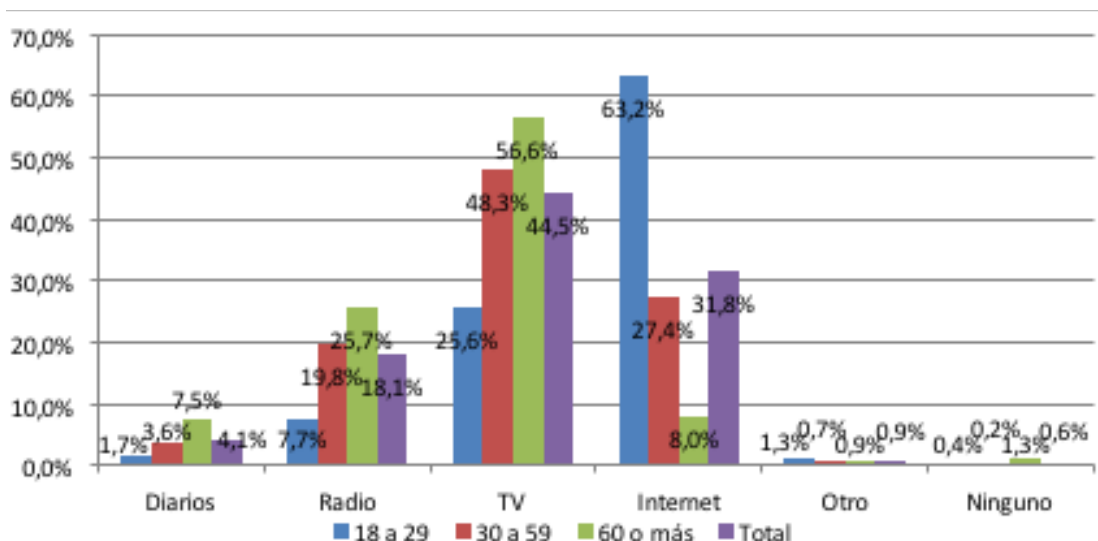


Gráfico 2 - Edad Agrupada: ¿Considera que su principal fuente de información es?

También resulta con una varianza estadísticamente significativa el análisis por nivel educativo, donde es mayor la influencia de la Internet como fuente principal de información en los niveles educativos más altos y progresivamente menor a medida que los niveles educativos descienden. Esta relación estadística es inversa a la influencia de los informativos televisivos, donde a menor nivel educativo mayor es la influencia de estos medios de comunicación como ilustra el Gráfico 3 presentado a continuación.

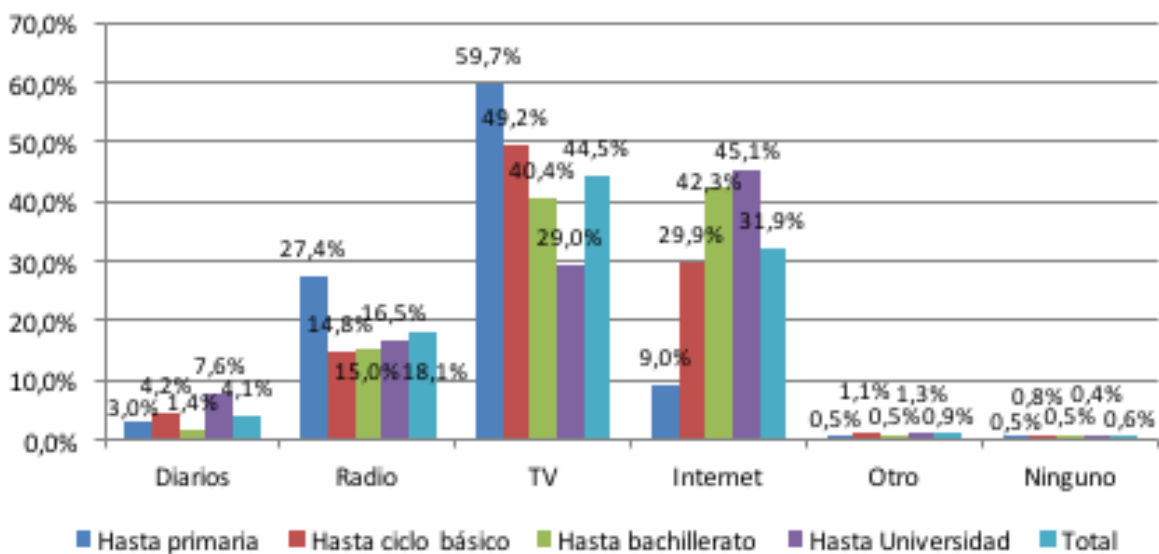


Gráfico 3 - Nivel Educativo: ¿Considera que su principal fuente de información es?

¿Cuántas horas por día destina a ver televisión?

Si tomamos los datos del año 2011 el promedio de horas frente al televisor que declaran los entrevistados es de 2 horas y 43 minutos, mientras tanto en el año 2014, el promedio diario es de 2 horas y 52 minutos de lunes a viernes. De algún modo podemos identificar procesos de ‘convivencia’ en el consumo de medios.

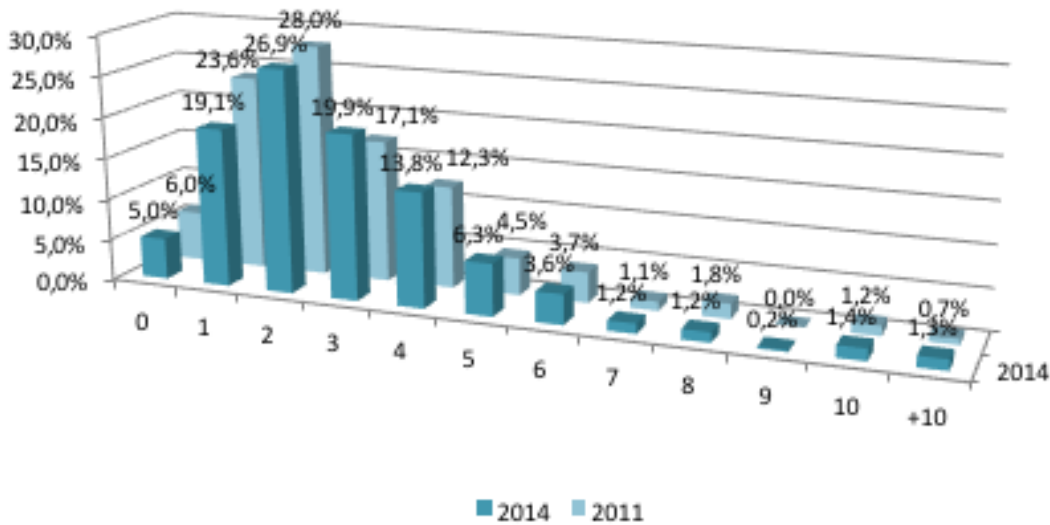


Gráfico 4- Horas diarias (de lunes a viernes) de televisión comparada

¿Cuántas horas por día destina en su hogar a navegar por internet?

En línea con la tendencia expansiva en el uso de la Internet, se puede observar un incremento sustantivo en las personas y en las horas destinadas a ese recurso. El Gráfico 5 exhibe una distribución horaria de los navegantes donde en casi todas las horas hay un incremento obtenido por la variación estadísticamente significativa de quienes no navegan, pasando de casi la mitad de la población en el 2011 al 37,1% en el 2014.

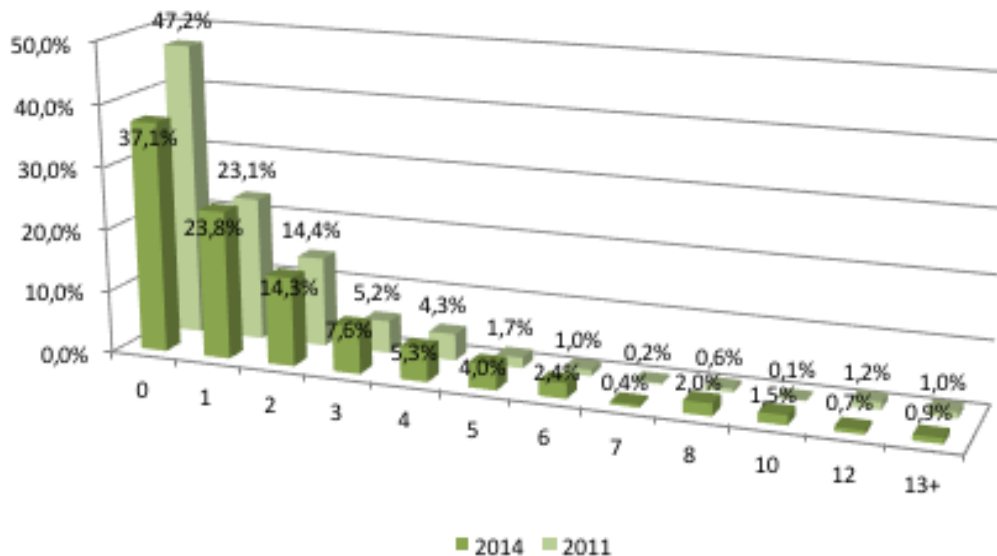


Gráfico 5 - Horas diarias destinadas a navegar por Internet comparada

¿Mientras mira TV navega simultáneamente en internet?

Compartir pantallas en el hogar es un fenómeno que aparece a partir de la expansión del uso de la red, que consiste en la utilización simultánea de dispositivos móviles con acceso a Internet mientras se mira la televisión. Es un fenómeno que a nivel comparado se ha verificado en clara expansión. Su importancia radica en que, al margen de las preferencias de las personas por las diferentes plataformas mediáticas, existe una amplificación de opciones que sin traumas recaen en las decisiones personales en cada momento y de acuerdo a las circunstancias. En el caso uruguayo, ya se aprecia una magnitud de personas que utilizan la opción de multipantalla significativa, abarcando casi a un cuarto de la población adulta entre quienes la utilizan siempre y quienes lo hacen a veces como se expresa en el Gráfico 6 que presenta los datos obtenidos en el estudio de 2014.

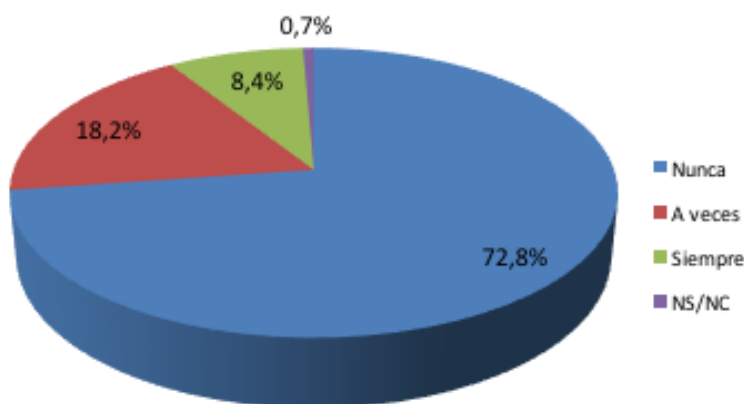


Gráfico 6 - Mira televisión y navega simultáneamente

¿Cuántas TV funcionan en el hogar?

La mayoría de los hogares cuenta con 2 televisores, representando el 39,2%, mientras que casi el 30% tiene un aparato, casi la quinta parte tiene 3, el 6,7% tiene 4 y luego algunos hogares cuentan con más según se ilustra en el Gráfico7. Confirmando la universalidad de la TV por hogares.

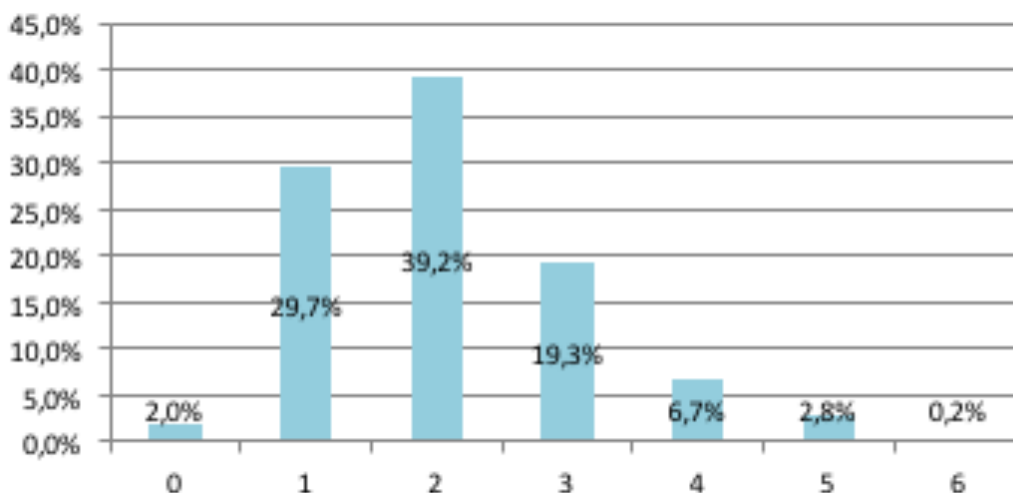


Gráfico7 - ¿Cuántos televisores funcionan en el hogar?

¿Cuenta con TV para abonados?

Este indicador refiere a la cantidad de hogares que contratan el servicio de abonados y como ilustra el Gráfico 8, la tendencia creciente se produce en esta plataforma con avances importantes a partir de eventos que provocan oleadas de conexiones como los campeonatos de fútbol o grandes espectáculos. Todo indicaría que, si la Internet no altera su ritmo de crecimiento, en sintonía con la tendencia regional la televisión por abonados será en pocos años un servicio universal, en grado de convivencia relativa con otras tecnologías como la TV abierta, acceso por internet, móvil o fija

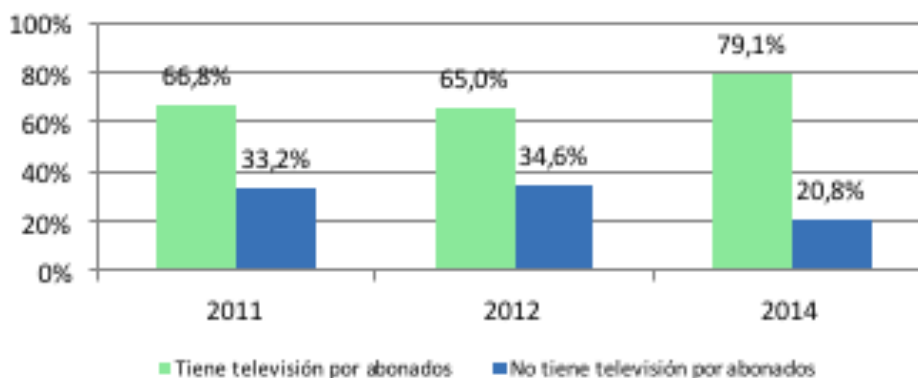


Gráfico 8 - ¿Tiene televisión por abonados?

¿Por qué no cuenta con Tv por abonados?

Considerando que la franja de hogares que no disponen del servicio de abonados se ha reducido en forma importante entre el 2011 y el 2014, las razones por la que no lo tienen exhiben dimensiones diferentes. Mientras que la falta de interés se mantiene en el entorno al 40%, la percepción de que es caro (no vale lo que cuesta) se redujo drásticamente (a menos de la mitad de la muestra anterior) para volcar en una tendencia inversa el argumento de que no puede pagarla, llegando al 37,9% de los hogares consultados. Las variables que concurren en esta pregunta no logran despejar una respuesta clara, aunque el agrupamiento informa sobre el estado de realidad de los tres estudios.

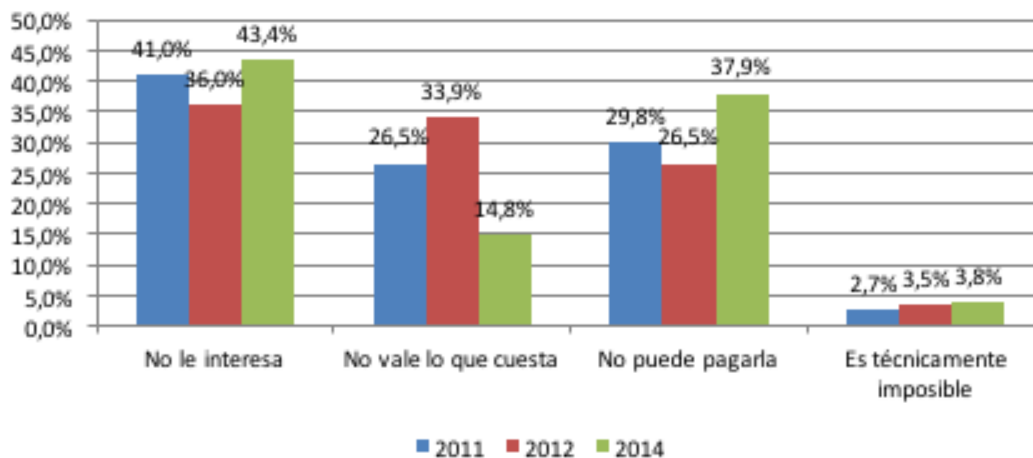


Gráfico 9 - ¿Por qué no cuenta con Tv por abonados?

¿Le parece relevante ver TV en su teléfono móvil?

La posibilidad de mantener transmisiones televisivas a terminales telefónicas móviles ocupa un lugar privilegiado en la especulación sobre modelos de negocios aplicados a los contenidos, sin embargo, consultada la opinión pública el tema claramente no está en la agenda, ya que sólo al 27% le pareció relevante, en clara minoría.

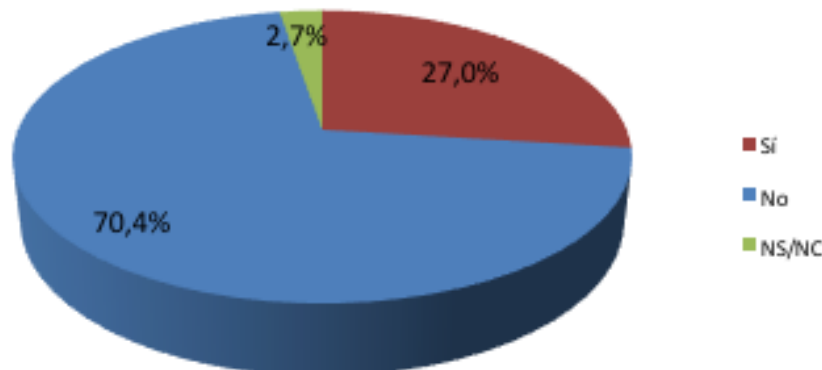


Gráfico 10 - ¿Le parece relevante poder ver TV en el teléfono móvil?

¿Cuántas computadoras funcionan en el hogar?

Cada vez se reduce más la brecha de hogares que no disponen de ninguna computadora, indicando que están en esa situación el 21% de los hogares. En términos comparados se observa un leve descenso entre el año 2012 y el 2014. También en cierta medida, los hogares con una sola computadora se han estancado y en cambio crecen todas las categorías con más de dos computadoras por hogar de forma leve pero general. La media para cada uno de los estudios de opinión pública realizados es de 1,2 máquinas por hogar en el 2011, 1,3 en el 2012 y 1,5 en el 2014, evidenciando un comportamiento asociado a la convivencia entre tecnologías, al menos por el momento y en nuestro medio.

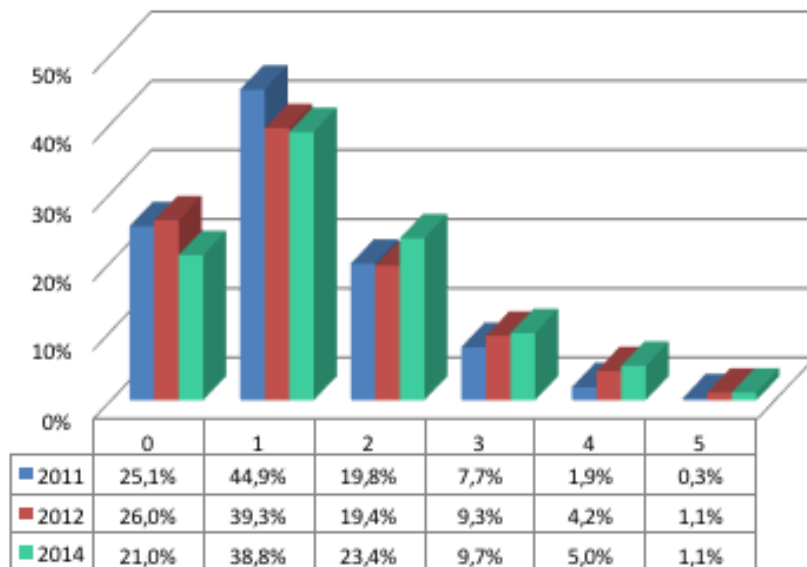


Gráfico 11 - ¿Cuántas computadoras funcionan en el hogar?

¿Qué tipo de computadora tiene?

Al consultar sobre el tipo de dispositivo, pudimos ver que existe un corrimiento (sin duda alguna alentado por la propia evolución del mercado) hacia equipos móviles. Así, mientras que en las ediciones del 2011 y 2012 los equipos de escritorio representan la mayoría absoluta de los dispositivos, mientras que en 2014, si bien mantienen una mayoría relativa, se acercan a las notebooks, dispositivos que, junto a las tablets experimentan los mayores aumentos porcentuales.

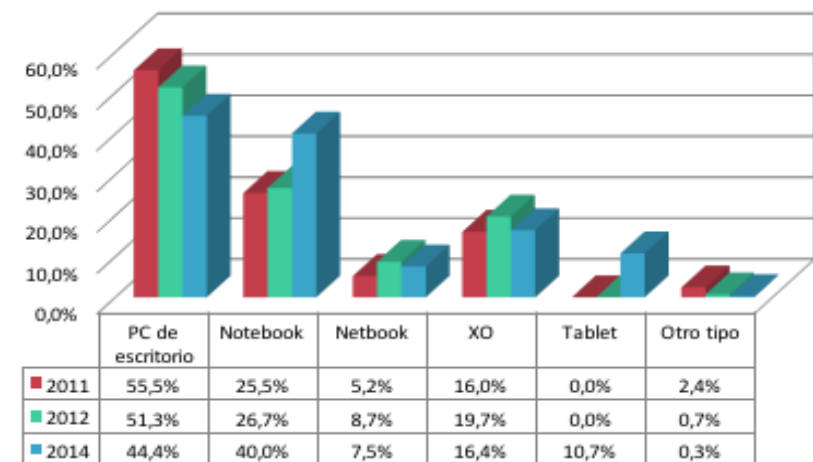


Gráfico 12- Tipo de computadora en el hogar

¿Tiene conexión a Internet y de qué tipo?

En la línea de describir el equipamiento que habilita el proceso de convergencia, el grado de conectividad de los hogares con la Internet es un dato relevante. Como lo expresa la siguiente gráfica, el 94,1% de los hogares dispone de conexión a Internet llegando casi a ser un servicio universal y por otra parte, evidenciando la importancia y desarrollo que ha tenido el tema, marcando una tendencia que registra una fuerte correlación estadísticamente significativa pasando del 62,8% al registro actual.

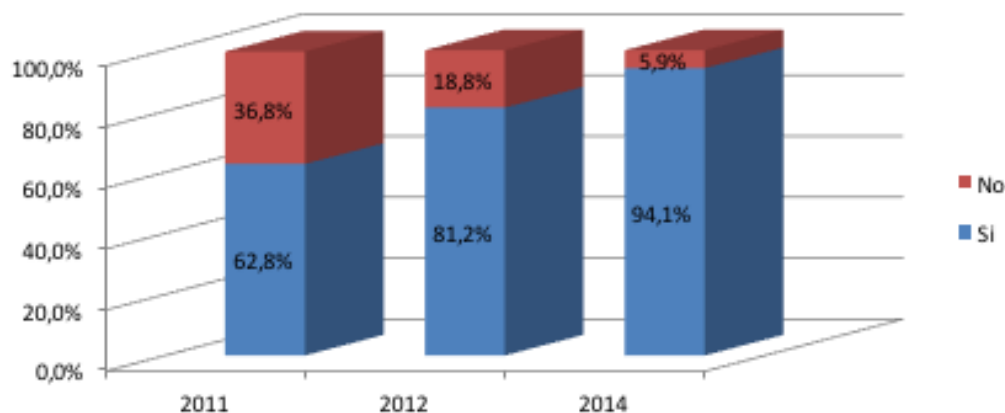


Gráfico 13- ¿Tienen conexión a Internet?

El tipo de conexión a Internet se está modificando por dos vías fundamentales: mediante la conexión de fibra óptica impulsada por ANTEL y la red de 4G. En nuestros datos de campo ya se recogen estos indicios como el decaimiento al 35% del ADSL fijo, y la importancia que ya tiene la fibra

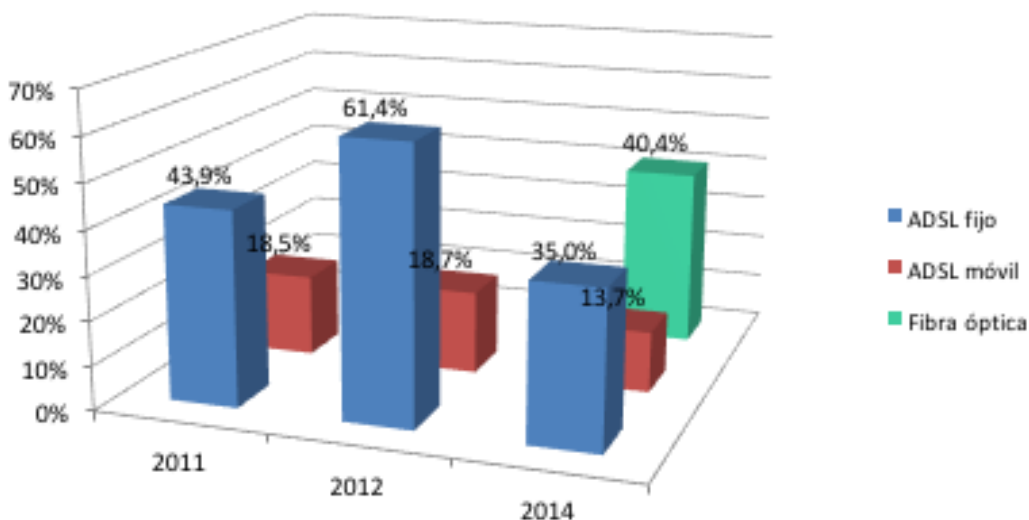


Gráfico 14 - Conexiones a Internet

Comportamiento en base a tecnología aplicada

La utilización de la Internet con fines recreativos se viene incrementando exponencialmente, lo que va produciendo además una familiarización con los diferentes servicios adicionales de la red. Entre los servicios que más se reivindican es el de ver películas, partidos de fútbol, espectáculos o juegos on line, que requieren un buen ancho de banda. En los últimos 3 años, una gran cantidad de hogares uruguayos pueden eventualmente utilizar estos servicios de Internet. Así, en el estudio realizado en 2014, se encontró que el 42,6% de los entrevistados afirma haberlo utilizado, marcando que la familiarización con los más potentes servicios de la Internet a nivel de los ciudadanos es ya muy amplia.

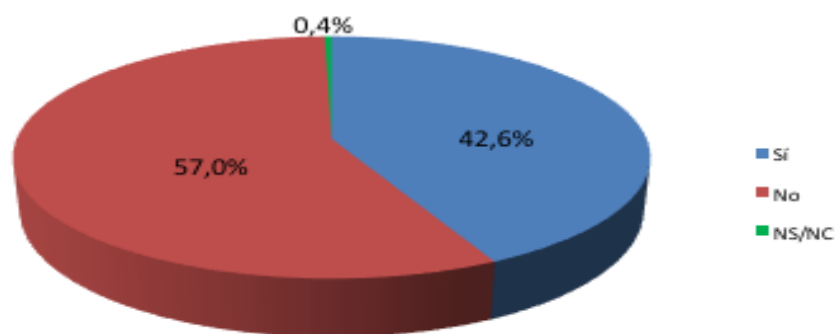


Gráfico 15 - ¿Ha visto películas o producciones online en los últimos 3 meses?

Dentro del 42,6% que en 2014 afirmaba haber navegado utilizando la banda ancha en los últimos 3 meses, se consultó sobre la frecuencia de su uso, respondiendo un 15% que lo utilizaba diariamente, mientras que el 23,1% entre dos y tres veces por semana y otro tanto una vez por semana. Más del 15% cada 15 días y uno de cada 5 una vez por mes. Los estudios comparados internacionales expresan que las tarifas a nivel del hogar en Uruguay son relativamente bajas, es esperable que se vaya expandiendo el hábito de su utilización a nivel del conjunto de la población en un período relativamente corto de tiempo.

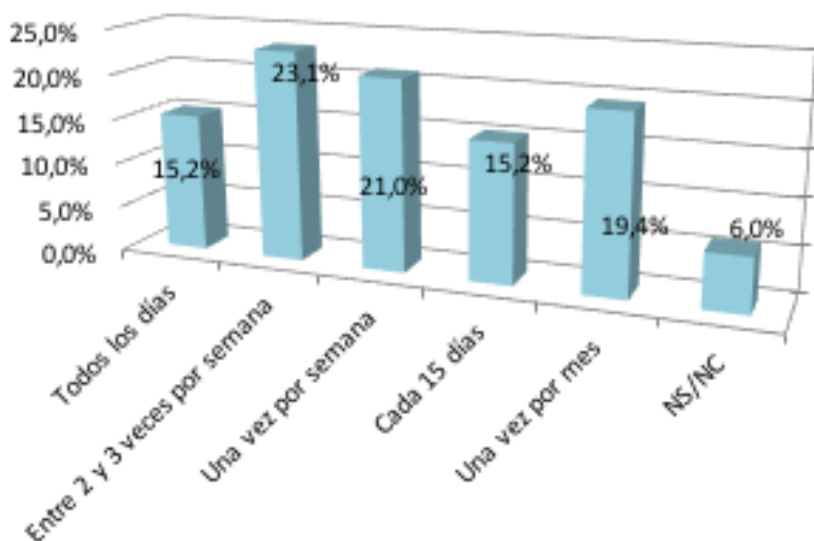
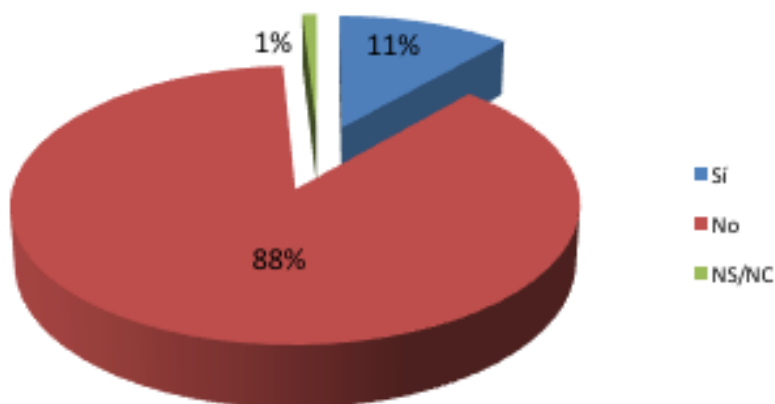


Gráfico 16 - ¿Con qué frecuencia usa el servicio?

Vinculación con dispositivos no “tradicionales”

Otro aspecto que la convergencia viene ofreciendo es la posibilidad de vincular dispositivos de diferentes plataformas comunicativas. Este dato ha generado una expansión importante del uso de la red e implicaría una modificación en los hábitos de convivencia de medios en los hogares y por individuos



Gráfica 17 - ¿Ha navegado utilizando su televisor?

Podemos ver que la utilización de los televisores como medio para navegar en internet es baja. Así, para el año 2014 tan sólo un 11% de los encuestados declara haber utilizado el televisor para la navegación.

La forma en la que la pantalla de la TV se puede conectar a Internet es de dos formas: conectando la computadora a la TV o conectando directamente la TV a una red de Internet (por cable o WiFi). Las respuestas se dividen casi en mitades, aunque la primera opción tiene un 53,1% de las conexiones.

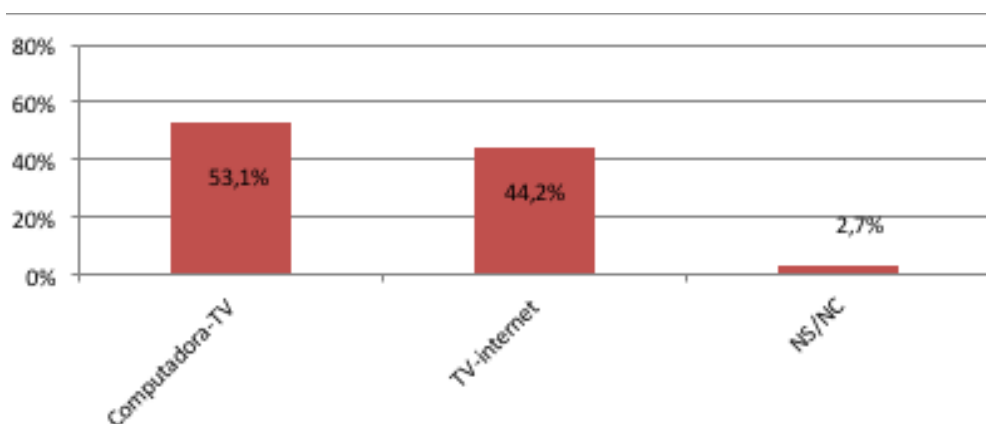


Gráfico 18 - ¿De qué forma realiza la conexión?

Consultados ese pequeño grupo de usuarios, respecto a la frecuencia con la que navegan Internet a través de su televisor, más de la mitad afirma realizarlo alguna vez, mientras que el 29,7% afirma usarlo frecuentemente y un 16,2% frecuentemente, con cifras a la última medición. Lo que afirma más la pauta de que es un comportamiento que aún no se encuentra instalado como hábito en la población.

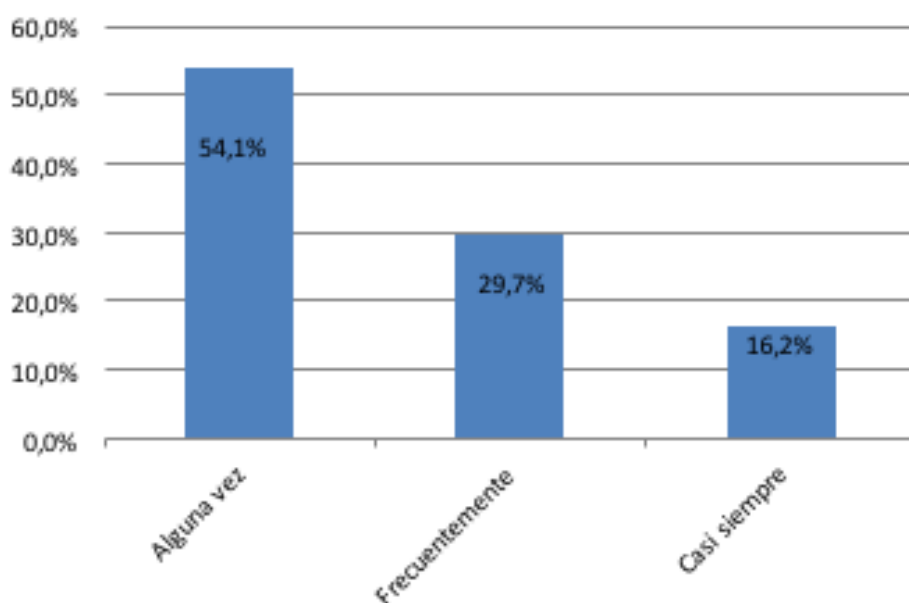


Gráfico 19 - ¿Con qué frecuencia?

Algunas consideraciones finales

La cantidad de información que se brinda en este estudio, habilita diversos análisis y enfoques. Desde nuestra perspectiva deseáramos destacar algunos fenómenos que se pueden observar con suficiente claridad:

Para el caso uruguayo la televisión dejó de ser la fuente de información de la mayoría absoluta de los ciudadanos, aunque continúa siendo la principal dentro de un amplio abanico de opciones, entre las que se destaca un crecimiento exponencial del uso de la Internet. En apariencia vamos camino a un espacio de convivencia entre modalidades de acceso a la información, queda por verse si esta tendencia se mantiene en el tiempo, en línea con la tendencia de los países con mayores niveles de desarrollo; o este aumento de más de

13 puntos porcentuales entre el 2012 y el 2014 se debió a cambios vinculados con acceso a infraestructura (como el cableado de fibra óptica) y disponibilidad de nuevos medios tecnológicos (aumento del mercado de dispositivos móviles, etc) que actuaron como shocks.

En cualquier caso, existe claramente un componente generacional. Al estudiar la principal fuente de información en diferentes grupos etarios, podemos ver que el uso de Internet tiene más de 55 puntos porcentuales de diferencia si comparamos los datos del grupo de 18 a 29 años contra el de personas de 60 o más años. El uso de la TV como principal fuente de información marca una pauta en sentido contrario, existiendo una brecha de 31 puntos entre el grupo de 60 o más años (que es el que declara utilizar más este medio) contra el de 18 a 29 que es el que declara menor utilización.

Otra variable relevante es el nivel educativo. Así, puede apreciarse que a medida que aumenta el nivel educativo, aumenta también el uso de la Internet como principal fuente de información y reduce su peso el de la TV.

Finalmente, es destacable que si bien existe un aumento sostenido del número de personas que utilizan la Internet como principal fuente de información, así como el de horas navegadas en internet, no se registra una disminución en el número de horas de TV miradas, sino lo contrario reportándose un aumento de 9 minutos en el promedio, pasando de 2 horas 43 minutos en 2011 a 2 horas 52 en 2014.

La literacidad digital y el desarrollo humano en la política pública plan vive digital

Facultad Latinoamericana de Ciencias
Sociales, Argentina

Maureen Merchán de las Salas
maureenmerchan@gmail.com

Resumen

Las políticas públicas en Latinoamérica esperan que el crecimiento de las conexiones a internet sea el requisito previo para apoyar el desarrollo socioeconómico de las personas a través del uso de las TIC. No obstante, es importante incluir en las políticas que promueven el acceso universal a internet el objetivo de generar capacidades digitales para garantizar el acceso a la Sociedad de la Información, dado que este proceso no es mecánico y requiere de procesos educativos enfocados a diferentes grupos sociales.

Palabras clave:

brecha digital, inclusión, literacidad digital, desarrollo humano, políticas públicas.

Abstract

The public policies in Latin America await that increase of internet connections will be previous requirement for to support the socioeconomic development of people trough of use of ICT. However, is important to include in the public policies that promote the universal access to internet the goal to generate digital capacities for ensure the access to Information Society, since this process not is mechanic and need to focused educative processes to different social groups.

Keywords:

Digital divide, inclusion, digital literacy, human development, public policies.

Resumo:

As políticas públicas na América Latina esperam que o crescimento de conexões de Internet seja o pré-requisito para apoiar o desenvolvimento socioeconômico das populações através da utilização das TIC. No entanto, é importante incluir nas políticas que promovam o acesso universal à internet, a fim de gerar capacidades digitais para garantir o acesso à sociedade da informação, uma vez que este processo não é mecânico e requer processos educativos voltados para diferentes grupos sociais.

Palavras chave:

exclusão digital, inclusão, literacia digital, desenvolvimento humano, políticas públicas.

Introducción

No hay duda que las TIC son herramientas que pueden facilitar el crecimiento de la economía y mejorar las oportunidades de desarrollo de las personas, pero también es evidente que en la era de la información las brechas digitales son producto de las desigualdades originadas en la era industrial. Respecto a esto, diferentes autores han criticado la posición de los gobiernos que pretenden dar un salto al desarrollo a través de la reducción de la brecha digital, sin formular programas que alfabeticen digitalmente a los ciudadanos y, desarrolle en ellos capacidades que les permita llevar la vida que valoran apoyados en el uso de las TIC.

De acuerdo a esto, durante las últimas décadas varios autores han estudiado el impacto social que tienen las TIC en la vida de las personas que saben hacer uso de ellas y las que no; a pesar de que cuenten con conexiones a internet en sus hogares, escuelas y empleos, observando que las desigualdades socioeconómicas se mantienen cuando las personas no son conscientes del impacto que el buen uso de las TIC tiene en sus vidas, pero tampoco son beneficiadas de proyectos que los alfabetice y genere –por ejemplo- capacidades sociales que los convierta en agentes de cambio, ciudadanos activos, estudiantes destacados, trabajadores mejor remunerados, etc.

El siguiente trabajo analiza el cumplimiento de uno de los objetivos de la política pública Plan Vive Digital I y su relación con la generación de capacidades en los ciudadanos desde el enfoque del Desarrollo Humano, sin incluir en ella el desarrollo de iniciativas que garanticen la inclusión digital pese a su importancia y necesidad en la sociedad colombiana

Marco teórico

Brecha digital

En la actualidad existen personas que no tienen acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicaciones TIC (servicios de telecomunicaciones como la telefonía fija, móvil e internet y, dispositivos electrónicos), lo cual ha sido definido por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo OCDE como la “división entre individuos, hogares, áreas económicas y geográficas con diferentes niveles socioeconómicos con relación tanto a sus oportunidades de acceso a las tecnologías de la información y comunicaciones, como al uso de Internet para una amplia variedad de actividades” (OCDE, 2001:5)¹, sumado a esto la imperante desigualdad en la distribución de la riqueza que caracteriza a la región latinoamericana, es una situación que también afecta el acceso a las TICs y refuerza la brecha digital entre los ciudadanos (CEPAL, 2002).

La disminución de la brecha digital y las facilidades económicas que proporciona la era digital, son consideradas como una oportunidad de mejorar el crecimiento económico de los países que logran incrementar la cantidad de conexiones banda ancha, para la CEPAL es necesario superar las deficiencias de conexión con el propósito de “digitalizar los flujos de información y las comunicaciones en diferentes ámbitos de la sociedad, tales como las empresas, el comercio, la atención sanitaria, la administración pública, la educación y otros” (CEPAL, 2002).

¹La definición es una traducción literal del texto: “As used here, the term “digital divide” refers to the gap between individuals, households, businesses and geographic areas at different socio-economic levels with regard both to their opportunities to access information and communication technologies (ICTs) and to their use of the Internet for a wide variety of activities. The digital divide reflects various differences among and within countries”. Disponible en <<http://www.oecd.org/dataoecd/38/57/1888451.pdf>> (Consultado 06-04-2016).

Inclusión digital

Considerando que la reducción/aumento de la brecha digital es una medición cuantitativa y, que esta es el primer obstáculo que afrontan los países subdesarrollados para garantizar el acceso de sus ciudadanos a la sociedad de la información, los esfuerzos políticos y económicos no solo se deben enfocar disminuir la brecha digital, también deben crear y fortalecer las capacidades sociales, económicas, laborales, educativas y hasta personales a los ciudadanos que se les permite incluirse digitalmente.

De modo tal que la Inclusión Digital es considerada como “un conjunto de políticas públicas relacionadas con la construcción, administración, expansión, ofrecimiento de contenidos y desarrollo de capacidades locales en las redes digitales” (Scott, 2005:127), la inclusión digital también se relaciona con el crecimiento personal que adquieren los individuos que hacen uso de las TIC, aportándoles una visión más crítica y emprendedora que promueve su desarrollo propio y el de su comunidad (Duarte F. y Hindenburg F., 2011), apoyando las nuevas capacidades cívicas, la promoción de relaciones democráticas más transparentes entre el gobiernos y los ciudadanos (Rüdiger, 2002).

Literacidad digital

La literacidad es la capacidad asociada con la comprensión lectora que tienen las personas utilizando la información aprendida en el aula para resolver problemas cotidianos, de modo que la literacidad digital son habilidades y capacidades desarrolladas por las personas que han sido incluidas digitalmente permitiéndoles hacer un uso crítico de las TIC, apoyando el empoderamiento social para una emancipación digital (Ribeiro, 2013).

La literacidad vernácula es aquella en donde el aprendizaje y uso del conocimiento “no están reguladas por las reglas formales y los procedimientos de las instituciones sociales dominantes” (Zabala, 2008), que en el caso de los ambientes digitales sucede en espacios virtuales como las plataformas de e-learning, redes sociales, foros virtuales, etc., que deberían ayudar a la generación de capacidades en las personas y grupos sociales facilitando la emancipación digital, cambiando el “paradigma de ‘sociedad de información’ para tener la ‘sociedad del conocimiento’ ... En este contexto, los ciudadanos consiguen emanciparse, es decir, la acción individual y colectiva en función de proyectos de desarrollo humano” (Schwartz 2006:128,129)², ampliando sus posibilidades culturales, sociales, económicas, académicas, personales, religiosas, etc. con el uso de las TIC.

Enfoque de desarrollo humano

A partir de 1990 el PNUD en su primera publicación del Informe de Desarrollo Humano en 1990, incluyó significativos cambios conceptuales en el paradigma del desarrollo, dejando de lado la visión economicista de “un proceso que de paso a una etapa de subdesarrollo a otra de desarrollo, ni como un proceso de industrialización y crecimiento económico a través del cual los países replicarían la evolución seguida por los países industrializados” (Deneulin, 2015), dando paso a un paradigma mucho más amplio que resalta el respeto por las diferentes perspectivas de desarrollo, los intereses y las necesidades de las personas respecto a la vida que quieren, resaltando que “el objetivo básico del desarrollo es crear un ambiente propicio para que los seres humanos disfruten de una vida prolongada, saludable y creativa” (PNUD: 1990:31).

² El texto original se encuentra en portugués: “*buscam promover o deslocamento do paradigma da ‘sociedade da informação’ para um que tenha a ‘sociedade do conhecimento (...). Nesse contexto, os cidadãos conseguem emancipar-se, ou seja, agir individual e coletivamente em função de projetos de desenvolvimento humano’.*”

Por su parte el premio nobel de economía Amartya Sen considera al desarrollo como “un proceso de expansión de las libertades reales que disfrutan los individuos” (Sen, 2000:19), es decir que el crecimiento económico y las rentas personales de la gente hacen parte del conjunto de medios (no fines) con los cuales podrán elegir libremente la vida que se anhela tener. En este nuevo paradigma, los funcionamientos son derechos como la educación, la alimentación balanceada, el empleo, el saneamiento básico, la salud, la libertad de opinión y la vida misma, su valor entre las personas dependen de diferentes perspectivas sociales y culturales. Cuando las personas acceden a los funcionamientos que valoran son capaces de desarrollar capacidades, siendo esta la libertad que tienen las personas de disfrutar funcionamientos que valoran. No es posible que las personas desarrollen capacidades sin previamente haber accedido a funcionamientos.

En nuestro caso el acceso a las TIC y la inclusión digital es un funcionamiento, que apoya los procesos de alfabetización digital para el desarrollo de capacidades como la literacidad digital de quienes acceden a las TIC, no solo de aplicando el conocimiento adquirido en la solución de problemas, sino también con el aprendizaje de nuevas maneras de llevar a cabo sus aspiraciones personales, académicas, laborales, sociales, etc.

En el enfoque del desarrollo humano los conceptos de *funcionalidades* y *capacidades* son requisitos previos para el desarrollo de la *agencia*, siendo la capacidad que tienen las personas de alcanzar las metas trazadas en su vida, también incluye a las personas que con un alto grado de análisis son capaces de identificar problemas, situaciones injustas, conflictos y soluciones para ponerlas en práctica, convirtiéndose así en agentes de cambio. La primavera árabe fue producto de la agencia en los jóvenes que utilizaron las redes sociales y los medios virtuales para salir a las calles a exigir cambios en los modelos políticos de sus países de residencia.

El fin último del desarrollo humano es promover en las personas el desarrollo de la agencia y, con esta la autodeterminación, la autodirección, la autonomía, la autosuficiencia y el empoderamiento en todas las personas. En este sentido, la literacidad digital aporta al desarrollo de capacidades de las personas que son incluidas digitalmente, permitiéndoles acceder a diferentes niveles de educación, ser más analíticos y selectivos con la información que circula en internet, conocer con mayor profundidad sus derechos constitucionales, etc. Desde este enfoque las políticas públicas deberían ir más allá de la reducción de la brecha digital, deberían encaminarse a alfabetizar y desarrollar capacidades en las personas que acceden a la tecnología, mejorando también la participación de ellas en los aspectos económicos, sociales y políticos de sus comunidades dando vida a los círculos virtuosos del desarrollo (PNUD, 2001).

Metodología

La triangulación de datos, fue el método de investigación utilizado para el desarrollo del siguiente trabajo, de acuerdo a la definición se consideraron “múltiples fuentes de datos para obtener diversas visiones acerca de un tópico para el propósito de validación” (Arias, 2000). Las conclusiones de la revisión bibliográfica realizada, tienen alcance limitado, debido a que la relatividad de los contextos relacionados con el acceso a las TIC cambiará el resultado de las conclusiones en cada caso.

Análisis

El plan Vive Digital es la política pública con la cual el gobierno colombiano durante el periodo 2010 – 2014 buscó masificar el “uso de internet, para dar un salto hacia la prosperidad... para reducir el desempleo, la pobreza, aumentar la competitividad del país”. Definiendo como uno de sus objetivos principales conectar a internet “al 50% de los hogares”,

considerando que para el año 2011 apenas el 27% de los hogares colombianos tenían acceso a internet.

Al respecto, según el informe anual de Indicadores de Ciencia y Tecnología para 2015 apenas el 38% de los hogares colombianos acceden a internet, significando un incumplimiento en el objetivo mencionado. Sin embargo, como habíamos mencionado esta es una medición cuantitativa que no refleja el desarrollo de las capacidades en las personas. Para esto es importante contar con indicadores de medición dentro de la política que permita medir las capacidades desarrolladas por las familiar para desarrollar capacidades. No obstante, es posible analizar el comportamiento de los hogares que accedieron a internet entre 2010 – 2014, clasificando los sitios web que fueron más visitados y el tipo de información que estos contienen.

El mismo informe, también muestra como en 2015 los hogares que contratan el servicio de internet, tienen como actividad principal en la web la búsqueda de información general (que no tiene fines educativos), mientras que el acceso a sitios educativos y de aprendizaje se ubica en sexto lugar. Al respecto el sitio web www.alexa.com es un medidor internacional de los sitios más visitados por país, al consultar sobre los hábitos de navegación de los colombianos, observamos que los diez primeros más frecuentados son aquellos de servicio de mensajería (gmail.com, yahoo.com, live.com, msn.com), facebook.com, youtube.com y wikipedia.org., lo que demuestra que los colombianos pese a acceder a internet no utilizan este medio como un generados o potencializador de capacidades para el desarrollo, contrariamente en la misma consulta en las primeras 25 posiciones no aparece ninguna página de educación, apenas en el puesto 29 aparece la dirección de la plataforma de educación virtual Sena Sofia Plus perteneciente al Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, en el puesto 56 la página web de la Universidad Minuto de Dios y en el 59 la página de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD; llama la atención este caso porque esta universidad pública tiene como fin formar profesionales a distancia aprovechando la versatilidad y apropiación de las TIC, en países donde se ha trabajado por la inclusión digital este comportamiento es diferente, en Rusia, Corea, Japón y China sus usuarios tienden a conectarse mayormente a servidores de contenidos locales (Katz, 2015), lo que podría interpretarse como la maduración del ecosistema digital o el resultado de políticas públicas o programas que tienen como objetivo incluir digitalmente a los ciudadanos.

Discusión

De acuerdo a los resultados de la política, se observa como en el año 2015 los hogares colombianos aún tienen una brecha digital de XX%, que en términos cuantitativos muestra que no fue alcanzada la meta planteada en el año 2011, por ello es importante considerar la dinámica del mercado de las telecomunicaciones y el papel del Estado con sus políticas regulatorias que deben ayudar a los operadores a disminuir los costos para la construcción de infraestructura en todas las zonas del país, pero sobre todo faciliten la reducción de precios de las conexiones banda ancha en los hogares, ya que en Colombia se requiere aproximadamente un 25% del ingreso mensual para contratar el servicio de internet en el hogar (Katz, 2015), también es necesario reducir los impuestos a los usuarios que hacen parte de la base socioeconómica, en el país esta carga representa un 17% del valor del plan, finalmente se debe dar mayores recursos a las iniciativas que busquen subsidiar la conexión a internet de los hogares pobres.

Como podemos observar, aún la brecha digital entre hogares pobres y ricos, urbanos y rurales es amplia y merece evaluar los aciertos y desaciertos del Plan Vive Digital I para reformular nuevos objetivos, nuevas iniciativas y nuevas políticas que mejoren la penetración digital. Pero este proceso debe incluir la participación del sector educativo y civil para definir la hoja de ruta con la cual se cerraran las brechas cognitivas entre quienes fortalecen sus

capacidades con el uso de las TICs y los que no. Si analizamos el comportamiento de navegación de los colombianos, podemos concluir que el incremento de las conexiones banda ancha, ha beneficiado a las multinacionales que comercializan contenidos al incrementar la cantidad de usuarios registrados en sus servidores, pero no ha beneficiado a los proveedores de contenidos locales, como tampoco ha logrado incrementar significativamente la cantidad de graduados universitarios de programas impartidos a distancia.

Esta disrupción entre a política TIC y la política educativa del país es preocupante por ejemplo, en el caso de los estudiantes de hogares pobres que reciben por parte del gobierno tablets para reducir la brecha digital frente a los estudiantes de colegios privados, sin contemplar una política pedagógica que les enseñe a utilizar esta herramienta para mejorar sus procesos de aprendizaje y análisis, descargar contenidos y guías de estudio, acceder a bibliotecas virtuales, practicar otro idioma, entre otras. De la misma forma, ocurre en los hogares con las personas que no son alfabetizadas digitalmente.

Para finalizar, inquieta que el gobierno nacional para el periodo 2014- 2018 replicó la política Plan Vive Digital, sin incluir en ella objetivos con miras a ampliar la inclusión digital. Es decir que por el momento y hasta el año 2018, el MinTIC no tiene una política pública que procure mejorar los índices de inclusión digital.

Conclusiones

La construcción e implementación de las políticas públicas, sobre todo aquellas que buscan garantizar el acceso universal a internet deben contar con un enfoque holístico sobre el desarrollo. El solo incremento de conexiones banda ancha no garantiza la inclusión digital, para llegar a esta se deben llevar a cabo procesos de formación en los cuales se generen y fortalezcan capacidades en los ciudadanos.

El enfoque de Desarrollo Humano abordado en este trabajo, debería considerarse como un insumo para la construcción de las políticas públicas TIC, con objetivos e indicadores medibles que permitan observar y mejorar la generación de capacidades en las personas que se conectan a internet, también es necesario incluir en las políticas públicas los conceptos relacionados con la inclusión y literacidad digital.

Adicionalmente, la reducción de la brecha digital no es garantía de promover capacidades en las personas para un efectivo acceso a la Sociedad de la Información. Por el contrario, masificar el uso de internet sin un adecuado proceso de aprendizaje y apropiación puede reforzar las desigualdades sociales ya existentes en nuestra región.

El Plan Vive Digital como política pública y en términos cuantitativos no ha cumplido con el objetivo de garantizar la disminución de la brecha digital en hogares a un 50%, tampoco ha garantizado el desarrollo de capacidades en las personas. Cabe mencionar, que desarrollar capacidades en las personas para acceder a la Sociedad de la Información no hace parte de los objetivos de la política analizada, sin embargo esta responsabilidad es compartida entre el MinTIC y el Ministerio de Educación Nacional; según lo dispuesto en la Ley 1341 de 2009, en donde se establece la responsabilidad de estas instituciones de “Poner en marcha un Sistema Nacional de alfabetización digital”.

Pese a que Colombia aún no logra alcanzar los mismos niveles de penetración digital que los países en vías de desarrollo, no debe esperar alcanzar esta meta para diseñar, implementar y medir una política pública que alfabetice digitalmente a las personas y genere capacidades propicias para acceder a la Sociedad de la Información y posteriormente a la del Conocimiento.

Bibliografía

- ARIAS M. (2000). "La Triangulación Metodológica: Sus Principios, Alcances y Limitaciones". Medellín: Universidad de Antioquia.
- COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA Y EL CARIBE CEPAL (2002). Los Caminos Hacia una Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe. Punta Cana.
- DENEULIN S. (2015). Aportes del Enfoque de las Capacidades a Políticas en América Latina. Reino Unido: Universidad de Bath.
- DUARTE F. y FRANCISCO H. (2011). Inclusión Digital, Tres Conceptos Clave: Conectividad, Accesibilidad, Comunicabilidad en Revista Electrónica de Recursos de Internet Sobre Geografía y Ciencias Sociales. Universidad de Barcelona.
- KATZ R. y CALLORDA F. (2015). Iniciativas para el Cierre de la Brecha Digital en América Latina. Telecom Advisory Services, LLC para ASIET.
- MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES MIN-TIC (2011). Documento Vivo Plan Vive Digital. Bogotá.
- OBSERVATORIO COLOMBIANO DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA (2016). Indicadores de Ciencia y Tecnología Colombia 2015. Bogotá
- ORGANIZATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT (2001). Understanding the Digital Divide. Paris: OECD Publications.
- PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO PNUD (1990). Informe de Desarrollo Humano 1990. Bogotá: Tercer Mundo Editores S.A.
- PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO PNUD (2001). Informe Sobre Desarrollo Humano 2001 Poner el Adelanto Tecnológico al Servicio del Desarrollo Humano. Nueva York: Mundi-Prensa Libros S.A.
- RIBEIRO F. (2013). Inclusión Digital como Política Pública: Disputas en el Campo de los Derechos Humanos.
- RÜDIGUER F. (2003). As teorias da Cibercultura: Perspectivas, questões e autores. Porto Alegre: Sulina.
- SCHWARTZ G. (2006). Educar para a emancipação digital em Reescrevendo a educação: propostas para um Brasil melhor. São Paulo: Ática; Scipione; Fundação Victor Civita.
- SCOTT R. (2005). Reflexiones sobre la Inclusión Digital en la revista Nueva Sociedad 195. Buenos Aires: Fundación Foro Nueva Sociedad.
- SEN A. (2000). Desarrollo y Libertad. España: Editorial Planeta.
- ZABALA V. (2008). La literacidad o lo que la gente hace con la lectura y la escritura en Revista: Textos y didáctica de la lengua y la literatura No. 47. Barcelona: Grao.

Biografía

Maureen Merchán de las Salas es Ingeniera Telemática y Especialista en Derecho y Gestión de Telecomunicaciones de la Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador. Maestrante del programa en Desarrollo Humano de FLACSO, Argentina y consultora de la Escuela de Formación Virtual de PNUD. Cuenta con experiencia en regulación, formulación y administración de proyectos en empresas de telecomunicaciones, investigadora interesada en el análisis de políticas públicas de ciencia, tecnología e innovación desde la perspectiva del desarrollo humano. Correo electrónico: maureenmerchan@gmail.com

Relación entre el uso de videojuegos y la sociabilidad en jóvenes de 14 a 21 años en Concepción, Chile

Universidad de Concepción

Sebastián Basso Plaza
sbasso@udec.cl

Resumen

Pese al alto consumo global de nuevas tecnologías, y de videojuegos en particular, el auge de estos últimos en Chile ha sido un tema obviado. Por ende, es crucial generar material sobre el consumo de videojuegos y su relación con la sociabilidad, para aclarar su impacto actual y cómo los jóvenes usan estas herramientas digitales como plataformas sociales.

Este artículo presenta los principales resultados de un estudio exploratorio-descriptivo acerca del modo en que se relaciona el uso de videojuegos y la sociabilidad de los jóvenes. En esta investigación, realizada en Concepción, Chile, se recolectaron los datos a través de la técnica cualitativa de *focus group*. Se realizaron tres focus group donde participaron un total de 17 jóvenes de entre 14 y 21 años.

Los principales resultados de este estudio señalan que los videojuegos son espacios de interacción en el que se practican y fortalecen las competencias comunicativas, además de reforzar la autoestima de sus usuarios. De hecho, los jóvenes prefieren hacer uso de los videojuegos en instancias que les permitan jugar con otras personas tanto de forma presencial como digital. Adicionalmente, el uso de videojuegos responde a la necesidad de evadir la realidad e ir a “otro mundo”; necesidad provocada por algún problema de índole personal o familiar. Así, el videojuego se transforma en un refugio, un mecanismo de evasión que puede repercutir en generar altos grados de inmersión en dichas plataformas de entretenimiento.

Palabras claves:

Videojuegos; sociabilidad; jóvenes; consumo; sociales.

Summary:

Even though the large consumption of new technologies, and video games in particular, the rise of these later in Chile has been an obviated topic. It is therefore crucial to generate material on video game consumption and its relationship with sociability in order to clarify its actual impact and how young people use these digital tools as social platforms.

This paper presents the main findings of an exploratory-descriptive study about how the use of video game is related to young people sociability. In this research, done in Concepcion, Chile, data was collected through a qualitative technique: the focus group. Three focus groups were done with the participation of 17 young people, whose age range from 14 to 21 years.

This study's main findings indicate that video games are interaction spaces in which young people practice and strengthen

their communicative skills, besides of bolstering their self-esteem. In fact, young people prefer to use videogames in circumstances that allow them to play with others. In addition, the use of video games responds to the need of evading the reality and going to “other world”; a need that is caused by any personal or familiar problem. Thus, video games become a refuge, a mechanism of evasion that can have repercussions in the generation of high levels of immersion on those entertainment platforms.

Keywords:

Video games; sociability; young people; consumer; social.

Introducción

En las nuevas tecnologías y narrativas se encuentra el auge de los videojuegos. Estos medios digitales son la mayor industria de entretenimiento, superando al cine y la televisión. En 2014, según los resultados de una encuesta realizada por *GFK Consumer Choices* en Chile, un 34% de la población poseía una consola de videojuegos. El mismo año, se generaron más de 130 millones de dólares sólo en ventas de videojuegos.

Desde el inicio de la masificación de los videojuegos han surgido diferentes ideas respecto a sus repercusiones en la población, el prejuicio común los asocia con aislamiento o pérdida de capacidades sociales (Selnow, 1984).

La presente investigación examina de qué manera se relaciona la sociabilidad en los jóvenes y su grado de consumo de videojuegos. Considerando la escasez de estudios sobre este tema en Chile y en la provincia de Concepción, los resultados aportan antecedentes relevantes para posteriores análisis sobre los mecanismos de evasión, de comunicación, inmersión y sociabilidad.

Marco teórico**Teorización del juego**

“En qué grado la cultura misma ofrece un carácter de juego” (Huizinga, 1983, p. 8), se debe entender que los seres humanos enmarcan diferentes procesos o acciones que se convierten en actividades lúdicas, por lo que los fundamentos al momento de jugar pueden ser asociados a múltiples razones.

Estos procesos se encuentran asociados a la Teoría de la Ludificación (Deterding, 2011), la cual define el juego en base a cuatro rasgos: objetivos, reglas, retroalimentación y participación voluntaria (McGonigal, 2011). Los objetivos dictan la razón de jugar, el máximo logro a alcanzar. Las reglas abordan las limitaciones o parámetros que norman la planificación de las soluciones a las situaciones que se enfrenta el videojugador. Las estadísticas, puntajes o avances de cada persona en un determinado escenario, constituyen la retroalimentación o *feedback* de cada jugador. Por último, la participación voluntaria se refiere a que jugar es una decisión propia, en tanto que al momento de iniciar se aceptan las reglas que cada juego posee.

Estos cuatro puntos convergen en un quinto: el factor social, que concibe la posibilidad de que se establezcan relaciones en torno a los juegos. De igual forma considera la influencia cultural y social que se genera.

Para Russel (1970), las actividades lúdicas son asociadas a deseos de las personas de evadir la realidad, ya que el juego está asociado a la capacidad de crear e imaginar, fomentando escapar de la situación real.

Groos (1902) fue pionero en reconocer el rol del juego como un objeto de investigación científica con su Teoría del Juego como Anticipación Funcional, siendo su principal premisa que el juego es una preparación para la vida adulta y la supervivencia. De esta manera, el jugar desarrolla las funciones y capacidades que preparan a los niños para ejecutar labores de adultos. Groos concluye que la naturaleza del juego es biológica e intuitiva.

Los juegos desde un comienzo han sido dramatizaciones de las actividades humanas (McLuhan, 1964, p. 208-209). La guerra y la construcción son algunas de las representaciones que pueden ser concebidas en juegos. Sin embargo, estos rituales representados en juegos, siempre varían dependiendo del lugar, la época y el jugador.

Juventud *online*

Siendo los adolescentes parte del objeto de estudio, se asume que es imposible separar al joven moderno de la tecnología y menos de lo virtual. De hecho, lo virtual facilita las interacciones de individuos en plataformas no físicas (Lévy, 1998) categorizadas como *online*.

Katz, Blumler y Gurevitch (1973) articularon la *Teoría de Usos y Gratificaciones* (TUG) para investigar los medios masivos de comunicación, en el siglo pasado, al analizar a la audiencia activa por sobre el contenido del medio. Los autores categorizaron las gratificaciones que experimenta la audiencia en base a las necesidades que buscan satisfacer. Estas son necesidades cognitivas (aumentar el conocimiento), afectivas o estéticas (experiencias placenteras), de integración personal (mayor confianza, credibilidad y lazos afectivos más fuertes) y de evasión (escapar de lo cotidiano o entretenerse)

Una quinta necesidad viene de la audiencia o el usuario activo. Actualmente, el usuario activo es quien busca informarse o saciar necesidades, siendo consumidor y productor de un determinado producto al mezclar estas acciones y volviéndose un prosumidor (Toffler, 1980).

Al mismo tiempo, existe una tendencia a surcar el ciberespacio, o mejor dicho, para jugar y compartir en cooperación con otros. Por lo tanto, los productos generados por usuarios, o *gamers*, tienen una función social: unir personas bajo la premisa de divertirse (danah boyd, 2014).

Marco metodológico

Para efectos de la investigación se consideraron todos los videojuegos existentes hasta enero del 2016 y sus distintos soportes (consolas, computador y dispositivos móviles). La investigación es de carácter cualitativo y de tipo exploratorio-descriptiva, aplicada en tres establecimientos educacionales de la provincia de Concepción (Chile): colegio municipal de niñas, particular subvencionado mixto y universidad privada (primer año de enseñanza media y primer año de universidad). Se realizaron tres *focus group* con jóvenes de entre 14 a 21 años, donde el número total de participantes fue 17, siendo 10 de ellos hombres y 7 mujeres.

Durante el procesamiento de datos, a través del *software* ATLAS.ti, cada investigador estableció diferentes códigos según la información contenida en las respuestas de los participantes, para luego ser comparados y analizados en grupo.

A partir del análisis de los datos recogidos en los *focus group* emergieron diferentes categorías y se extrajeron dos temáticas principales: Usos de videojuegos y Sociabilidad.

Análisis y resultados

Usos de videojuegos

Evasión e inmersión

Los participantes de los tres *focus group* expresaron que una de las principales razones de por qué se introducen en los videojuegos es para evadir situaciones reales complejas o problemáticas. Dentro del marco de problemáticas identificadas durante la investigación, las mayores fuentes de conflictos que llevan a buscar la evasión son: problemas familiares, de sociabilidad, el sentido de pertenencia y la construcción de la identidad.

En mi experiencia, podría como definirlo [el videojuego] en una palabra y sería como refugio.

Las seis participantes del primer *focus group* coincidían en que el objetivo y la razón de ser de los videojuegos es la oportunidad de crear o conocer un mundo diferente, alejado del real, de sus problemáticas y de su cotidianidad.

Es como entrar en otro mundo. - En realidad para eso son los videojuegos”

Al ser efectiva la evasión, el proceso se vuelve rutinario, generando una realidad más atractiva y satisfactoria, cumpliendo su necesidad de escape que conlleva a una mayor dedicación. Se teoriza que el individuo pierde noción y no distingue lo real de lo virtual. No obstante, los jugadores afirman que distinguen el mundo ficticio del real y pueden saltar entre ellos a voluntad.

Estos saltos, cada vez más profundos y prolongados, llevan al jugador a una inmersión constante y, de emanciparse del problema a evadir, se vuelve un hábito que perdura durante los años. Dentro de la investigación, se evidencia un caso de inmersión en los videojuegos que fue esencial para ayudar a superar una condición patológica.

Tengo depresión clínica (sollozando) y eso me ayudó caleta como a no irme al carajo, por así decirlo y por eso le tengo, le debo, harto a los videojuegos.

De esta forma, jugar se vuelve satisfactorio, evolucionando del mecanismo de defensa a uno de superación y fortalecimiento propio. Llegando a cumplir una función terapéutica. Al cumplir los objetivos del juego, se alimenta el ego y la autoestima, provocando un sentido de superación y gratificación.

Sociabilidad

Lazos afectivos

Todos los participantes del estudio concuerdan en que la última finalidad de jugar es reunirse y compartir con los amigos. Uno de los participantes ilustra este consenso gracias a *Steam*, un almacén *online* de compra de videojuegos y que comparte con sus amigos.

En *Steam*, mi biblioteca tiene como más de 100 juegos y le comparto biblioteca a él (apuntando a otro participante), y a otro amigo más, o sea que cuando yo no estoy jugando, pueden jugar a todos mis juegos.

Estas interacciones entre conocidos son las que refuerzan o retoman su relación a través del juego, o la unión que una partida genera entre dos personas apartadas geográficamente.

Instancias que condicionan lo dinámico que puede ser forjar una amistad y convierte a los juegos *online* en un terreno de práctica y mejora de las habilidades comunicativas.

Dentro de las principales opiniones, se reconocen los saltos de confianza que se pueden realizar entre pares, eludiendo normas tradicionalmente establecidas de socialización.

Un compañero que no veía hace 7 años y me dijo, un día me habló por Facebook y me dijo “oye ¿tu jugai LoL?” yo le dije “sí – juguemos juntos po hueón” y empezamos a reencontrarnos de nuevo, después de 7 años que no nos veíamos.

No hubo como el problema de conocer a alguien nuevo, como que el juego nos acercó y de repente nos hueveamos así super como si ya nos conociéramos de antes.

A juicio de los participantes más escépticos, ese dinamismo *online* suele llevarse a cabo mediante el método de ensayo y error, y aunque un individuo mejore sus habilidades sociales, puede que su entorno limite las interacciones que pueda realizar en él. Por lo que el miedo al rechazo se liga a ser precavido y causa una actitud retraída.

Ciertos familiares de los participantes han facilitado su ingreso al mundo de los videojuegos, siendo un ritual transversal a la edad. Sin embargo, hay casos de familiares resistentes a las nuevas tecnologías en general, y videojuegos en particular, debido al poco conocimiento sobre las actividades que se pueden realizar en estas plataformas. Por lo tanto, al momento de usar dicha plataforma, su familiar lo asociaba enseguida con una actividad lúdica o de ocio, pasando de la inquietud, al rechazo.

Finalmente, los participantes hacen hincapié en la autoridad que deben ejercer los padres al momento de facilitar/controlar el consumo de videojuegos (y tecnologías), siendo ellos los que entregan los medios para adquirirlos.

Adicción

La alta inmersión y dedicación al uso de videojuegos se transforma en una amenaza que afecta directamente a las relaciones sociales de los jóvenes y sus competencias comunicativas. No se reconoce la adicción sólo como el aislamiento de un individuo, también se establecen grupos con los mismos intereses que se segregan de ciertas instancias, pero que no dejan de socializar entre sí.

Por su parte, la mayoría de los jóvenes reconocen la adicción como una limitante que conlleva a ser monotemático ante personas que no comparten sus intereses por los videojuegos. No obstante, opinan que jugadores y no jugadores son quienes traban la comunicación a base de prejuicios.

Te invitan a salir tus amigos, no sé po', a compartir o algo y tú preferí' quedarte jugando. Es como obvio igual que tu solo te, como que te encerrai' en eso.

Discriminación

Los participantes de los *focus group* coinciden en que la discriminación es transversal en el mundo de los videojuegos tanto hacia los videojugadores como entre ellos mismos. La relación entre un jugador veterano y un novato es similar a la de un clan, donde el nuevo debe probar su valor ante los más experimentados para ser aceptado. Este modelo no es una regla general, ya que la mentalidad actual de quienes juegan *online* es de construir comunidad. Sin embargo, tal como se mencionaba, la discriminación trasciende la experiencia, si se es jugador o no, y el género, siendo este un punto constantemente álgido.

Es recurrente que en los videojuegos se cosifique la figura femenina en personajes débiles, poco relevantes o simplemente estéticos. Existe un machismo latente en el diseño

de los videojuegos que traspasa a la comunidad. El ver o encontrar a una mujer jugando de forma *online* es casi sinónimo de acoso.

Siempre ha estado el estigma de que las mujeres no juegan videojuegos (otros integrantes se muestran de acuerdo a esta opinión)...o sea cuando recién empecé a jugar y yo tenía que ocultar mi identidad...y como que eso igual me complicaba un poco.

Conclusiones

Existe una estrecha relación entre los videojuegos y la sociabilidad en los jóvenes. Dicha relación no limita las aptitudes comunicativas, ni establece parámetros que afectan la relación de los jugadores con sus pares. Por lo mismo, se puede afirmar que los videojuegos en vez de ser una amenaza, son un espacio de interacción en el que se practican y fortalecen las competencias comunicativas, además de reforzar la autoestima. Así por ejemplo una participante (universitaria) pudo manejar su depresión diagnosticada gracias al refugio que le ofrecieron los videojuegos.

En contraste con los planteamientos de Selnow (1984), quien manifestaba que los videojuegos tienen un supuesto potencial a convertir al jugador en un ser aislado, los hallazgos señalan que los jóvenes prefieren hacer uso de los videojuegos en instancias que les permitan jugar con otras personas tanto de forma presencial como digital. Además, los *focus group* corroboran que el videojuego *online* proporciona la oportunidad de acelerar el proceso de generación de confianza entre los individuos, produciendo saltos en el establecimiento de una relación amistosa. Esto se genera cuando los videojuegos constituyen un espacio de trabajo en equipo obligatorio en pos de cumplir objetivos.

Los jugadores comprenden que no pueden, ni deberían, sólo hablar de videojuegos ya que entienden que los gustos ajenos y los suyos pueden no ser compartidos ni ser acordes al contexto. Al ser un tema focalizado, es difícil compartir la experiencia con aquellos que no han jugado antes, pero esto no quiere decir que sus niveles de sociabilidad se vean afectados, sí significa que serán cautos respecto a las temáticas que hablan y comparten.

A partir de los resultados se puede señalar que existe un alto grado de satisfacción relacionado al uso de videojuegos, ya sea al jugar de modo *online* u *offline*, que puede ser relacionado a tres de las cuatro categorías descritas por Katz, Blumler y Gurevitch (1973) en su Teoría de Usos y Gratificaciones, puntualmente en las necesidades estéticas, de integración y de evasión. Respecto a estas últimas, tal como plantean autores como Spencer (1985), Schiller (1968) y Russel (1970), parte de esta satisfacción se puede relacionar a la necesidad de evadir la realidad e ir a “otro mundo”, provocada por algún problema de índole personal o familiar.

En el mismo sentido, el principal uso que se le da a los videojuegos, según los datos de la investigación, es constituir un refugio, un mecanismo de evasión que puede repercutir en hacer habituales altos grados de inmersión, lo que a su vez puede trascender a la necesidad de escape. Es importante destacar que la utilidad de los videojuegos en esta materia no debe ser subestimada, ya que incluso hay casos presentados en los *focus group* que indican que puede ser utilizada como una ayuda para personas que padecen problemas psicológicos como la depresión.

Bibliografía

- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
- Deterding, S. et al. (2011) *Gamification: Toward a Definition*. Vancouver, Canada. Revisado en <http://gamification-research.org/wp-content/uploads/2011/04/02-Deterding-Khale-d-Nacke-Dixon.pdf>
- Martinez, E. (2008) *El juego como escuela de vida: Karl Groos*
- Huizinga, J. (1938): *Homo ludens*. Madrid, Alianza
- McGonigal, J. (2011), *Reality is Broken: Why Games Make us Better and How Can Change the World*.
- Katz, E., Blumler, J., y Gurevitch, M. (1973). *Uses and Gratifications Research*. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. Revisado en <http://www.jstor.org/stable/2747854>.
- Lévy, P. (1998). *Qu'est-ce que le virtuel?*. Paris: La Découverte.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: the Extensions of Man*. New York: The New American Library.
- Russel, A. (1970): *El juego en los niños*. Barcelona, Herder.
- Selnow, G.W. (1984). *Playing video games. The electronic friend*. *Journal of Communication*, 34 (2), 148-156.
- Schiller (1968): *La educación estética del hombre*. Madrid, Espasa-Calpe.
- Spencer, H. (1985): *Principios de Psicología*. Madrid, Espasa-Calpe.
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave: The Classic Study of Tomorrow*. New York, NY: Bantam.

Biografía

Sebastián Basso Plaza (sbasso@udec.cl) es Licenciado en Comunicación Social y estudiante de Periodismo de la Universidad de Concepción, Chile. Ha centrado su investigación en sociabilidad y medios digitales.

Fortalecimiento del tejido social desde los Kioscos Vive Digital. Caso de Unguía, Chocó, Colombia¹

Universidad Pontificia Bolivariana

Evelyn Zuluaga Quiceno
evelyn_z_q@hotmail.com

Resumen

Esta ponencia pretende analizar cómo desde los procesos comunicativos que se manifiestan en los Kioscos Vive Digital se fortalece el tejido social que había sido roto por las dinámicas del conflicto armado, estudiando el caso del municipio de Unguía, Chocó, donde gracias a los Kioscos la gente se ha apoderado de la palabra para dejar de ser representados por otros, generando procesos de visibilización y construyendo sentido y acuerdos colectivos. Los resultados fueron obtenidos por medio de una investigación cualitativa, observación no participante y entrevistas dirigidas.

Palabras clave

Tejido social; tecnologías de información y comunicación; conflicto; Kioscos Vive Digital.

Abstract

This presentation pretends to analyze how the communicative processes inside Vive Digital Kiosks strengthen the social fabric that had been broken by the dynamics of the armed conflict, by studying the case of Unguía, Chocó, where thanks to the Kiosks the people have taken over the word to stop being represented by others, generating processes of visibility and construction of collective sense and agreements. The results were obtained by a qualitative research, not participant observation and interviews.

Keywords

Social fabric; technologies of information and communication; conflict; Vive Digital Kiosks.

Resumo

Este relatório busca analisar como dos processos comunicativos que são manifestados nos Quiosques Vive Digital fortalecem o tecido social que tinha estado quebrado pelas dinâmicas do conflito armado, estudando o caso da municipalidade de Unguía, Chocó, onde graças aos Quiosques as pessoas tomaram posse da palavra para deixar de ser representado através de outros, criando uma visibilidade e construindo sentido e acordos coletivos. Os resultados foram obtidos por meio de uma investigação qualitativa, observação não participante e dirigiu entrevistas.

Palavras chave

Tecido social; tecnologias de informação e comunicação; conflito; Kioscos Vive Digital.

¹ Esta ponencia hace parte del trabajo de grado *Potencialidades de los Kioscos Vive Digital para el fortalecimiento del tejido social y la construcción de una cultura de paz en Unguía, Chocó*, realizada como pre requisito para obtener el título de grado de Comunicación Social y Periodismo en la Universidad Pontificia Bolivariana.

Introducción

Colombia ha albergado entre sus montañas por más de 60 años un conflicto armado que ha cambiado de actores y colores, pero todos cosechan el miedo y el terror que desconfiguran las relaciones sociales, rompen la confianza e implantan una autoridad ilegítima, en especial en zonas rurales donde el abandono del Estado deja a las poblaciones sin una institución que los ampare para retomar el orden social.

Actualmente el país atraviesa un proceso de paz con la guerrilla de las FARC, uno de los actores en el conflicto, momento que nos permite preguntarnos sobre qué se necesita para recoger los frutos de la violencia y sembrar una verdadera paz territorial, ya que firmando un papel no se solucionarán los problemas en los lugares afectados.

Aprovechando uno de los programas del Gobierno Nacional, ya que es clave la presencia estatal para implantar nuevos referentes en territorios abandonados, esta investigación quiere analizar cómo los Kioscos Vive Digital (KVD) pueden ayudar a fortalecer el tejido social que ha sido roto por la violencia, empoderando a las personas sobre su territorio y construyendo entre ellas referentes de paz que les den una alternativa para solucionar los conflictos por medio del uso de la comunicación.

Kioscos Vive Digital es un proyecto del Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación (MinTic) que se comenzó a implementar desde 2010 y pretende crear acceso y apropiación a internet para territorios de más de 100 habitantes, en las zonas más alejadas y vulneradas de Colombia. Esta es una de las mayores inversiones que se han hecho para dar conectividad al campo colombiano, en la que se destinó 1 billón de pesos para 7.621 Kioscos Vive Digital, que son lugares de fácil acceso para la comunidad, que cuentan con computadores e internet (MinTic en Arias, 2015, p.109).

Para este trabajo se determinó hacer un estudio de caso investigando al municipio de Unguía, en el departamento del Chocó, porque tiene más de 5 Kioscos Vive Digital² y ha sufrido de los estragos de la violencia causados por diferentes actores armados. A partir de una investigación cualitativa y con técnicas de observación no participante, entrevistas y análisis de piezas de contenidos, se logró extraer la información en la que se sustenta la ponencia.

Objetivo general

Analizar cómo se fortalece el tejido social por medio de la comunicación que se da en los Kioscos Vive Digital en Unguía, Chocó.

Objetivos específicos:

- Evidenciar cómo es el proceso de información y formación de opinión pública desde los Kioscos Vive Digital.
- Descubrir si por medio de los Kioscos Vive Digital se construye el sentido colectivo de la comunidad.
- Identificar los procesos de diálogo y de construcción de acuerdos colectivos que se producen con las herramientas que prestan los Kioscos Vive Digital.
- Describir cómo se han utilizado los Kioscos Vive Digital para alinear acciones estratégicas para la movilización y el cambio social.
-

² Hay un Kiosco en la casco urbano y los demás divididos en algunas veredas.

Marco teórico

Contextualización del territorio

Unguía es un municipio colombiano que se encuentra en el límite con Panamá y en medio de la espesa selva chocoana. La única forma de llegar a su suelo es atravesando el río Atrato, ya que no se encuentra conectado con las carreteras que llevan al centro del país. Este aislamiento del territorio ha hecho que el pueblo esté sumido en un abandono por parte del Estado y falta de desarrollo.

En la región hay precarias escuelas y centros de salud, caminos de herradura, pobreza y concentración de tierras en manos de unos pocos, pero sobre todo es un punto estratégico para las rutas del narcotráfico y los grupos ilegales. En los años 90 del siglo XX la guerrilla de izquierda de las FARC se toma el pueblo, convirtiéndolo en campo de batalla para la lucha contra los paramilitares, conformados en pro de la defensa de los intereses de los terratenientes, haciendo de los campesinos víctimas de las amenazas y del desplazamiento. Actualmente ejercen el control las bandas criminales, células que aparecieron después de la desmovilización de los paramilitares.

Que llegue la conectividad a aquel territorio alejado de la centralidad del país, dejado a la deriva, inexistente para la mayoría de los colombianos, significa mucho más que una pretensión para imponer la modernización³. Desde los Kioscos Vive Digital se han generado procesos comunicativos y sociales que les han permitido tener voz y reconocimiento para hacer presencia en el mapa y ser tenidos en cuenta.

Marco conceptual

Cuando un conflicto armado golpea la sociedad civil, la forma como se hilta su realidad se desbarata y la gente queda sin formas de narrar las experiencias de la vida diaria y de “construir un sentido de continuidad entre esas partes, que es lo que da sentido a la vida individual y colectiva” (Rodríguez citado en Bonilla, Borja, Iguarán y López, 2007, p.102). La violencia también arrebató la palabra y la libertad de pensar, ya que por medio de la fuerza se imponen unas formas de actuar y obedecer ante la ley de los fusiles.

El tejido social, entendido como un “conjunto de relaciones efectivas que determinan las formas particulares de ser, producir, interactuar y proyectarse en los ámbitos familiar, comunitario, laboral y ciudadano” (Romero en Mendivil, Racedo, Meléndez, Rosero, 2015, p.13), se fragmenta y transforma según las dinámicas que los actores armados imponen.

Las comunidades que han sido silenciadas por la guerra, donde los espacios de socialización quedan reducidos a los permitidos por el conflicto, deben empoderarse de sus territorios y volver a tomar la palabra pacíficamente. La comunicación se vuelve en un factor clave para fortalecer de nuevo el tejido social fragmentado, haciendo que la gente vuelva a convertirse en ciudadano al posibilitar el uso de porciones de poder en medio de sus relaciones cotidianas (con sus familiares, vecinos, amigos) para que transformen a la comunidad hacia la visión que tienen del futuro, reconociendo al otro como un interlocutor necesario para superar las huellas del conflicto (Bonilla, Borja, Iguarán y López, 2007, p.106).

José Miguel Pereira propone que la comunicación puede ayudar a reconstruir el tejido social en cuatro dimensiones: “como proceso de información y de formación de opinión pública, en la construcción de sentido colectivo, como proceso de argumentación y deliberación para la construcción de acuerdos colectivos y como acción estratégica para la movilización y el cambio social” (Pereira citado en Bonilla et al, 2007, p. 106).

³ En Unguía solo funciona una compañía de telefonía móvil y el internet que llega a la zona es inestable, además de que no toda la población cuenta con herramientas tecnológicas. Los KVD traen una conexión que mejoran la calidad del internet y computadores que ponen las Tic al alcance de la población.

Estas cuatro dimensiones son importantes porque desde allí se analizará cómo se fortalece el tejido social por medio de las comunicaciones que se generan desde los Kioscos Vive Digital, entendidos como herramientas que posibilitan la capacidad comunicativa, el aprendizaje comunitario y la creación de un punto de encuentro abierto para toda la población.

Carlos Obando Arroyave en su texto *Internet: ¿potenciará el desarrollo comunitario?* (2005), especifica que las TIC no pueden ser un fin en sí mismo, sino que deben ser herramientas que ayuden a construir soluciones reales a los problemas del ciudadano, dando alternativas de participación desjerarquizadas, horizontales, acceso equitativo, usos significativos y empoderamiento eficaz.

Por eso desde los Kioscos Vive Digital se forman entramados de relaciones que buscan soluciones a sus necesidades y que serán soportadas por plataformas tecnológicas como el correo electrónico, Facebook y motores de búsqueda, creando un proceso de interacción comunitaria que forma una red social, definida como:

El tejido de relaciones entre un conjunto de personas que están unidas directa o indirectamente mediante varias comunicaciones y compromisos que pueden ser vistos como una apreciación voluntaria o espontánea, que es heterogénea y a través de los cuales cada persona está buscando dar y obtener recursos de otros (Díaz, 2007, p.99).

Resultados

Proceso de información y formación de opinión pública

En Unguía no hay un medio local que cuente lo que está pasando a su alrededor, la televisión nacional ha cumplido el papel de informarlos con lo que sucede en el resto del país, pero su territorio tiene una mínima representación en estos noticieros, haciendo que poco interesen los contenidos transmitidos porque no tienen relación con el contexto del colectivo. Pero gracias a las tecnologías de información y comunicación que les prestan los Kioscos Vive Digital las personas han encontrado cómo informarse sobre lo que les importa.

Facebook se ha convertido para la población en un espacio comunicativo donde convergen las noticias, ya sea porque alguien comparte artículos que le interesa a la comunidad o porque ellos se convierten en narradores de su propia realidad, problemáticas, orgullos y necesidades. El internet les permite una participación horizontal en la que se crea un espacio alternativo de diálogo y una oportunidad para que su voz sea escuchada libremente, fortaleciendo el tejido social que había sido invadido por la desconfianza en el otro y la falta de voluntad para hablar.

Construcción de sentido colectivo

Las poblaciones que son intervenidas por el conflicto armado experimentan en sus relaciones cotidianas una dosis de caos, incertidumbre y terror, porque la violencia quiebra las redes de sentido que se habían construido en el tejido social. La comunicación toma un papel importante en la reconstrucción de estos sentidos porque es la que permite que la gente se vuelva a apropiarse de la palabra para construir una identidad, “por medio de la interacción los sujetos se apropian de su futuro mientras cuentan al mundo, en sus propios términos, de sus culturas, narrativas y esperanzas” (Bonilla et al, 2007, p.103)

Narrar cómo los ungueños comprenden el territorio es una necesidad para reafirmarse como colectivo, para limpiar su nombre y sembrar referentes de paz. El país se ha quedado con ideas desactualizadas de Unguía, ligadas a la violencia, y a los principales medios de información en Colombia poco les interesa contar lo que pasa en un pequeño pueblo del

caribe chocono. Por eso los Kioscos Vive Digital se convierten en una herramienta accesible que les permite tener una comunicación bidireccional, donde ellos pueden expresar a otros lo que es Unguía desde sus imaginarios, permitiendo que la población se empodere de su realidad mientras escriben sus cotidianidades, cuentan lo que pasa y quiénes son por medio del chat, correo electrónico o redes sociales.

Proceso de argumentación y deliberación para la construcción de acuerdos colectivos

La alternativa ante la violencia, que imponía decisiones en las que la ciudadanía no se veía representada, es la de crear espacios comunicativos en los que exista un reconocimiento de las pluralidades y diferencias, una confrontación respetuosa de los intereses individuales y colectivos, pero sobre todo “la existencia del otro como interlocutor válido y necesario para superar por completo el conflicto” (Bonilla et al, 2007, p.102). El diálogo se convierte en una herramienta clave para superar las viejas imposiciones, ya que se ve al otro como un ser humano y no como una herramienta para ser explotada.

Con los Kioscos Vive Digital y las oportunidades que trae internet el diálogo se transforma a través de plataformas digitales, haciendo que la argumentación se haga la mayoría de veces de forma escrita y que quede registrada, para que la información perdure en el tiempo y otras personas puedan seguir aportando aunque no se encuentren en el instante en que se da la conversación. Esto hace más incluyente y abierta las oportunidades para construir los acuerdos colectivos.

Una de las plataformas más utilizadas en Unguía para construir acuerdos sobre lo público es el perfil de Facebook de la Alcaldía, allí las personas interesadas en aportar su opinión lo pueden hacer comentando sobre las publicaciones que pone la Alcaldía con un tema que le compete a la comunidad. En este espacio las personas pueden identificar problemas y decidir qué hacer para superarlos, y su modelo horizontal permite el fortalecimiento del tejido social en el cual la participación de todos es aceptada.

Acción estratégica para la movilización y el cambio social

En sociedades donde la violencia armada hace presencia se censuran las ideas y el miedo reprime las iniciativas de organización, la capacidad de la gente para la acción política y la defensa de los derechos, reduciendo el poder del ciudadano para ser pisoteado por la voluntad e intereses de los que tienen el poder ilegítimo.

Por eso antes de llegar a la acción, es importante que se creen procesos de empoderamiento colectivo sobre el territorio y una observación de cuáles son las necesidades que se pueden resolver desde la comunidad, para así encontrar las estrategias que basadas en la cooperación tengan como fin la solución de los problemas.

Los Kioscos Vive Digital y el internet son herramientas maleables que han sido utilizadas en Unguía tanto para entretener como para acompañar a procesos sociales que alcanzan objetivos como la visibilidad y la solidaridad de gente ajena al territorio, en especial llamando la atención del Gobierno Nacional con publicaciones de denuncia que se vuelven masivas y logran llegar hasta los oídos de los mandatarios.

Aunque se han alcanzado objetivos de una manera exitosa por medio de la red en Unguía, hace falta fomentar más la consciencia política entre la población, porque es un minoría la que ha utilizado las herramientas digitales para orientar soluciones en pro de la comunidad.

Conclusiones

Los Kioscos Vive Digital fortalecen las relaciones y el tejido social porque brindan herramientas que se convierten en espacios alternativos de comunicación para que los ungueños puedan tomar la palabra, dar sus opiniones y reconocer al otro como un interlocutor válido, con el que se dialoga para consolidar acuerdos colectivos en un espacio incluyente donde la comunidad tiene derecho a participar.

Por otra parte, las herramientas de comunicación bidireccional que les prestan las redes sociales les han permitido narrarse desde sus imaginarios y cotidianidades, para dejar de ser representados con connotaciones alusivas a la violencia, como lo hacían los grandes medios de comunicación. Además, haciendo uso de las redes han encontrado la manera de llamar la atención del Estado al hacer visibles denuncias respecto al abandono en el que está sumido el pueblo, convirtiendo a las herramientas digitales en socios estratégicos para el cambio social.

Esta investigación puede ser el punto de partida para que se empiecen a pensar cómo se puede construir una paz territorial usando estratégicamente las herramientas de las que la gente ya se ha apropiado, aprovechando las ventajas de los canales de comunicación que trae el mundo digital en territorios apartados.

Bibliografía

- Alto Comisionado para la Paz. (2015). Entérese del proceso de paz. Bogotá: Oficina del Alto Comisionado para la Paz.
- Arias, D. (2015). El impacto de las telecomunicaciones en la educación virtual y en la consolidación de la democracia en Colombia. *Revista de Academia y virtualidad*, (8), 99-110.
- Bonilla, J; Borja, P; Iguarán, J; y López, M. (2007). Lo que construimos desde abajo: comunicación para la paz en Colombia. (Trabajo de grado). Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Díaz, I. (2007). Víctimas y redes sociales. *Uno mata por amor a la vida: conflictos y justicia restaurativa en el Distrito de Aguablanca*. Cali: Pontificia Universidad Javeriana.
- Mendivil, C; Racedo, Y.; Meléndez, K.; Rosero, J. (2015). El papel de la Comunicación para el cambio social: empoderamiento y participación en contextos de violencia. *Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe*. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.15665/re.v13i1.345>. Fecha de consulta: 28 de septiembre de 2015
- Obando, C. (2005). Internet: ¿potenciará el desarrollo comunitario? *Revista de la Facultad de Trabajo Social*. 21(21). 83-94. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.

Entrevistas

- Medina, Mery. 2016. Entrevista a gestora del Kiosco Vive Digital del casco urbano en Unguía. Entrevistador: Evelyn Zuluaga Quiceno. Unguía, Chocó.
- Ramón, Enrique. 2016. Desplazado de Unguía. Entrevistador: Evelyn Zuluaga Quiceno. Medellín.

Biografía

Evelyn Zuluaga Quiceno es estudiante de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín, Colombia. Está interesada en temas de comunicación para el cambio social y el aprovechamiento de tecnologías de la información y comunicación para lograrlo.

Los câmbios en audiencias de radio: *whatsApp* transforma el oyente en un generador de contenido

Fundação Cásper Líbero

Maria Filomena Salemm
filomena.salemm2102@gmail.com

Resumen

El artículo analiza las transformaciones en la audiencia de la radio desde el momento en que la radio era un mueble de madera en la sala de estar de las residencias hasta la llegada del transistor que se ha transformado en un dispositivo portátil. A partir de la literatura y el diálogo con los estudiosos de los procesos de comunicación por medio de la radio, Ferraretto, Quadros, y Bufarah, observa la progresiva intervención del oyente en la programación de las emisoras de radio en la que, entre otros factores han cambiado los medios de interacción desde la carta, pasando por teléfono, correo electrónico, mensajes de texto a los medios sociales digitales y en la actualidad *WhatsApp*. La inmediatez y la facilidad que proporciona la aplicación *WhatsApp* aumentaron la participación del oyente comienza a influir e interferir en la generación de contenidos de las emisoras de radio.

Palabras clave:

radio; interactividad; audiência; oyente; whatsApp

Abstract

The article discusses the transformations in listening to radio from the time that the radio was a wooden furniture in the living room of the residences until the arrival of the transistor that turned into a portable device. From bibliographic research and dialogue with scholars of communication processes through the radio, Ferraretto, Quadros and Bufarah, notes the progressive intervention of the listener in the programming of radio stations in that, among other factors have changed the means of interaction since the letter, through the phone, email, text messages to digital social media and currently WhatsApp. The instantaneity and ease provided by the WhatsApp application increased the participation of the listener starts to influence and interfere in the generation of content of radio stations.

Keywords:

radio; interactivity; audience; listener; whatsApp

Resumo

O artigo aborda as transformações na escuta radiofônica desde o tempo em que o rádio era um móvel de madeira na sala das residências até a chegada do transistor que o transformou em um aparelho portátil. A partir de pesquisa bibliográfica e do diálogo com estudiosos dos processos de comunicação por meio do rádio, como Ferraretto, Quadros e Bufarah, constata a progressiva intervenção do ouvinte na programação

das emissoras radiofônicas na medida em que, entre outros fatores, se modificaram os meios de interação desde a carta, passando pelo telefone, e-mail, mensagens de texto até as mídias sociais digitais e, atualmente, o WhatsApp. A instantaneidade e facilidade proporcionadas pelo aplicativo WhatsApp ampliaram a participação do ouvinte que passa a influenciar e interferir na geração de conteúdo das emissoras radiofônicas.

Palavras chave:

rádio; interatividade; escuta; ouvinte; whatsapp

Introdução

O objeto desta pesquisa é compreender a influência da intervenção do ouvinte na programação jornalística de uma emissora, e principalmente com o uso do *WhatsApp*, aplicativo que passou a ser utilizado pelas rádios somente em 2014. O que mudou no comportamento do ouvinte da Era de Ouro do rádio até os dias de hoje uma vez que “O ouvinte é uma presença constante na programação radiofônica no Brasil desde o início das transmissões, na década de 1920” (QUADROS, LOPEZ, 2015).

O rádio é um dos meios de comunicação que mais estimula a participação do ouvinte. Se compararmos com outras mídias como a televisão ou o jornal, por exemplo, o rádio é o veículo que mais tem espaço para a manifestação do receptor.

Um dos mistérios deste veículo é justamente a conexão entre os dois atores envolvidos nesta comunicação. O ouvinte, diferente de outros receptores (leitores, telespectadores, internautas) tem uma relação que vai muito além de simples emissor e receptor.

O rádio, em qualquer de suas manifestações comunicacionais, objetiva criar uma relação de empatia com o público. É algo que envolve sentimentos de pertença, da atribuição do papel de companheiro virtual à emissora noção de que aquela estação ou mesmo podcaster representa os anseios, os interesses, as necessidades e/ou objetivos de cada ouvinte (FERRARETTI O, 2104, p.48).

Na década de 30 a chamada *Era de Ouro*, o rádio era um aparelho grande (sem mobilidade) que fazia parte do mobiliário da casa e ocupava um local central na sala de estar. A família se reunia para ouvir rádio. O modo de ouvir ou o hábito de ouvir era influenciado também pela imobilidade do aparelho.

Ao longo das décadas, transcorrido o chamado período de ouro da radiodifusão, o modo de escutar rádio, como se o mesmo projetasse uma imagem, foi se transformando. O grande móvel que ocupava lugar de destaque nas residências não existia mais. O aparelho mudou de tamanho, formato e ganhou mobilidade.

A era móvel do rádio teve início com a chegada do transistor que revolucionou este veículo de comunicação. A tecnologia desenvolvida em 1947 por três cientistas da Bell Telephone Laboratories, em Nova Jersey, nos Estados Unidos (FERRARETTI, 2000, p.137), permitiu a redução do tamanho do aparelho e que o mesmo se libertasse da imobilidade:

Graças ao transistor, o rádio deixou de ser meio de recepção coletiva e tornou-se individualizado. As pessoas podem receber suas mensagens sozinhas, em qualquer lugar que estejam. Essa característica faz com que o emissor possa falar para toda sua audiência como se estivesse falando para cada um em particular, dirigindo-se àquele ouvinte específico (ORTRIWANO, 1985, p. 81).

A evolução da interatividade no rádio

A tecnologia que deu ao rádio mobilidade e acessibilidade encurtou a distância entre emissor e receptor e ampliou a interação.

O rádio se configura como um veículo unidirecional, vertical e hierárquico, aproximando-se muito mais de um canal de distribuição do que de um meio de comunicação propriamente dito. Mas, apesar dessas características, que a princípio seriam responsáveis por isolar emissor e receptores de rádio, impedindo a interação entre os mesmos, esse meio revela em sua trajetória diferentes marcas da participação da audiência, carregando consigo um potencial interativo, apontado desde os anos 1930 pelo ensaísta alemão Bertolt Brecht (QUADROS, LOPEZ, 2015, p.168).

O ouvinte consome e gera conteúdo

Se o transistor revolucionou o rádio, o telefone celular transformou e ampliou a relação entre emissor e receptor. A mobilidade do aparato telefônico permitiu ao ouvinte (no caso do rádio) ouvir o conteúdo radiofônico onde quiser e interagir com o meio onde estiver. O ouvinte, por meio do telefone, interage e serve-se do rádio como um parceiro, um amigo ou até mesmo uma válvula de escape para as angústias, medos e, além disso, utiliza-o ainda como um instrumento político para pleitear benefícios e reivindicar soluções para as mazelas da comunidade e da sociedade.

Há décadas o rádio incentiva a participação através de telefone fixo com perguntas, votações, sondagens de opinião, narração de experiências. Os modos de participação foram incrementados pelas contribuições da tecnologia, especialmente do telefone. Tanto o tradicional fixo como o atual e inovador celular com todas suas variações (CEBRIAN, 2011, p.95).

Para apontar um exemplo dessa interação podemos citar o ouvinte que se transformou em repórter na década de 90, na Rádio Eldorado de São Paulo (emissora que faz parte do Grupo Estado).

Em dezembro de 1993, o jornalista Marcelo Parada, então diretor da emissora, estava à frente do microfone no comando de uma cobertura de início de férias com informações sobre a situação do trânsito nas ruas e nas rodovias. O celular havia chegado a São Paulo uns meses antes e, portanto, ainda era uma novidade. Nesse dia, chovia muito e o trânsito em várias vias e rodovias estava um caos. A reportagem da emissora estava nas ruas, mas não havia como realizar uma cobertura jornalística de todos os fatos que estavam acontecendo na cidade e principalmente prestar serviço ao ouvinte que estava naquele momento sem alternativas em meio a desordem nos caminhos da cidade. Neste contexto toca o telefone na redação, trata-se de um ouvinte que liga para rádio e informa que está parado em um congestionamento na Marginal do Tietê¹. Imediatamente, surgiu a ideia de colocá-lo ao vivo no ar, para que o mesmo relatasse *in loco* o ocorrido (a transmissão da informação ao vivo só foi possível graças ao telefone celular que proporcionou mobilidade ao ouvinte). Após a entrevista com o ouvinte, o jornalista Marcelo Parada fez um chamado no ar para que outros motoristas que estivessem com telefone celular também ligassem para rádio para relatar a situação sobre o local onde estavam. A iniciativa foi um sucesso e continuou a partir de então, como uma marca registrada da rádio Eldorado:

¹ Importante via expressa que liga as Zonas Norte e Sul da capital paulista.

No final da jornada, percebemos que tínhamos um instrumento poderoso nas mãos, mas ninguém havia se dado conta do que aquilo significava. (...) A presença no ar continuou um tanto desordenada até que uma reportagem da revista *Veja São Paulo* destacou o trabalho sob o título *Ouvinte-repórter*. Pronto, foi encontrado o nome que estava faltando! (PARADA, 2000, p.116, 117).

Ao longo do tempo, as formas de interatividade foram se modificando no ritmo dos avanços tecnológicos e também dos hábitos e convívio social do ouvinte.

Mesmo recente, a convergência é uma realidade que já provoca mudanças na maneira de fazer rádio. As emissoras estão identificando este momento de confluência das mídias e explorando novas formas de comunicação com o ouvinte e de geração de conteúdo para além do hertziano, expandindo-se para as plataformas digitais (FLECK; FERRARETO, 2015).

Com o custo elevado das ligações e a proibição, por meio de legislação, de se falar ao celular enquanto se está ao volante² – e aqui cabe uma ressalva: na Capital paulista e também nos grandes centros, o ouvinte, em sua maioria, escuta rádio enquanto está no carro – a interatividade foi explorada em outros formatos: o email e o próprio telefone celular, com suas várias funções, ampliaram a interatividade do ouvinte com meio rádio. A mensagem de texto, SMS (*Short Message Service*), com uma tarifa menor, também foi uma das possibilidades de comunicação móvel utilizadas pelos ouvintes para a interação com o rádio. Essa interação, explica Bufarah Junior (2009,p.9) “coloca a emissora como a mediadora de um diálogo feito entre os ouvintes presos no congestionamento, dando a cada um a sensação de aproximação e solidariedade em torno de um problema comum”.

Por um período, o SMS se mostrou uma ferramenta ágil para a interação, já que a maioria das emissoras paulistas utilizou deste mecanismo não só como um canal de comunicação com o ouvinte, mas como instrumento útil para que as emissoras aferissem informalmente a audiência³, pois a mensagem de texto trazia informações a respeito do ouvinte sem custo, como por exemplo, especificações como o gênero do ouvinte e local de onde ele fala.

Os mecanismos de interação entre o rádio e a audiência se amplificam a medida que a tecnologia desenvolve novos facilitadores para um o maior diálogo entre o emissor e o receptor, ou melhor, os protagonistas do diálogo. Esses novos dispositivos de comunicação são quase que imediatamente incorporados pelas emissoras para dilatar o relacionamento com o ouvinte. Um exemplo são as redes sociais conectadas, como *Facebook* e o *Twitter*, que já estão agregadas ao cotidiano das emissoras radiofônicas e também dos ouvintes. Os dois lados adotaram as redes sociais para a interação.

As emissoras de rádio estão muito atentas a essas mudanças e é possível observar que a maioria delas está no *Facebook* e *Twitter* e, em menor grau, em alguma outra, mas deve estar muito atenta para manter-se nas redes que em cada momento sejam as de maior acesso entre os usuários. As redes sociais chegaram para ficar como os

2 De acordo com o Detran, a lei do Código de Trânsito Brasileiro que proíbe o uso de celular ao volante é de nº 9.503 de 23 de setembro de 1977. A infração é considerada média.

3 A emissora necessita ter uma assinatura de um instituto de pesquisa, o mais utilizado em São Paulo é o IBOPE. A medição de audiência de rádio é realizada por entrevistas recall (retrospectiva), em que o respondente informa sobre as emissoras de rádio ouvidas nas últimas 48 horas (ontem e anteontem) e emissoras ouvidas, ainda que de vez em quando (90 dias antecedentes à coleta). A pesquisa possui amostra móvel trimestral e o universo pesquisado é a população com 10 ou mais anos, residente em domicílios particulares e permanentes nas áreas urbanas, de ambos os sexos, das classes A, B, C, D e E (Critério de Classificação Econômica Brasil - CCEB). As entrevistas são realizadas todos os dias, inclusive nos finais de semana e feriados.

meios de comunicação de relação direta com os membros particulares da sociedade civil em contraposição às comunicações mediadas pelos meios tradicionais, ciberrmeios ou meios móveis sempre controlados por empresas e entidades com interesses diferentes dos que podem ter os próprios usuários (CEBRIAN, 2011, p.101).

A revolução do *WhatsApp*

O mais recente instrumento tecnológico absorvido pelo meio rádio para interagir com a audiência é o *WhatsApp*⁴: um aplicativo de troca de mensagens instantâneas, criado em 2009⁵ pelo americano Brian Acton e o ucraniano Jan Koum. A *WhatsApp Inc.* é uma startup de tecnologia, fundada no coração do Vale do Silício. O nome *WhatsApp* é um trocadilho com *What's Up* (E aí? em português). Koum e seu sócio, Brian Acton, conceberam o *WhatsApp* precisamente como uma plataforma livre e com dois princípios básicos, a privacidade dos usuários e não permitir fazer publicidade nos serviços de comunicação que estavam oferecendo. A página do aplicativo na internet ressalta o diferencial de ser gratuito “*WhatsApp Messenger* é um aplicativo de mensagens multiplataforma que permite trocar mensagens pelo celular sem pagar por SMS”⁶. O aplicativo *WhatsApp* que já é o mais utilizado entre os brasileiros⁷, aqui no país está sujeito à legislação brasileira. Algumas empresas prejudicadas por esta forma de comunicação questionam o fato do aplicativo usar todo o sistema de rede de transmissão de dados sem pagar impostos. No Portal de Legislação da Anatel encontra-se a legislação do setor de telecomunicações e radiodifusão vigente e consolidada. A lei que rege as telecomunicações deve passar por alterações para atender aos novos interesses, dos usuários insatisfeitos, das empresas prejudicadas e do consenso político no congresso nacional.⁸

A *WhatsApp Inc.* cresceu e no dia 19 de fevereiro de 2014 em uma negociação bilionária, o aplicativo foi vendido para o Facebook.⁹ O crescimento continuou e em primeiro de fevereiro de 2016 o *WhatsApp* alcança a média história de um bilhão de usuários pelo mundo. Para comunicar o fato o CEO do Facebook, Mark Zuckerberg, fez o seguinte post na rede social:

Um bilhão de pessoas agora usam o *WhatsApp*. Parabéns Brian e Jan e todo mundo que ajudou a alcançar esta marca. A comunidade do *WhatsApp* mais do que dobrou desde que se juntou ao *Facebook*. Adicionamos a habilidade de ligar para seus entes queridos que estejam longe. Derrubamos a taxa da assinatura e tornamos o *WhatsApp* completamente gratuito. Agora vamos trabalhar para conectar mais pessoas pelo mundo e facilitar a comunicação com empresas (ZUCKERBERG, 2015).¹⁰

4 *WhatsApp Messenger* é um aplicativo de mensagens multiplataforma que permite trocar mensagens pelo celular sem pagar por SMS. Está disponível para iPhone, BlackBerry, Android, Windows Phone, e Nokia e esses telefones podem trocar mensagens entre si! Fonte: [Whatsapp.com](http://whatsapp.com) - Acesso em: 10 fev. 2016

5 Informações retiradas de reportagem do jornal Folha de São Paulo. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/tec/2014/02/1415716-criador-do-whatsapp-jan-koum-foi-de-imigrante-pobre-a-multimilionario.shtml>. – Acesso em: 10 fev. 2016

6 Fonte: <https://www.whatsapp.com/pt-br> – Acesso em: 10 fev. 2016

7 Dados da pesquisa realizada pela Conecta, plataforma web do Ibope Inteligência em 15/12/15- Acesso em 10/02/16

8 < <http://www.anatel.gov.br/legislacao/> > Acesso em: 10 fev. 2016

9 Informações retiradas de reportagem do site G1. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/02/facebook-compra-o-aplicativo-whatsapp-por-us-16-bilhoes.html>> – Acesso em: 09 fev. 2016

10 Nota divulgada no facebook pelo Ceo da empresa, Mark Zuckerberg em inglês e com tradução para o português.- Acesso em: 09 fev 2016

Com diferenças significativas em relação ao *SMS (Short Message Service)*. Uma delas o custo e outra que o torna ainda mais próximo do rádio é a possibilidade de gravação de mensagem em áudio.

Diante de tantos recursos, o rádio, principalmente as emissoras *all news*, descobriram que o aplicativo é, também, um grande aliado na prestação de serviço, sendo muito útil no dia a dia. Quando há essa interação forte entre o ouvinte e o âncora no estúdio o resultado é imediato (CHENI, 2014).

A facilidade e instantaneidade da comunicação pelo aplicativo e a rapidez para colocar a informação no ar, quase que em tempo real, amplia e aproxima o ouvinte do rádio. Quando o ouvinte compartilha, por meio do *whatsApp*, os problemas encontrados no dia a dia ou envia uma mensagem apenas para registrar sua indignação com um problema que está atrapalhando o seu ir e vir, ou ainda nos casos em que são intervenções com informações sobre o trânsito que a emissora não teria sem uma reportagem no local do fato, o ouvinte vai além da interação e passa a ser um gerador de conteúdo para a emissora.

Conclusões

Ao longo de minha experiência dentro de emissoras de rádio, desde 1989, assisti a incorporação, quase que imediatamente, de novos dispositivos de comunicação pelas emissoras para dilatar o relacionamento com o ouvinte.

Entendo que o grande diferencial do rádio contemporâneo é a postura do ouvinte. Desde a carta, passando pelos mais diversos canais de comunicação como e-mail, telefone ou mensagens de texto (SMS), o relacionamento entre emissora e audiência vem colocando o ouvinte cada vez mais no papel de protagonista deste relacionamento. O *WhatsApp* quando inserido no contexto radiofônico além da facilidade no manejo e da rapidez no envio de informações também amplia o leque de possibilidades com sons e imagens. O aplicativo se revela ainda útil na prestação de serviços e mais, a instantaneidade e gratuidade estão estimulando os ouvintes, que aumentaram a interação e passaram a reportar além de problemas da cidade, ou fatos do cotidiano, também simples pensamentos como por exemplo “estou com saudades do verão...”. Isto é, o ouvinte se sente inserido e deixa de ser somente parte de uma audiência para se transformar em um gerador de conteúdo.

Bibliografia

- Bufarah, J. A.(2009). O radiojornalismo brasileiro diante das ferramentas de interação da WEB 2.0. VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, São Paulo.
- Calabre, L.(2002). A era do rádio. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, .
- Cebrian H.M.(2011). O rádio no contexto da comunicação multiplataforma. *Radio Leituras*, Ouro Preto, v. 2, n. 2, jul./dez..
- Ferraretto L. A.(2000). Rádio no ar: o veículo, a história e a técnica. Porto Alegre: Sagra Luzzatto
- Kaseker, M.P.(2012). Modos de ouvir: a escuta do rádio ao longo de três gerações. Paraná: Champagnat-Editora PUCPR.
- Ortriwano, G. S.(1985). A informação no rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. São Paulo: Summus editorial
- Parada, M.(2000). Rádio: 24 horas de jornalismo. São Paulo: Editora Panda.
- Quadros, M.(2015).O rádio e a relação com o ouvinte no cenário de convergência. *Famecos*, Porto Alegre, v. 22, n. 3.

Biografía

Maria Filomena Salemme, Jornalista, Mestre em comunicação, filomena.salemme2102@gmail.com. Atualmente professora de Radiojornalismo na Faculdade Cásper Líbero e Pesquisadora na área de mídia radiofônica e membro do Grupo de Pesquisa Cultura do Ouvir. Com a carreira de jornalista voltada para o mercado de rádio, trabalhei nos últimos 20 anos na rádio Eldorado (atual Rádio Estadão), que pertence ao Grupo Estado em São Paulo. Nesta emissora exerci a função de repórter e neste período as reportagens que produzi foram vencedoras de cinco prêmios em jornalismo, três nacionais, Prêmio Ayrton Senna de jornalismo em 2002, Prêmio Embratel de Jornalismo em 2004, Caixa Econômica de Jornalismo Social em 2005 e dois internacionais, Prêmio *Nuevo Periodismo* da *Fundacion Gabriel Garcia Marquez para um nuevo periodismo Iberoamericano* (FNPI) nominada em 2003 e 2005. Nos últimos cinco anos, ainda na rádio do Grupo Estado comandeí uma equipe de mais de 40 jornalistas na função de Editora-chefe.

Televisoras locales Vs digitalización: Transformación de las televisoras comerciales del sur de Tamaulipas a la TDT

Universidad Autónoma de Tamaulipas

Dulce Alexandra Cepeda Robledo
dalexa_c28@hotmail.com

Resumen

El apagón analógico se estableció para el pasado 31 de diciembre de 2015 a nivel nacional, y se estudiaron en el norte de México, al sur del estado fronterizo de Tamaulipas, las televisoras concesionadas para conocer su proceso de digitalización. Se realizó una investigación cualitativa de alcance descriptivo – correlacional.

Representantes de Televisa del Golfo, TV Azteca, Multimedios Estrellas de Oro y Grupo Flores fueron cuestionados sobre equipo técnico, capacitación del personal, financiamiento, zonas de sombra en la cobertura, asesoría brindada a la audiencia y expectativas para el cambio digital. Se identificaron hallazgos de divergencias en sus procesos tales como: espera de la prórroga legislativa para terminar la digitalización, despido de personal del área técnica, falta de poder en toma de decisiones para adquisición de equipos al pertenecer a empresas nacionales y falta de financiamientos para transmisoras locales.

El desarrollo tecnológico de la televisión digital terrestre en el sur de Tamaulipas, se ha limitado a las ventajas de mayor claridad y nitidez, mejor calidad en el audio y el aumento de ocho a catorce canales, de los cuales sólo uno de ellos transmite producción totalmente local.

Palabras clave:

Cobertura digital, proceso de digitalización, experimentaciones de TDT, Multimedios Estrellas de Oro, Televisa del Golfo.

Abstract

National digital switchover in México was established for the past december 31th of 2015; in the north of México, in the border state of Tamaulipas, were questioned the concessioned tv broadcasters about its digitalization process. This cualitative search has an descripttive to correlational approach.

Televisa del Golfo, TV Azteca, Multimedios Estrellas de Oro and Grupo Flores´s leaders were questioned about technical equipment, staff training, financing, shaded areas in coverage, advice provided to the audience and expectations for the digital change. Some discrepancies were identified in their processes such as waiting legislative extension to complete the digitization, dismissal of staff of the technical area, lack of power in decision for purchase of equipment to belong to domestic enterprises, and lack of financing for local broadcasters.

Technological development of digital terrestrial television in southern Tamaulipas, has been limited as the benefits of greater clarity and sharpness, better quality audio, and increasing from eight to fourteen channels of which, only one of them entirely broadcast local production.

Keywords:

Digital coverage, digital process, DTT experimentations, Televisa del Golfo, Multimedia Estrellas de Oro.

Introducción

Después de más de 10 años de desarrollo de tecnología y crecimiento de una economía de escala, el apagón analógico llegó a México. El pasado 31 de diciembre de 2015 se concretó la ejecución de la Política para la Transición de la Televisión Digital Terrestre, organizada por el Instituto Federal de Telecomunicaciones, no sin prórrogas legales para extender el periodo por parte de televisoras, que se negaban a realizar el gasto económico que implica una renovación general.

En el norte de México, al sur del estado fronterizo de Tamaulipas, zona conformada por Tampico, Ciudad Madero y Altamira, conviven 736,241 habitantes de acuerdo al censo del INEGI 2010, (Fig. 1.1). Esta región es cubierta por la señal de 14 canales de televisión abierta concesionada. Sólo uno de ellos, tiene producción completamente local y pertenece a Televisa, otros dos son parcialmente producidos en la localidad. Los demás son repetidores de contenidos producidos en el centro del país y Monterrey N.L. por Televisión Azteca, Televisa, y Multimedia Estrellas de Oro que son concesionadas, y OPMA permisionada. (Fig. 1.2)

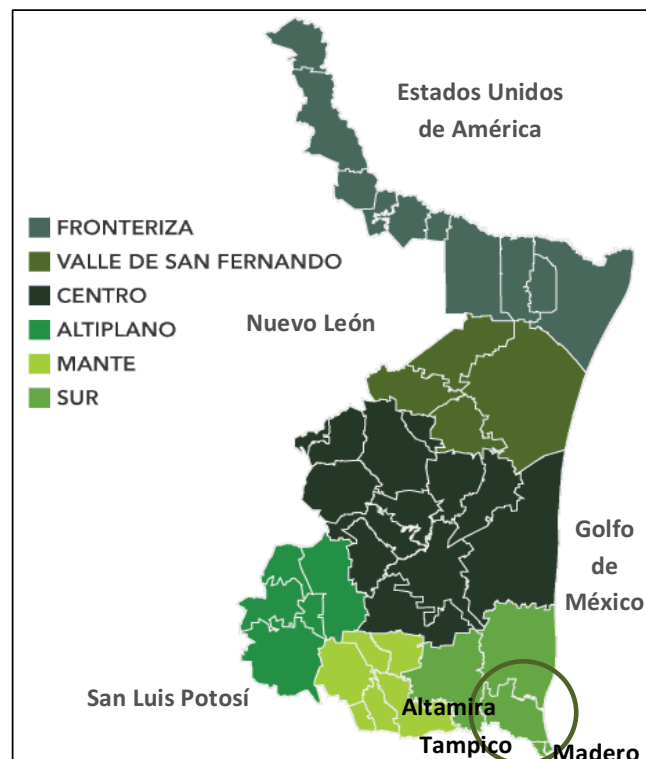


Figura 1.1. Mapa de la zona sur de Tamaulipas
Fuente: Elaboración propia.

Por lo tanto, se cuestiona si las estaciones de televisión locales realizaron con suficiente antelación las transformaciones de infraestructura, producción y transmisión. ¿Se ejecutaron experimentaciones técnicas para la recepción digital? ¿Se capacitó al personal? ¿Se destacó localmente alguna propaganda para la ciudadanía? O ¿se conformaron con retransmitir los spots producidos por el IFT?



Figura 1.2. Canales de televisión en Tampico, Madero y Altamira en 2015

Fuente: TV por Cable (2016).

Objetivo

Para analizar el impacto y afectación de una legislación de este tipo en un ámbito regional, se realizó la presente investigación para documentar las implicaciones técnicas, laborales y económicas en el proceso de actualización de las televisoras señaladas.

El alcance de la investigación de acuerdo a Bernal (2006, p.112-113) corresponde desde la descripción del proceso de transformación de la televisión, a la correlación de variables que se afectan y se diversifican.

En la hipótesis de trabajo se estimó que las cuatro estaciones de televisión de la región estudiada, tendrían completada su transición tecnológica en los ámbitos técnicos, laborales y legales al llegar la fecha del apagón analógico.

Metodología

La investigación de campo fue no experimental, y se realizó la aplicación de la entrevista cualitativa de tipo estructurada, señalada por Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.403), en la cual se cuestionó a los representantes de las cuatro empresas de televisión concesionadas que operan en la localidad, la misma guía de preguntas específicas, que pasaron de lo general a lo específico y se cerró con preguntas de opinión. Éstas fueron comparadas entre los entrevistados y se analizó el fenómeno en un discurso clasificado por temas, sobresaliendo las respuestas divergentes para conocer su causa o contexto.

Las entrevistas se realizaron durante el periodo noviembre-diciembre de 2015 en las ciudades de Tampico y Cd. Madero. La televisoras permisionada OPMA, no fue considerada en la investigación debido a que su producción no es producida localmente.

Marco teórico

En 2004 se eligió para México el sistema norteamericano de la Advanced Television Systems Committee (ATSC), principalmente utilizado en Estados Unidos y Canadá. La selección para México es una consecuencia de la colonialización ideológica, tecnológica y comercial que se extiende en una frontera de más de tres mil quinientos kilómetros y con una larga historia de adaptación a los intereses anglosajones, como lo apuntan desde la teoría

crítica Beltrán y Fox (1981), Herman y Chomsky (1988), Esteinóu (1992), Bustamante (1999) y Alva (2006).

El interés de la ATSC de vender su sistema al mercado mexicano, permite generar una economía de escalas que baja el precio de sus productos al masificarse entre mercados internacionales y conectar más sectores entre las plataformas tecnológicas.

Hay otros autores que señalan las ventajas prácticas de los avances tecnológicos, pero cuestionan la transformación e inaccesibilidad para el resto de la sociedad que carece de los medios adquisitivos y de alfabetización mediática, tales como Trejo (2006), Casas (2006) y Crovi (2004).

En el estado previo a la legislación, bajo el argumento de la experimentación, las corporaciones intentaron validar los nuevos usos de la tecnología. Por ejemplo, Crovi (2004) explica que además de las instituciones de comunicación, también el mercado laboral y el educativo fomentan la necesidad de consumo de las nuevas tecnologías, pero cuando se trata de la televisión, los problemas se agudizan.

En este contexto, se procedió a investigar el papel que están desarrollando las televisoras comerciales en el norte del país y se presentan los resultados de las entrevistas de las cuatro televisoras comerciales.

Los entrevistados en las estaciones tenían relación directa con el proceso de digitalización. En Televisa del Golfo respondió el jefe de recursos humanos, en Grupo Flores el director de la televisoras, en Televisión Azteca el responsable técnico y en Multimédios Estrellas de Oro, el jefe de ingeniería de televisión.

Primeras experiencias de la TDT en la región

Desde 1958 en Tampico comenzó la primera estación: Televisora del golfo con capital petrolero, posteriormente se fueron estableciendo Grupo Flores, Canal 13 de Imevisión y Grupo Multimédios en Televisión. El último canal en situarse fue el de OPTA.

El primer canal en comenzar su transición digital en la zona fue Televisión Azteca, en el año de 2004 al duplicar los equipos. El siguiente canal fue de Televisa en el 2008, cuando técnicos de la ciudad de México llegaron para hacer un estudio del edificio y de las necesidades de infraestructura, haciendo cambios importantes en la torre de transmisión, desde sus cimientos de manera subterránea y colocando pararrayos. Planearon un presupuesto y se clasificó por etapas los cambios, modernizando internamente el edificio y cambiando de lugar máster y cabina de control así como el cableado subterráneo.

En 2011 Monterrey, Multimédios subrogó a otra empresa de la ciudad de México que llegó a Tampico para realizar las pruebas de campo de la cobertura, analizando la densidad de la población y su factor económico. El último canal en realizar sus cambios fue Grupo Flores, quienes a principios de 2015 adquirieron el equipo necesario para transmitir en sistema digital (Fig. 2.1).



Figura 2.1. Línea del tiempo de las adaptaciones de equipo digital en las televisoras concesionadas en Tampico
Fuente: Elaboración propia.

La planeación y priorización en la adquisición de los equipos respondió a distintos criterios según cada televisora. Mientras en Multimedios y Grupo Flores se fueron adquiriendo primero equipos de transmisión y posteriormente de producción como consolas de audio, de video, cámaras y computadoras, en Televisa regional se planeó uniformar todos los equipos y escenografías de las televisoras en el interior del país, y desde 2008 cambiaron en toda la república monitores, cámaras, *switchers*, micrófonos, etc.

En cuanto a estudios de recepción para medir el alcance de sus señales en la región, las televisoras procedieron de distintos modos. En Televisa del Golfo se visitaron las colonias más lejanas a la estación, preguntando directamente en las casas identificándose como personal del canal:

La gente de aquí de mercadotecnia nos ayudó para hacer ese tipo de análisis y pues sí, salimos bien, se recibía, faltaba obviamente, pero se recibía la señal. Se siguen haciendo los estudios, ya no tan frecuente pero se siguen haciendo. (Ávalos, 2015).

En cambio, en Multimedios el estudio de recepción se realizó propiamente por la empresa:

Te subes a un carro y llevas tu equipo, en camioneta con su voltaje normal para poder hacer las mediciones correctas, instalas un televisor para checar los niveles de voltaje, de corriente, la definición de los colores, nitidez, el balance de los colores. Se fueron a las colonias más alejadas, porque una de las desventajas de la señal digital y fuerte es que cualquier airecito, si no tienes bien posicionada la antena, se *frizea* (Mar, 2015).

También se cuestionó a las televisoras si existían zonas de sombra digital en la región, y contestaron todas que sí, pero que ya están trabajando para poder cubrirlas, por ejemplo TV Azteca a finales de 2015 aún estaba en el proceso de medición:

Está en proceso todavía. Se hace un mapeo de la zona y se miden las intensidades de la señal, se hace una cuadrícula y en base a los estudios de predicción se compara. (Rodríguez, 2015).

Por su parte, en Televisa del golfo también se reconoce que esas zonas se encuentran en la parte limítrofe entre Aldama y el siguiente municipio que es Altamira, Tamaulipas.

Transmisiones oficiales en TDT

También se cuestionó sobre la fecha que consideran oficial en su transmisión al aire. Los últimos tres años fueron decisivos para su entrada en el mundo digital (Fig. 2.2)



Figura 2.1. Línea del tiempo de las primeras transmisiones de TDT

Fuente: Elaboración propia.

Las televisoras cuestionadas en su mayoría se consideraban listas casi al 100% para responder a las necesidades del apagón analógico y brindar el servicio correspondiente (Fig. 2.3).

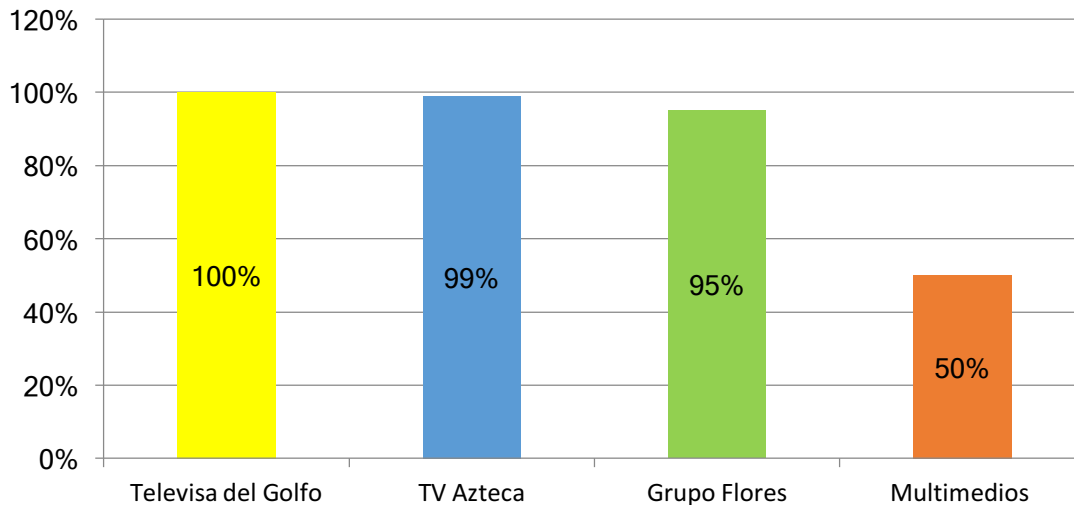


Fig. 2.3 Estado de la televisora para la transición digital

La mayoría de las empresas de televisión en la región reportan un gran avance, mientras Multimedios Estrellas de Oro explica su situación:

Mira, te soy sincero, tenemos la pura cuestión de transmisión, no tenemos equipo digital. No nos ha llegado y son equipos mucho muy caros... Yo la transmito en digital, pero la señal es analógica. En el estudio se produce analógica, y pasa a un convertidor que lleva a la antena, la antena lo manda en digital. Falta el 50 por ciento. (Mar, 2015).

A pesar que se sabía desde el año 2004 de la necesidad del cambio de equipo de producción y transmisión, esta televisora aún en diciembre de 2015, a tan solo un par de semanas del apagón analógico, estuvo esperando la prórroga legal del IFT hasta el último momento. Así explica:

Estamos en espera del IFT, si se hace el 31 el corte o no se hace, hay prórroga o no hay prórroga, ¿y nosotros que? Si me voy con melón o me voy con sandía. De todos modos se tiene que hacer. Nosotros nada más recibimos la orden, viene la gente de Monterrey, hace los arreglos, tienen que traer el mueble, hacer esto, hacer lo otro. Esperando autorización de México para que venga la gente de Monterrey de Multimedios (Mar, 2015).

Y debido a la espera de esta prórroga es que se retrasó la adquisición e instalación del equipo.

Financiamiento

Para conocer el precio de los equipos y de toda la transición en general, se cuestionó a los entrevistados, pero no respondieron directamente la pregunta, dado que su jerarquía en la organización no les permitió enterarse de las facturas o de los costos financiados por las filiales. Únicamente en la televisora independiente contestaron “Los costos para irse a una televisión digital han de ser alrededor de los 10 millones de pesos entre transmisión y producción” (Flores, 2015). Las otras tres televisoras respondieron que fue a través de subsidio de la empresa desde la matriz, ubicada en la Ciudad de México o en Monterrey. La representante de Televisa del Golfo, explica:

Nosotros tenemos una meta de venta que tenemos que cumplir cada año, hasta ahorita vamos con números negros, entonces nos sigue apoyando México... hasta ahorita el 100 por ciento de apoyo. (Ávalos, 2015).

Por su parte, Grupo Flores Televisión comenta que mayormente la adquisición de equipos ha sido realizada por cuenta propia “Parte teníamos un poquito de dinero guardado, parte se financió y estamos pagándolo, si fueron créditos financieros, también una parte de la cadena. Mayormente créditos” (Flores, 2015).

Capacitación del personal

Para capacitar al personal local en cuanto a la transmisión y producción solamente la televisora Grupo Flores entrenó a su equipo con cursos que sus proveedores les impartieron localmente. Las otras tres televisoras obtuvieron capacitación desde sus filiales en la ciudad de México o de Monterrey Nuevo León, ya sea vía teleconferencia, enviaron a su personal o recibieron instructores y manuales.

En Televisa del Golfo por ejemplo, en juntas con el equipo de producción se les impartieron indicaciones como lo siguiente:

Ahora se van a grabar los programas en tal formato porque se van a tener que recortar las imágenes, ya no van a salir en tanta pantalla, ahora los conductores deben respetar mucho estos colores, los espacios, etc. Se nos dieron muchas indicaciones, por ejemplo, en un tiempo, no sé si notaron que hubo algunos programas que salieron que tenían a sus costados esas hileras negras, era porque estábamos en proceso de cambio, en proceso de experimentación. (Ávalos, 2015).

La digitalización conllevó una parte negativa que es la del despido de trabajadores. Especialmente en Televisa del Golfo se reflejó más esa problemática, el jefe de personal explica:

Esa misma modernidad y actualización de sistemas, te ha generado que el trabajo que antes hacían 5 personas lo hacen ahora 2. Entonces, ¿Qué haces con las otras tres personas? A veces le puedes encontrar reacomodo, a veces no. Nos hemos visto en la necesidad de tener recorte de personal, y desgraciadamente ya lo vivimos este año, a finales de junio, principios de julio, vivimos el primer recorte de personal. El 20% de nuestra población fue despedida en todas las áreas, toda el área operativa, estoy hablando de máster, control de calidad, la parte operativa técnica. En Victoria fue el 5%, aquí el 20% y en Ciudad Mante, pues ahí se quedó en automático... el 100%. Teníamos dos personas, uno en el turno de la mañana, otro en el turno de la tarde y pues ya. (Ávalos, 2015).

Desafortunadamente, ese reajuste de equipo digital más sofisticado implicó que varias cabezas de familias se quedaron sin trabajo y sustento desde mediados de 2015.

La recepción digital

Otro de los inconvenientes de la digitalización ha sido el cambio de aparatos receptores o adquisición y programación del decodificador digital, aunado a la reorientación de la antena digital. Además de retransmitir la fuerte campaña de propaganda que emitió el IFT, para mostrar a la población las medidas que deben tomar ante la digitalización, las televisoras locales en su mayoría no realizaron menciones específicas por iniciativa propia. Sólo se

limitaron a contestar llamadas del público para instruirles en la programación del control remoto y atender sus dudas. En Televisa del golfo, por ejemplo, sí se hizo una campaña específica para tal evento, la cual tuvo mayor respuesta en las personas mayores. Contrario a lo que se pensaría, hubo pocas llamadas en las diferentes transmisoras.

Son a lo mucho unas 100 llamadas en dos años, no han sido muchas. Yo creo que nuestra campaña ha sido muy clara, y aparte la gente adulta tienen nietos y les ayudan, están más al pendiente de la tecnología (Ávalos, 2015).

Multimedios Estrellas de Oro Televisión comparte su experiencia con el público:

Nosotros recibimos las llamadas, pero el conductor ya sabe lo que tiene que responder... es una necesidad del auditorio. Te puedo decir que en los últimos años 500 llamadas, o sea salteadas en los dos años... El perfil de las personas que nos llaman es zona media-baja o baja-baja, gente que en su vida ha tenido tele, y llegan a tener (Mar, 2015).

Ya sea a través de instrucciones en spots nacionales, locales, menciones en programas o en llamadas telefónicas, el mensaje de la digitalización de la televisión ha estado llegando desde los últimos dos años a la sociedad de Tampico, Madero y Altamira.

Finalmente, una vez ya instaladas las televisoras dentro del sistema digital, la competencia se avecina aún más fuerte. La representante de Televisa del Golfo explica:

La competencia está dura ... que son las redes sociales. Esa es nuestra mayor competencia aquí aunque no lo creas, no es tanto Multimedios, o canal 9, son las redes sociales por eso nosotros tenemos ahora más presencia. Nuestro objetivo es permanecer y ser constantes, tratar de ofrecer un mejor producto en cuanto a programación y ver la posibilidad de seguir defendiendo a nuestro personal lo más que se pueda obviamente (Ávalos, 2015).

La digitalización de la televisión ha involucrado tanto a emisor como al receptor, multiplicando las posibilidades de los canales y por consecuencia, se devienen cambios que implican a la sociedad.

Conclusiones

En la región investigada, se observó que las televisoras pertenecientes a grupos de telecomunicaciones, les fue más sencillo transitar a la digitalización para costear la infraestructura, equipo y adiestramiento de personal. Entre las consecuencias negativas se reflejó que la simplificación de procesos provocó el despido de trabajadores. Otra implicación fue la limitada toma de decisiones, ya que en provincia se ejecutaron las disposiciones tomadas por los corporativos desde la ciudad de México y que uniformaron las producciones. Por un lado, el financiamiento está asegurado si la televisora del grupo nacional es rentable, pero cuando la empresa es independiente y sólo cuenta con recursos propios los créditos pueden ser un fuerte problema.

Una de las televisoras estuvo a la espera de la dictaminación legislativa hasta el último minuto del 2015 para no tener que hacer las erogaciones de la renovación de equipo; y mientras tanto operaba en equipos analógicos con convertidores digitales.

La hipótesis planteada se valida parcialmente, ya que de las cuatro televisoras investigadas, tres sí tuvieron terminada su migración digital, pero una de ellas incompleta.

El desarrollo tecnológico de la TDT en la zona trae las ventajas de mayor claridad y nitidez, mejor calidad en el audio y el aumento de ocho a catorce canales.

La retroalimentación con la sociedad sumó cien llamadas telefónicas en un canal y quinientas en otro en un lapso de dos años, las demás televisoras reportan no haberlas recibido. Puede deberse a que la audiencia, o no tenía dudas, o las televisoras no eran la primera opción para despejarlas. El perfil de la audiencia interesada era escasos recursos, y de una edad avanzada.

Las televisoras tienen zonas de sombra, aseguraron que era únicamente en lugares lejanos, en el límite de los municipios estudiados; pero no indicaron que tuvieran planeado establecer repetidoras para brindar un mejor servicio.

Bibliografía

- Alva De la Selva, A. (2006). *Políticas públicas para la convergencia, una reflexión necesaria*. México. Foro. UAM Cuajimalpa. Octubre 2006.
- Beltrán, L. y Fox, E. (1981). *Comunicación dominada*. México. ILET-Nueva Imagen.
- Bernal, C.A. (2006). *Metodología de la Investigación*. (Segunda edición). México. Pearson Prentice Hall.
- Bustamante, E. (1999). *La televisión económica*. España. Gedisa.
- Casas, M. L.. (2006). *Políticas públicas de comunicación en América del Norte*. México. Limusa.
- Crovi Drueta, D. (2004). *Sociedad de la información y el conocimiento. Algunos deslindes imprescindibles*. En: Crovi Drueta, D. (Coord.) *Sociedad de la Información y el conocimiento. Entre lo falaz y lo posible*. Argentina. La Crujía.
- Esteinoú Madrid F. J. (1992). *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*. México. Trillas.
- Herman E. y Chomsky N. (1988). *Manufacturing consent: the political economy of the mass media*. Estados Unidos. Pantheon Books.
- Hernández Sampieri R., Fernández Collado C. y Baptista Lucio P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (Sexta edición). México. McGraw Hill Education.
- INEGI (2010). *División Municipal de Tamaulipas*. Recuperado el 4 de julio de 2015 de http://www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/tam/territorio/div_municipal.aspx?tema=me&e=28
- Televisa del Golfo (2016). *Inicio*. Recuperado el 4 de abril de 2016 de: <http://www.televisadelgolfo.tv/quienes-somos.html>
- Trejo Delarbre, R. (2006). *Viviendo en el Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos*. España. Gedisa.
- TV por Cable (2016). *TDT Tampico y área metropolitana*. Recuperado el 23 de abril de 2016 de: <http://www.network54.com/Forum/176899/thread/1458328534/last-1458424960/TDT+Tampico+y+%C3%A1rea+metropolitana>.

Entrevistas

- Ávalos Medina, Amalia. Jefe de Personal. Televisa del Golfo. Diciembre de 2015, Tampico, Tamaulipas.
- Flores Meza, Víctor. Director. Grupo Flores. Noviembre de 2015, Tampico, Tamaulipas.
- Mar González, Alfonso. Jefe de Ingeniería de radio y televisión. Multimedios Estrellas de Oro, diciembre de 2015, Tampico, Tamaulipas.
- Rodríguez Posadas, Oscar. Responsable técnico. TV Azteca. Noviembre de 2015. Cd. Madero, Tamaulipas.

Derecho a comunicar: una lucha por el acceso a los entornos virtuales en una comunidad rural

Universidad Autónoma de Yucatán

Roxana Quiroz Carranza
rquiroz@correo.uady.mx

Carmen Castillo Rocha
ccastillo@correo.uady.mx

Colectivo Uj'ja sijo'ob

Jesús Eduardo Puch Chan
jesuseduardopuchchan@gmail.com

Resumen

Esta investigación tuvo como objetivo explorar las formas como ejercen los jóvenes el derecho a comunicar y sus capacidades de agencia en un contexto rural caracterizado por cambios tecnológicos acelerados que están transformando sus modos de vida, pero que continúan reproduciendo desigualdades e inequidades. Es reporte parcial de una investigación que implicó una metodología etnográfica. Como resultados observamos la rápida integración del internet y celulares a las prácticas culturales y comunicativas de los jóvenes; su lucha por el acceso gratuito al internet y la demanda de equipo; la coexistencia del entretenimiento, la información y las tareas escolares en el uso de la red, y la integración de formas comunicativas comunitarias, interpersonales, mediáticas y digitales en la vida cotidiana juvenil.

Palabras clave:

Derecho a comunicar; jóvenes; internet; ruralidad

Abstract

The objective of this research was to explore the ways in which young people exercise the right to communicate and their capabilities of agency in a rural location characterized by rapid technological changes, transforming their lifestyles, inequalities and inequities. It is a partial report of a research that involves ethnographic methodology. As results we place: the rapid integration of Internet and mobile in cultural and communicative practices of young people; their struggle for free access to the Internet and demand for equipment; the coexistence of entertainment, information and homework in the use of the network and the integration of community, interpersonal, digital media and everyday life in juvenile communication forms.

Keyword:

Right to communicate; young; Internet; rurality.

Resumo

Esta pesquisa tem como objetivo descrever as formas jovens exercerem o direito de comunicar e agência de recursos, num contexto caracterizado pelas rápidas mudanças tecnológicas que estão transformando seus estilos de vida, mas continuam reproduzindo as desigualdades e injustiças. É o relatório parcial de uma investigação conduzida pela metodologia etnográfica. Entre os resultados colocamos: a rápida integração da Internet e celulares

das práticas culturais e comunicativas dos jovens; sua luta por acesso gratuito à Internet e demanda por equipamentos; a coexistência de entretenimento, informações e trabalhos de escola no uso da rede ea integração da comunidade, mídia digital, interpessoais e vida cotidiana em formas de comunicação juvenis.

Palavras chave

Direito de comunicar; juventude; internet; ruralidade.

Introducción

El Informe MacBride (1980) impulsado por la UNESCO ha sido considerado un primordial referente histórico que, a partir del vínculo comunicación-derechos humanos, reconoce la dimensión universal del derecho a comunicar. A 35 años de su publicación, muchos de los problemas y necesidades que allí se diagnostican perduran y otros se han transformado radicalmente con el advenimiento de Internet, incluido el propio derecho a comunicar (McIver, Birdsall & Rasmussen, 2003).

El camino que ha recorrido en las últimas décadas el concepto derecho a comunicar no está exento de tensiones. Desde el campo de la comunicación la atención se ha centrado en la libertad de expresión y de prensa, la propiedad intelectual, el libre flujo de la información, la accesibilidad de las personas a los medios de comunicación y su derecho para difundir información. De alguna manera, el énfasis ha constreñido este derecho al ámbito de los medios, las tecnologías y las conexiones a la red, dejando fuera de sus preocupaciones las múltiples formas de comunicación con que se interactúa en las sociedades y culturas de nuestro tiempo, en las que no podemos omitir la relevancia de lo dialógico, lo interpersonal o lo comunitario, particularmente en los grupos y comunidades con fuerte cohesión social.

La diversidad cultural reconocida por la UNESCO (2001) como un patrimonio común de la humanidad permite dar un giro importante al estudio empírico del derecho a comunicar. Al pensar en un nuevo tipo de entendimiento entre la comunicación y los derechos humanos, nos ha parecido importante hacer visibles las formas y niveles de comunicación que se interconectan cuando las personas hacen referencia a sus derechos. En esta dirección, los hallazgos obtenidos a través de las construcciones discursivas de un grupo de jóvenes de una comunidad rural yucateca permiten dar cuenta de una realidad que se construye en un contexto específico pero que arroja luz sobre otros jóvenes de pequeñas comunidades con fuerte interacción urbana, y donde dichos derechos implican tensiones con el Estado y sus servidores públicos.

El objetivo que persigue la investigación es explorar las interacciones comunicativas, las mediaciones socioculturales y las conexiones tecnológicas que hacen posible o condicionan el derecho a comunicar entre los jóvenes de Canicab, Yucatán, México. Con metodología de corte etnográfico (observación y entrevistas) se exploraron los diversos modos de comunicarse de estos jóvenes, el sentido de sus interacciones cara a cara y mediadas por la tecnología, las problemáticas que enfrentan para comunicarse y acceder a la información, sus capacidades para producir información y difundirla, sus espacios de encuentro e interacción y las formas creativas que desarrollan en sus procesos comunicativos. Una parte de estos resultados son los que se describen y analizan en el presente texto.

Perspectiva teórica

El Informe MacBride (1980) define el derecho a comunicar a partir de ciertos derechos humanos universales. A la par, señala que una comunicación “puede ser tanto un instrumento de poder como un arma revolucionaria, un producto comercial o un medio de educación” (p. 431). En este sentido, el derecho a comunicar es considerado como un ejercicio de la libertad humana en el contexto de un mundo polarizado y desigual.

Desde la propuesta de L. S. Harms, desarrollada en la última década, el derecho a comunicar puede entenderse en tres niveles: fundamental, inclusivo e integral. Harms (en Becerril, 2014 s. p.) explica que el primer nivel hace referencia:

al derecho humano a comunicar como un derecho necesario e indispensable para la convivencia social. En el segundo se ubican una serie de derechos específicos que conforman y complementan a este derecho. En el tercero se conjuntan las dos capas anteriores, con la intención de poder entenderlo como un derecho extenso y en constante desarrollo.

Para la presente investigación resultan centrales los niveles propuestos por Harms, en particular el primer nivel ya que concentra una serie de reflexiones “sobre la importancia que tiene el derecho humano a comunicar en la vida cotidiana y social de los seres humanos” y por tanto, las propuestas “giran en torno de tratar de defender la posibilidad de que todas las personas puedan comunicarse en todos los espacios de su vida” (Becerril, 2014, s. p.). En este nivel, el derecho humano a comunicar pone el énfasis en el proceso comunicativo, los sujetos y sus subjetividades, la diversidad cultural, el empoderamiento ciudadano y la consecución de la libertad.

Un segundo aspecto central es el entendimiento de la condición juvenil de los participantes en su contexto sociocultural y desde su marco de referencia. Partimos de la perspectiva de entender que ser joven no es lo mismo en todas las sociedades y culturas (Pérez, 2008; Reguillo, 2007; Urteaga, 2004). Hay elementos diferenciadores importantes, en particular en aquellas cuyo transcurrir histórico ha tenido que ver con procesos de colonización interna y externa, dependencias económicas, flujos migratorios, diversidad étnica, entre otros aspectos.

En esta diversidad de juventudes es indispensable visibilizar aquellas cuyos protagonistas desarrollan su vida cotidiana y ejercen su derecho a comunicar en contextos, fuera de las ciudades grandes y medianas, y caracterizados por cambios acelerados que están modificando sus modos de vida, aunque continúan “reproduciendo un conjunto de marcadores de desigualdad e inequidad” (Quiroz, 2013, p. 9). Este parece ser el caso de Canicab, Yucatán, y sus jóvenes.

La comunicación en Canicab

Canicab es una localidad próxima a la zona metropolitana de Mérida, México, que en 2010 contaba con 758 habitantes (INEGI, 2011). Hay un preescolar, una primaria y una telesecundaria. Si los jóvenes quieren estudiar el bachillerato tienen que trasladarse a poblaciones cercanas de mayor tamaño. En el centro del poblado se ubica el palacio (edificio a cargo del comisario municipal), la cancha de fútbol, la de basquetbol y el parque. Aquí es donde ocurren los procesos que vinculan a la comunidad como tal, ya sea por cuestiones lúdicas (canchas y parque) o por cuestiones de atención a necesidades sociales (palacio). El palacio sirve como centro de reuniones para la toma de acuerdos en los casos que así lo requieran, y también se imparten servicios de salud, educación para adultos, educación

inicial, las juntas del programa “Progresas” y otros semejantes mediante los cuales se reparten recursos del gobierno federal. Ahí se colocan los avisos de carácter diverso visibles desde lejos, por lo que los habitantes acostumbran acercarse a leer su contenido. La otra forma de comunicación que es muy eficiente es la de boca en boca; cuando sucede algo relevante en la comunidad solo toma un día o menos para que todo el poblado se entere.

Según entrevistas realizadas a los jóvenes de la comunidad entre sus principales preocupaciones están la dificultad en continuar sus estudios una vez concluida la secundaria (por el costo que involucra), así como la falta de empleos en la comunidad o en contextos cercanos. El desplazarse a la ciudad de Mérida implica en sí una inversión y frecuentemente no se tienen los recursos para cubrirla.

En lo que respecta a la presencia de los medios de comunicación masiva, la mayoría de las familias cuenta con señal abierta de televisión y radio y una minoría con televisión por cable. Los periódicos no llegan a la comunidad y para adquirirlos hay que trasladarse a los poblados cercanos de mayor tamaño. Respecto del Internet, su presencia en la comunidad data de menos de cinco años. Ejemplificamos estos tópicos:

- Yuliana de 20 años escucha la radio a menudo, ve televisión abierta, compra películas los fines de semana, tiene teléfono celular, se entera de las noticias por los letreros que ponen en el palacio, porque alguien se lo cuenta, o cuando alguien visita la comunidad realizando alguna campaña (de salud, política, etcétera), le gusta leer el periódico *De Peso* cuando lo consigue.
- Eli de 12 años no sale mucho, pasa el día con sus hermanos en casa pues sus padres van a trabajar a Mérida. Se informa por los carteles y posters que pegan en el palacio. En su casa cuenta con televisión abierta, tiene un teléfono celular con WiFi y una tableta en la que le gusta acceder a Youtube.
- Génesis de 25 años estudió la prepa en un poblado cercano y actualmente trabaja haciendo fletes en una comunidad ubicada a 22 kilómetros de Canicab. Le gusta reunirse con sus amigos en fiestas, bailes, en el pozo o en la cancha y le parece que su comunidad es muy unida. Escucha la radio pocas veces pero ve televisión abierta a diario. Le gustan las películas y por la noche ver las noticias con López Dóriga. Tiene celular con internet y Whatsapp, en él descarga música, especialmente rock en español. Se entera de las noticias locales conversando con sus amigos en la esquina.

La lucha por el internet

Eduardo ha vivido en carne propia las transformaciones de los procesos comunicativos y ha sido protagonista de la lucha porque haya internet gratuito en su pueblo. Explica que había un centro educativo de tecnología, pero un presidente municipal se robó todo el equipo. Por tanto, hay que salir a las cabeceras municipales de Acankeh y Seyé para acceder a los ciber y hacer las tareas escolares. Ante la falta de equipo y la imposibilidad de adquirirlo, algunos jóvenes del pueblo -encabezados por Eduardo- se organizaron con el apoyo del director de la secundaria y reunieron aproximadamente 90 firmas de habitantes adultos de la comunidad para exigir internet y computadoras al presidente municipal en turno. El resultado fue que les instalaron internet (WiFi), pero no las computadoras: “Hay internet gratis, los chavos se comunican mucho por los celulares, se la pasan *whatsappeando*; escuchan música”. Eduardo lo narra de la siguiente manera:

Fuimos a hablar con el director de la secundaria, le platicamos nuestra situación. Él nos dio una idea de recolectar firmas de toda la comunidad y gestionarle al presidente municipal, y tal vez así nos podrían instalar el servicio de internet en la comunidad. Él nos ayudó haciendo el formulario de los papeles, nosotros pasábamos de

casa en casa para que nos firmen la gestión. Concluimos con las firmas y tuvimos alrededor de 90 en total de personas adultas; se las llevamos al director de la secundaria para que pudiera llevarlas a la presidencia municipal. De allí, entonces, llegó una camioneta blanca, se estacionó en la puerta de la secundaria y bajaron las personas. Dijeron que querían hablar con el director y nos preguntaron qué estábamos haciendo, porque vieron que teníamos muchas firmas en la hoja. Les platicamos nuestra situación y ellos nos dijeron que nos podrían ayudar, que el fin de semana nos podríamos reunir para hablar y ver qué alternativas hay.

Salimos el fin de semana como quedamos con ellos; nos dijeron que son de la Universidad Autónoma de Yucatán y nos brindaron ayuda para la gestión. Pocos días después se concluyó lo de las firmas y procedimos a llevarlas al palacio. Hablamos con el presidente municipal y nos dijo que en unos meses lo mandaba a instalar. Pasaron dos meses de que llevamos la gestión y llegaron los señores para la instalación del internet. Se instaló a un costado de la secundaria. Solo nos instalaron el internet abierto para conectarnos de manera libre con el celular o laptop, quienes contaban con ello. Entonces la situación empezó a cambiar para los estudiantes de la preparatoria porque ya podían avanzar un poco en sus trabajos, pero no todos porque solo algunos cuentan con una laptop. Han pasado cuatro años y seguimos teniendo el servicio de internet en la comunidad. Durante ese tiempo ha estado quedando lento el internet y se complica poder realizar los trabajos que requieren, pero sigue funcionando hasta hoy.

Los hallazgos y una primera conclusión

Hasta esta etapa de la indagación, consideramos que los hallazgos más significativos (sin jerarquías), son los siguientes:

- Destaca el contacto cotidiano de los jóvenes y la comunidad con medios de comunicación de señal abierta, como la televisión y la radio, con los que tienen una fuerte interacción cotidiana con fines de recreación e información. El consumo de la televisión por cable se ha reducido de forma notable por razones económicas, lo cual evidencia un empobrecimiento y un encarecimiento de los servicios.
- Se aprecia una rápida integración del internet y celulares a las prácticas culturales y comunicativas de los jóvenes, si consideramos que apenas en 2012 este grupo etario accedió a la red y a las computadoras a través de un centro educativo de tecnología. Los usos sociales son diversos: tareas escolares, búsqueda de información, descarga de música, películas y videos. Es decir, conocimiento, información y entretenimiento con acceso restringido, lo cual es expresión evidente de un derecho ejercido en desigualdad de condiciones y de forma inequitativa.
- Encontramos la lucha por el acceso gratuito al internet y la demanda de equipo para conectarse y comunicarse. Las acciones emprendidas por los jóvenes permiten visibilizar la configuración paulatina de su capacidad de agencia, y al mismo tiempo evidencia la corrupción del presidente municipal que debería garantizar y cumplir el derecho a comunicar de los jóvenes y la comunidad.
- Queda de manifiesta la integración de formas comunicativas comunitarias, interpersonales y digitales en la vida cotidiana juvenil de Canicab. Los sitios de encuentro, los espacios informativos públicos, el boca a boca, las asambleas comunitarias, las pláticas con los pares, los celulares, el whatsapp, el internet, expresan de forma viva la manera como los jóvenes ejercen su derecho a comunicar, así como los retos que enfrentan para hacerlo posible en un sistema social desigual e injusto.

Concluimos que este escenario apunta a que el derecho a comunicar tiene una dimensión declarativa, enunciada en los marcos jurídicos nacionales e internacionales (lo

abstracto, lo normativo) y otra que se da en la vida cotidiana de estos jóvenes (lo concreto, lo práctico). Entre ambas dimensiones subyacen tensiones y conflictos entre quienes violentan el derecho (el Estado y sus servidores) y quienes luchan por ejercerlo (los jóvenes de Canicab). Consideramos que este es un campo de oportunidad para nuestra investigación.

Bibliografía

- Becerril, W. (2014). El derecho a comunicar: un concepto amplio y flexible. *Dossiers* 181. PORTALCOMUNICACIÓN.COM. Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperado de: http://portalcomunicacion.com/monograficos_det.asp?id=181
- INEGI (2011). *XIII Censo de Población y Vivienda 2010*. Recuperado de <http://www.inegi.org.mx>
- MacBride, S., et al. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México: FCE.
- McIver, J. W., Birdsall, W. F., & Rasmussen, M. (2003). The Internet and the right to communicate. *First Monday*, 8 (12). Recuperado de: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/1102/1022>
- Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2001). *Declaración Mundial de la Diversidad Cultural*. Recuperado de: <http://www.prodiversitas.bioetica.org/doc66.htm>
- Pérez, J. A. (2008). Juventud: un concepto en disputa. En Pérez, Valdez y Suárez (coord.). *Teorías sobre la juventud. Las miradas de los clásicos* (9-33). México: UNAM.
- Quiroz, H. (2013). Presentación. En Pacheco, Román y Urteaga. *Jóvenes rurales. Viejos dilemas, nuevas realidades* (9-13). México: Universidad Autónoma de Nayarit.
- Reguillo, R. (2007). *Emergencia de Culturas Juveniles. Estrategias del desencanto*. Colombia: Norma.
- Urteaga, M. (2004). Imágenes juveniles del México Moderno. En Pérez y Urteaga (coord.). *Historias de los jóvenes en México: su presencia en el siglo XX* (33-89). México: Instituto Mexicano de la Juventud.

Biografía

Roxana Quiroz Carranza. Doctora en Ciencias y Humanidades para el Desarrollo Interdisciplinario por la Universidad Autónoma de Coahuila. Profesora investigadora de la Universidad Autónoma de Yucatán. Sus líneas de investigación se inscriben en el campo de los estudios de juventud, los derechos humanos y la comunicación para el desarrollo y el cambio social. (rquiroz@correo.uady.mx).

Carmen Castillo Rocha. Doctora en Estudios Mesoamericanos por la Universidad de Hamburgo. Profesora investigadora de la Universidad Autónoma de Yucatán. Ha producido trabajos de investigación en diversas áreas del conocimiento tales como la obra en dos tomos *Comunicación y desarrollo en la agenda latinoamericana del siglo XXI*, en colaboración con Roxana Quiroz Carranza y Daniel Murillo Licea. (ccastillo@correo.uady.mx).

Jesús Eduardo Puch Chan. Estudiante de Bachillerato en la modalidad abierta, sabedor de ecotecnias, integrante del pueblo maya y participante del colectivo Uj'ja sijo'ob en la comunidad de Canicab, Acanceh, Yucatán (jesuseduardopuchchan@gmail.com).

O telefone celular e o desenvolvimento sustentável

Faculdade Cásper Líbero

Liliane Aparecida Pellegrini Pereira
liliane.pellegrini@gmail.com

Resumen

Este artículo tiene como objetivo presentar un estudio de caso en el teléfono celular, la tecnología de la comunicación y la información más popular actualmente, explorando la idea de desarrollo sostenible relacionada con el dispositivo, con el fin de reflexionar sobre la sostenibilidad de la telefonía móvil. La metodología utilizada fue la revisión de la literatura. El estudio contribuyó como resultado el levantamiento de algunos de los impactos del teléfono celular, y se presenta como conclusión la importancia del consumo, uso y disposición responsable para garantizar las necesidades de las generaciones futuras.

Palabras clave:

Desarrollo sostenible; Teléfono celular; Tecnología de la información y la comunicación; TIC; Sociedad del conocimiento.

Abstract

This article aims to present a case study on the cell phone, the most popular information and communication technology currently, exploring the idea of sustainable development related to the device, in order to reflect on the sustainability of mobile telephony. The methodology used was the literature review. The study contributed as a result the lifting of some of the impacts of the cell phone, and presented as a conclusion the importance of responsible consumption, use and disposal for ensuring the needs of future generations.

Keywords:

Sustainable Development; Cell phone; Information and communication technology; ICT; Knowledge society.

Resumo

Este artigo pretende apresentar um estudo de caso sobre o telefone celular, a tecnologia de comunicação e informação mais popular atualmente, explorando a ideia de desenvolvimento sustentável relacionada ao dispositivo, com o objetivo de refletir sobre a sustentabilidade da telefonia móvel. A metodologia empregada foi a de revisão bibliográfica. O estudo aportou como resultado o levantamento de alguns dos impactos do telefone celular, e apresentou como conclusão a importância do consumo, uso e descarte responsável para assegurar as necessidades das gerações futuras.

Palavras chave;

Desenvolvimento Sustentável; Telefone celular; Tecnologia de Informação e Comunicação; TIC; Sociedade do conhecimento.

Introdução

O debate sobre o papel da tecnologia e seu impacto nos ambientes natural e social tem sido enfatizado desde a década de 1970, à medida em que ascendia uma nova lógica cultural caracterizada por reunir práticas sociais, econômicas, simbólicas, históricas etc. ao redor das tecnologias de informação e comunicação (TIC). Essa lógica vem a instaurar, posteriormente, a sociedade do conhecimento, definida por Castells como:

(...) se trata de una sociedad en la que las condiciones de generación de conocimiento y procesamiento de información han sido sustancialmente alteradas por una revolución tecnológica centrada sobre el procesamiento de información, la generación del conocimiento y las tecnologías de la información (Castells, 2002).¹

Ocorre que, ainda na década de 1970, do ponto de vista macroeconômico, emergiu uma corrente que adota o modelo do Estado mínimo e da autorregulação do mercado, o neoliberalismo. Essas ideias, que passaram a vigorar com mais intensidade a partir da década de 1980, tiveram como resultados imediatos: o intenso comércio global, a divisão internacional do trabalho, a diminuição das barreiras comerciais e a construção de blocos econômicos (Rezende Filho, 2008).

Nesse contexto, surgiu a abordagem do desenvolvimento sustentável, proposta pelas Organizações das Nações Unidas (ONU) em uma tentativa de mediar interesses divergentes como capital, meio ambiente e bem-estar social. O conceito foi amplamente difundido pelo relatório “Nosso Futuro Comum”, publicado em 1987:

O desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem a suas próprias necessidades. Ele contém dois conceitos-chave: o conceito de “necessidades”, sobretudo as necessidades essenciais dos pobres do mundo, que devem receber a máxima prioridade; a noção das limitações que o estágio da tecnologia e da organização social impõe ao meio ambiente, impedindo-o de atender às necessidades presentes e futuras (CMMAD, 1991, p. 46).

O relatório apontou como elementos básicos para a promoção de um desenvolvimento que atenda às necessidades atuais e futuras da humanidade: o avanço tecnológico; a cooperação entre os povos e a expansão do mercado (Dias & Tostes, 2011).

A ideia de desenvolvimento parece quase intrínseca à de tecnologia, evocando, também, os conceitos de inovação e ciência. Se o paradigma do desenvolvimento pressupõe a tecnologia, e conseqüentemente, seus aparatos, faz-se imprescindível a reflexão sobre a sustentabilidade de ambos ao se abordar a questão do desenvolvimento sustentável. Para esse propósito, o presente artigo elegeu como objeto de estudo a tecnologia de informação e comunicação e o seu aparato mais popular, o telefone celular.

Descrição do caso

Onipresente na vida cotidiana da maioria da população mundial, o telefone celular pode ser considerado o rei dos dispositivos da sociedade do conhecimento. Segundo dados da Internacional Telecommunication Union – ITU², a sua penetração atingiu 95,5% da

1 (...) uma sociedade na qual as condições de geração de conhecimento e processamento de informação foram substancialmente alteradas por uma revolução tecnológica centrada no processamento de informação, na geração do conhecimento e nas tecnologias da informação. (Tradução livre da autora).

2 A International Telecommunication Union (ITU) — em português, União Internacional de Telecomunicações, UIT — é a agência da Organização das Nações Unidas (ONU) especializada em tecnologias de informação e comunicação.

população mundial em 2014, superando o número de usuários de internet e telefone fixos (ITU, 2014). A América Latina, no mesmo ano, superou esse índice, apresentando a taxa de penetração de 116 %, ou seja, superior ao número de habitantes da região.

O fenômeno de alta adesão ao dispositivo pode ser justificado pela sua característica multifuncional, a qual possibilita: falar com outras pessoas à distância, assistir TV ou filmes, pagar contas, interagir com outras pessoas por mensagens de texto, tirar fotos, ouvir música, pagar o estacionamento, fazer compras, entrar em uma festa, acessar a internet, e até organizar mobilizações políticas (Lemos, 2005). Além disso, essa miríade de funções são disponibilizadas por um aparelho que cabe na palma da mão e é acionado por um simples toque.

Diante do exposto, pressupõe-se que essa tecnologia deve proporcionar benefícios aos seus usuários. No entanto, resta avaliar, com maior profundidade, os impactos de seu consumo massivo. Trata-se, contudo, de uma tarefa hercúlea, dificultada pelos papéis simultâneos referentes ao objeto: um produto do setor econômico de telecomunicações, um processo de comunicação e um conjunto de padrões de comportamentos sociais.

Apesar da amplitude e complexidade do tema, a revisão bibliográfica realizada por este estudo abarcou diferentes pontos de vista, na tentativa de obter um quadro mais fidedigno. No entanto, a literatura sobre o tema é controversa, oscilando entre o entusiasmo e o assombro. De modo geral, os impactos relatados pelos ambientalistas são assustadores o suficiente para banir o dispositivo da história. As publicações das organizações ambientalistas, conforme Sibaud (2012, 2013) e Greenpeace (2010), alertam quanto aos impactos relacionados à cadeia de valor do telefone celular, destacando problemas relacionados às matérias primas, uso de energia e disposição final.

Por outro lado, um relatório publicado pela Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) demove essa impressão exclusivamente negativa, apontando impactos positivos relacionados aos aspectos econômicos e sociais.

A visão do *triple bottom line* apresentada por Elkington (2012) sugere a avaliar a sustentabilidade em três pilares: econômico, ambiental e social. Assim, a definição de sustentabilidade, de acordo com o autor, seria a de assegurar que as ações do presente não limitem as opções econômicas, sociais e ambientais disponíveis para as gerações futuras. Considerando essa visão holística, a controvérsia sobre os impactos pode ser melhor compreendida, embora longe de ser solucionada. À medida em que se apresenta o inventário dos pilares, se configura cada vez mais uma situação de *trade off*³.

A seguir, serão apresentados os principais resultados do mapeamento dos impactos do pilar econômico, a partir do levantamento de dados secundários e revisão da literatura. Este é o pilar que mais contribuiu para o desenvolvimento, e por essa razão foi escolhido para ser analisado neste artigo. Devido à extensão do tema, os pilares social e ambiental não serão investigados aqui.

Discussão sobre os impactos econômicos do telefone celular

De acordo com Srivastava (2008), a Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC) tem sido um elemento de crescimento econômico nos últimos anos e mantém a sua liderança como o setor de serviços que mais se desenvolve, superando o crescimento em serviços básicos, como saúde, habitação e alimentos. Cabe esclarecer que, em relação a telefonia celular, destacam-se dois segmentos específicos: indústria e serviços, cada qual com uma cadeia de valor, mas com elos em comum. Na categoria de indústria, estão os fabricantes de aparelhos e, na de serviços, as operadoras. Uma não existiria sem a outra, pois o aparelho é fundamental para a existência da prestação de serviço de telefonia móvel e, por outro lado, faria pouco sentido ter um aparelho sem as funcionalidades proporcionadas pelas operadoras.

3 Em economia, segundo Mankiw (2009), *trade off* é uma expressão que define uma situação de escolha conflitante, isto é, quando uma ação que visa à resolução de determinado problema acarreta, inevitavelmente, outros.

Do ponto de vista macroeconômico, a geração de receitas e de empregos são consideradas impactos positivos. Em 2013, o setor telecomunicações por celular gerou: US\$ 242 bilhões de receita bruta na América Latina, valor equivalente a 4 % do GDP da região, e 1 milhão de empregos diretos. Além disso, a contribuição para os cofres públicos por meio de pagamento de taxas regulatórias foi de US\$ 41 bilhões (GSMA, 2014).

Outro aspecto a ser considerado, mas ainda não mensurado por indicadores específicos, é o impacto sobre a geração de renda para os trabalhadores da economia informal.

A chegada da telefonia celular, principalmente com a multiplicação dos planos pré-pagos, veio a facilitar e viabilizar muitos negócios dos trabalhadores classificados dentro da economia informal. Seus escritórios, agora, não estão e nem têm o custo de um endereço fixo. A própria rua pode ser ponto de contato com seus clientes, mesmo quando durante a execução de seus serviços. (Abreu, 2010, p. 29).

Como exemplo, Abreu (2010) apresenta dois trabalhadores informais de serviço de frete, também conhecidos por carroceiros, um deles da Índia e outro do Brasil. Ambos anunciam a contratação de seus serviços e utilizam o celular como meio de contato com a clientela.

A modalidade pré-pago desempenhou um papel importante no processo de popularização da telefonia celular, eliminando as barreiras econômicas referentes à manutenção do aparelho. Mesmo sem crédito, o usuário pode ser contatado por meio de chamadas. O custo do contato, neste caso, recai integralmente sobre o emissor. O receptor fica isento de tarifas, embora só possa usufruir da modalidade de recepção. No entanto, essa limitação também pode ser burlada por uma prática que no Brasil foi denominada de “toquinho”. O usuário efetua uma chamada para um destinatário e desliga ao primeiro toque, sem completar a ligação. Assim, o destinatário tem ciência de que o usuário tem o desejo de contatá-lo, mas não possui créditos suficientes para fazê-lo.

De certa forma, a possibilidade de burlar a insuficiência de recursos financeiros para manutenção e uso do aparelho faz com que a tecnologia se torne inclusiva para as camadas de baixa renda, especialmente pelo usufruto pleno da funcionalidade de recepção do contato móvel e mesmo diante das restrições de emissão. Conforme Vrainz e Overboost (2015), 82% das linhas de telefone celular da América Latina são pré-pagas.

Em geral, observa-se que o impacto econômico da telefonia móvel é maior em países em desenvolvimento. Um estudo do Banco Mundial analisou o impacto da penetração das telecomunicações nas taxas de crescimento econômico em 120 países, concluindo que para cada aumento de 10 pontos percentuais na penetração de telefones celulares, há um aumento no crescimento econômico de 0,81 pontos percentuais nos países em desenvolvimento, em comparação com 0,60 pontos percentuais nos países desenvolvidos (Qiang, 2009).

Outra modalidade de inclusão financeira por meio da telefonia celular é a oferta de serviço de *mobile banking* para população sem acesso à conta bancária, a qual corresponde a 60% da população adulta da América Latina.

No México, por exemplo, desde 2012, a “Transfer”, uma parceria entre o Banamex, America Móvil/Claro e Banco Inbursa, oferece serviços de *mobile banking*. Essa iniciativa também foi lançada na Colômbia. No Brasil, criou-se uma versão local da “Transfer”, denominada “Meu dinheiro Claro”, em parceria com o Bradesco, um dos maiores bancos privados do país. Outro exemplo, dentre muitos, é o “Millicom’s Tigo Money” que tem mais 1,4 milhões de usuários e opera em cinco países latino-americanos: Bolívia, Guatemala, El Salvador, Honduras e Paraguai (GSMA, 2014).

O público beneficiário, a maioria de baixa renda, passa a ter acesso a serviços bancários, realizando transações com maior segurança e rapidez e usufruindo da inclusão no sistema financeiro, antes impossibilitada tanto pela burocracia da regulamentação do setor, bem como pela indisponibilidade dos bancos em prestar serviços para este público. Uma conta bancária demanda comprovação de endereço, documentação, movimentação financeira e taxas bancárias que excedem o poder de compra da população de baixa renda.

Conclusões

O objetivo do presente artigo foi o de promover a reflexão e não o de solucionar o *trade off* sobre a sustentabilidade da comunicação por telefone celular. Além disso, devido a extensão e complexidade do tema, elegeu-se como foco os impactos econômicos, sem aprofundar o debate de outros aspectos.

Dentre os dispositivos da sociedade da informação, é o aparelho dominante e quase que universal, congregando usuários de diferentes classes econômicas, idade e escolaridade. É acessível mesmo entre as camadas mais pobres por meio de planos pré-pagos. Além disso, especialmente para a população de baixa renda, o telefone celular ultrapassou as suas funcionalidades de conexão, viabilizando o acesso ao sistema financeiro e possibilitando o contato entre clientes e trabalhadores do mercado informal.

Em grande medida, o telefone celular contribuiu para o desenvolvimento econômico, conforme discutido acima. No entanto, atribuição do adjetivo sustentável a esse desenvolvimento ainda é questionável, uma vez que os impactos sociais e ambientais podem resultar em descompromisso com as gerações futuras.

Bibliografia

- Abreu, Leonardo Marques de; Moraes, Anamaria de. (2010). *Um estudo sobre a usabilidade de telefones celulares com usuários de classes populares baseado em critérios ergonômicos*. Tese (Doutorado). Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Disponível em: http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/Busca_etds.php?strSecao=resultado&nrSeq=17096@1
- Castells, Manuel. (2002). *La dimensión cultural de Internet*. Espanha: Universitat Oberta de Catalunya. Disponível em: http://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502_imp.html
- CMMAD - Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. (1991). *Nosso Futuro Comum*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.
- Dias, Guilherme Vieira; Tostes, José Glauco Ribeiro. (2011). *Desenvolvimento sustentável: do ecodesenvolvimento ao capitalismo verde*. Disponível em: http://www.socbrasileiradegeografia.com.br/revista_sbg/Artigos_arquivos/GUILHERME_artigo_SBG.pdf
- Elkington, John. (2012). *Sustentabilidade, canibais com garfo e faca*. São Paulo: Makron Books.
- GREENPEACE. (2010). *Make IT Green Cloud Computing and its Contribution to Climate Change*. Disponível em: <http://www.greenpeace.org/international/Global/international/planet-2/report/2010/3/make-it-green-cloud-computing.pdf>
- GSMA (2014). *The Mobile Economy. Latin America 2014*.
- ITU. (2014). *ICT Facts and Figures*. Disponível em: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2014-e.pdf>
- ITU. (2015). *Measuring the Information Society Report*. Disponível em: <http://www.itu.int/en/ITUD/Statistics/Documents/publications/misr2015/MISR2015-w5.pdf>
- Lemos, André. (2005). *Cibercultura e Mobilidade: a Era da Conexão*. Disponível em: <https://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n41/alemos.html>
- Mankiw, N. Gregory. (2009). *Introdução à economia*. São Paulo: Cengage Learning.
- OECD. (2001). *Impacts of information and Communication Technologies on Environment al Sustainability: speculations and evidence*. Disponível em: <http://www.oecd.org/sti/inno/1897156.pdf>
- Qiang, Christine Zhen-Wei. (2009). *Mobile Telephony: A Transformational Tool for Growth and Development*. Disponível em: http://www.proparco.fr/jahia/webdav/site/proparco/shared/ELEMENTS_COMMUNS/PROPARCO/Revue%20SPD%20vraie/PDF/SPD4/RevueSPD4_Mobile_Phone_UK.pdf



- Rezende Filho, Cyro de Barros. (2008). *História econômica geral*. São Paulo: Contexto.
- Srivastava, Lara. (2008). Mobile makes its mark. In: Katz, J. *Handbook of mobile communication studies*. Cambridge: MIT Press.
- Sibaud, Philippe. (2012). *Opening Pandora's box: the New Wave of Land Grabbing by the Extractive Industries and the Devastating Impact on Earth*. London: The Gaia Foundation.
- _____. (2013). *Short circuit: the lifecycle of our electronic gadgets and the true cost to earth*. London: The Gaia Foundation.
- TELECO. *Teleco World*. Disponível em: <http://www.teleco.com.br>
- Vrainz & Overboost. (2015). *Emerging Markets, Insights, Latin America*. Disponível em: <http://www.seedstarsworld.com/blog/2015/08/mobile-internet-penetration-latin-america-part-1/>

Agradecimentos

Agradeço à Faculdade Cásper Líbero; aos professores Roberto Chiachiri, Simonetta Persichetti, Marcelo Santos, Rodrigo Morais e aos colegas do grupo de pesquisa “Linguagens e Tecnologias Comunicacionais: Integração e Exclusão”.

Biografia

Liliane Pellegrini é psicóloga, pós-graduada em Marketing, com MBA em Gestão e Empreendedorismo Social e mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero. Tem 20 anos de experiência profissional na área de sustentabilidade, diversidade e responsabilidade social corporativa em empresas multinacional e nacional de grande porte, atuando no Terceiro Setor desde 1984. Em relação ao trabalho acadêmico, publicou artigos sobre comunicação e sustentabilidade, com foco no telefone celular, é Pesquisadora da Faculdade Cásper Líbero nos grupos “Tecnologias digitais: tempo e linguagem” e “Imagem e Inserção Social”. É autora do blog “*Think green before you print*” sobre sustentabilidade, comunicação e tecnologia. lilianepellegrini@gmail.com

El indicador cualitativo ‘capital informacional’: categorías emergentes

Universidad Nacional Autónoma de
México

Alma Rosa Alva de la Selva
alvadelaselva@hotmail.com

Resumen

En la ponencia se presentan los resultados preliminares del proyecto de investigación de tipo exploratorio denominado “Monitorear la Sociedad de la Información y el Conocimiento en México. Propuesta de Indicadores Cualitativos: el Capital Informacional”, cuyo objetivo es el de elaborar un instrumento de tipo cualitativo para la evaluación de ese proceso. Ello, en el contexto de la necesidad de avanzar en una ruta más cualitativa que cuantitativa en términos de indicadores, en el marco de la necesidad de un enfoque integral para el monitoreo del proceso antes mencionado y contribuir a la elaboración de políticas públicas pertinentes en la materia.

El proyecto se realiza a partir del supuesto de que una estrategia pertinente e integral para la evaluación del proceso habrá de contar con un sistema de indicadores cualitativos que incluya el “Capital Informacional”, a identificar y diagnosticar en los diferentes sectores sociales, en tanto reflejo de la posibilidad de que los individuos participen y se desarrollen en la misma.

En el trabajo se incluirán algunos de los resultados preliminares del trabajo de campo realizado en el marco de la investigación, que tuvo como fin el de identificar posibles categorías emergentes a las contempladas por Cees Hamelink en su concepto “Capital Informacional”. Dicho trabajo empírico, de tipo cualitativo, se llevó a cabo con jóvenes de zonas vulnerables de la Ciudad de México, del grupo de edad en el cual se ubica el mayor número de usuarios de Internet en el país. A partir de dicho trabajo de campo, se proponen categorías de análisis adicionales a las consideradas en el concepto mencionado, las cuales se consideran útiles para la comprensión y diagnóstico del proceso de construcción de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, con la brecha digital como uno de los problemas persistentes.

Palabras clave:

Sociedad de la Información y el Conocimiento; Capital Informacional; Métricas de la Sociedad de la Información; Apropiación de las TIC; Indicadores Cualitativos.

Abstract

This paper presents the preliminary results of the exploratory research project called “Monitoring the Information and Knowledge Society in Mexico. Proposal for Qualitative Indicators: the Informational Capital”, which has as its main objective the elaboration of a qualitative instrument for the evaluation of this process. This is proposed in the context of a necessity to advance on a more qualitative

tan quantitative path in terms of indicators, in the framework of the necessity of an integral perspective whit regards to the monitoring of the aforementioned process, and to contribute to the elaboration of pertinent public policies.

The projet is based on the assumption that a pertinent and integral strategy for the evaluation of the process must count with a system of qualitative indicators that includes the “Informational Capital”. This factor is to be identified and diagnosed in the different social sectors as a reflection of the possibility of individuals to participate and develop.

The paper will include some of the preliminary results of the fieldwork realized within the framework of the research projet, wich had as a main objetive to identify the possible additional categories to those contemplated by Cees Hamelink’s “Information Capital” concept. This empiric fieldwork (of a qualitative character) was carried out with young people (within to the age group with the largest number of internet users in the country) belonging to vulnerable zones in Mexico City. Based on said fieldwork new analytical categories are proposed, additional to those already considered in the aforementioned concept. These new categories are considered as useful for the understanding and diagnosis of the process of building the Information and Knowledge Society, a process that has the digital divide as one of its most persistent problems.

Keywords:

Information and Knowledge Society; Information Capital; Informational Society Metrics; TIC appropriation; Qualitative Indicators

Introducción

A más de una década de distancia de la realización de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI), llevada a cabo en sus dos fases en 2003 y 2005, las metas establecidas por la mayoría de los representantes de los países concurrentes no han sido alcanzadas del todo.

Por el contrario, en los años recientes ese proceso ha continuado haciendo notable énfasis en la instauración de la infraestructura y en el tema del acceso a las tecnologías de la información y la comunicación, rubros que remiten a una visión de la nueva sociedad como una “sociedad de la tecnología”, con ésta como motor de progreso y desarrollo.

Dicha visión ha permeado muchas de las estrategias nacionales para edificar la nueva organización social, para dejar en segundo término importantes factores que inciden directamente con los usos y apropiación de las tecnologías de la información y la comunicación, la construcción de conocimiento y otros procesos del desarrollo de una nueva organización social que se aproximen al referente planteado por la Cumbre y su visión inclusiva.

Una de las manifestaciones más claras del alejamiento del desarrollo de la nueva sociedad hacia aquel objetivo es la brecha digital, que al contrario de lo que se proyectaba hace años (cuando incluso se llegó a anunciar su próxima “eliminación”) ha prevalecido, o incluso se ha ampliado a otros ámbitos no previstos.

Como parte de los esfuerzos para remontar esa “nueva desigualdad” se encuentra el imperativo de evaluar el avance del proceso de construcción de la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC). Así, han de plantearse las siguientes interrogantes: ¿qué sectores se

están integrando efectivamente a la SIC? , ¿qué sectores continúan siendo excluidos?, ¿cuál es la incidencia social del uso de las tecnologías de la información y la comunicación? En síntesis, ¿cómo se está desarrollando ese proceso?

Referirse a la evaluación de éste remite a las llamadas “métricas de la Sociedad de la Información”, así como a los grandes referentes formulados para registrar su avance: los indicadores. De acuerdo con la OCDE, éstos cumplen tres funciones básicas: han de representar de forma simplificada el fenómeno objeto de análisis; han de medirlo cuantitativamente y han de utilizarse para transmitir información relevante sobre aquél (OCDE:1997). A partir de lo anterior, puede señalarse que “definir una métrica consiste en identificar y formular el conjunto o sistema de indicadores pertinentes, que pueden dar una visión adecuada de la situación en que se encuentra una sociedad en un momento determinado (Vicente Cuervo:2006).

Así pues, los indicadores constituyen no sólo los parámetros nacionales e internacionales a partir de los que se “mide” el desarrollo de la nueva sociedad en un país determinado, sino que incluso puede decirse que también representan una noción de la misma (¿cómo entender la SIC? ¿A partir de referentes “clásicos”, como la penetración de Internet en hogares, o con base en los procesos de apropiación de las tecnologías, que constituyen un fenómeno cultural?).

Por ser utilizados en el mundo para “monitorear” el desarrollo de la SIC, el tema de los indicadores ha asumido una importancia mayor en los últimos años. De ahí que esté presente en todo propósito de valoración de las condiciones de un país en la materia, con un impacto en la toma de decisiones como también en el sentido de las políticas y estrategias respectivas. De hecho, la información obtenida a partir de los indicadores es un insumo importante para el monitoreo y evaluación de las políticas nacionales en el tema.

Sin embargo, el enfoque prevaeciente de los sistemas de indicadores aplicados a nivel mundial es de tipo cuantitativo, enfoque que se corresponde en medida importante con la naturaleza y objetivos de las entidades que impulsan dichos sistemas. Existe un amplio repertorio de éstos a nivel mundial, donde existe una predominancia de la información cuantitativa, con un enfoque tecno-económico e infraestructural y concentrada en el rubro del acceso, todo lo cual se refleja en los modelos convencionales para la “métrica” del desarrollo de la nueva sociedad, que siguen siendo parámetro básico para los informes que periódicamente elaboran determinados organismos internacionales con interés en el tema.

No obstante, en la medida en que la construcción del nuevo modelo económico y social se ha adentrado en otras etapas inéditas, en el campo de la investigación se ha identificado la importancia de ir más allá de la “medición” de los aspectos cuantificables. Ello, sobre todo a partir del reconocimiento de que existen otras “dimensiones” relevantes en el desarrollo de la nueva sociedad que van más allá del acceso a las tecnologías y que apuntan a los usos y los fenómenos de apropiación social de las mismas, dimensiones cuyas complejidades sólo pueden comprenderse y conocerse a través de estudios que exploren aspectos más profundos de aquéllos y que se relacionan con aspectos socioculturales y cognitivos.

Es así como han tomado cuerpo a nivel mundial tendencias en materia de monitoreo y evaluación del proceso de construcción de la SIC que enfatizan la importancia de avanzar en una ruta más cualitativa que cuantitativa en términos de indicadores, con una visión complementaria entre ambos (Marzal:2011).

En la investigación que aquí se reporta, y la cual es de tipo exploratorio, en el marco del “monitoreo” del proceso de construcción de la SIC se ha buscado identificar otras categorías posibles que podrían ser consideradas para construir un modelo de evaluación del Capital Informacional, tarea planteada como una opción para analizar de forma más completa aspectos relacionados con los usos y apropiación de las tecnologías de la información y la comunicación, y desde una perspectiva que ayude a complementar los hallazgos generados por índices e instrumentos de tipo cuantitativo.

Objetivo

La investigación se plantea como objetivo fundamental el de la elaborar una propuesta para el indicador cualitativo “Capital Informacional”, en tanto insumo metodológico para el monitoreo del desarrollo de la Sociedad de la Información y el Conocimiento en México y la formulación de políticas públicas en la materia.

Marco teórico

El proyecto de investigación asume que el concepto “Capital Informacional”, en la propuesta original de Cees Hamelink, se ubica en el marco teórico de la Sociedad de la Información y el Conocimiento.

Como se sabe, a fines del Siglo XX, el discurso de la llamada “Sociedad de la Información” fue tomando terreno, con el impulso de un enfoque que presentaba a la nueva organización social como una sociedad avanzada y en camino irrefrenable al progreso y la democracia por obra de la tecnología. Ésta era presentada como la fuerza motriz de la historia y del desarrollo.

Desde tal enfoque tecnodeterminista, es decir, la visión de que la nueva presencia de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), en sus aplicaciones ordinarias, conduce al cambio social (Warshawer:2003), se planteó a partir de entonces que la expansión del acceso a los ciudadanos a esas tecnologías, prácticamente por sí mismo, acercaría a éstos caudales de información que automáticamente impactarían de forma favorable en ámbitos como la educación, la economía y la vida política.

Este discurso fue en ascenso en los inicios del Siglo XXI, cuando también se acrecentó el énfasis en el papel de tales recursos tecnológicos como detonadores del progreso y se hizo énfasis en la relevancia del acceso a las infraestructuras y la conectividad, como el factor decisivo para el tránsito hacia la “Sociedad de la Información”. Sin embargo, a ese discurso se oponían voces críticas, que enfatizaban el sesgo tecnodeterminista del mismo.

Fue en ese contexto en el cual Cees Hamelink acuñó su concepto “Capital Informacional”. Se trata de una propuesta que apunta de forma especial a las capacidades de los usuarios relacionadas con los usos y apropiación de las TIC. Como señaló en su momento el propio investigador holandés, su proposición proviene del propio concepto de “Capital”, formulado por Pierre Bordieu (1985). En la idea de que la posición de los actores sociales no sólo depende de su capital económico, sino también de su capital cultural, social y simbólico, Hamelink propuso otra categoría adicional a las anteriores, el Capital Informacional, que definió en los términos siguientes:

Este concepto incluye la capacidad financiera para el pago de la red y los servicios de información, la habilidad técnica para manejar las infraestructuras en red, la capacidad intelectual para filtrar y evaluar información, pero también la motivación para hacer búsquedas activas de la misma, así como llevarla a la práctica social (Hamelink,2000).

Con base en tal definición, muchos otros estudiosos han buscado profundizar y ahondar en el tema, con aportaciones que sobre todo, apuntan a la problemática de las capacidades de los usuarios.

Tal es el caso, por ejemplo, de Jan van Dijk (2006), quien plantea que existen varios niveles de competencia en los usuarios, desde los instrumentales (referentes al manejo operativo y básico de las TIC , hasta lo que llama “capacidades de uso estratégico” , y que incluyen las destrezas para buscar y discriminar información.

En el plano iberoamericano, uno de los primeros trabajos sobre el tema fue el de Sáez y Sierra (2008). Dichos autores, también con base en la noción de capital de Bordieu,

apoyan una perspectiva sobre el tema que trasciende lo instrumental, para poner el énfasis en las posibilidades transformadoras que puede conllevar la apropiación social de las TIC. Para dichos autores, este proceso se encuentra estrechamente relacionado con el “Capital Informacional”.

Resulta conveniente resaltar, como lo ha hecho el ya citado Marí Sáez en otro trabajo, que si bien el concepto de “Capital Informacional” remite a unas determinadas condiciones técnicas e instrumentales para avanzar en la ruta de la apropiación y aprovechamiento de las TIC, “ sin duda lo novedoso no está ahí, sino en los modos en que esa información es recibida, seleccionada y apropiada como conocimiento útil para transformar la realidad” (Marí Sáez: 2011).

Metodología

El tema del “monitoreo” y evaluación del desarrollo de la SIC, incluyendo la problemática específica de la brecha digital, son asuntos poco analizados en México. A lo anterior, debe sumarse la orientación de los sistemas de indicadores a los que con frecuencia aluden las estadísticas o trabajos disponibles sobre el tema y los cuales , hasta donde ha sido posible encontrar en las referencias especializadas, en su mayor parte plantean el desarrollo de índices e instrumentos de naturaleza cuantitativa, elección que deja fuera importantes dimensiones de análisis (por ejemplo, a nivel cognitivo) relacionadas con el fenómeno de los usos y la apropiación.

Y es que, como ya se estableció, el propio desarrollo de la nueva organización social ha ido desplegando otras problemáticas que requieren ir más allá de lo meramente cuantificable y las cuales es necesario explorar, para hacer posibles avances en materia de generar capacidades de intervenir positivamente en ese nuevo modelo económico y social.

A partir de lo anterior, es necesario reiterar que una de las consideraciones centrales de esta investigación ha sido la que reconoce la necesidad de asociar la producción de información cuantitativa al desarrollo de estudios cualitativos. Como lo recomiendan varios autores, tal vinculación es indispensable, para efectos de “validar o redefinir las propuestas sobre las cuales se apoyan los indicadores” (Finquelievich,2011).

Así, la investigación ha buscado concentrarse en los fenómenos que van más allá del acceso a las TIC, en particular en la llamada “dimensión cognitiva”, reconociendo que los procesos relacionados con los usos y apropiación de las TIC no son de carácter instrumental solamente, sino también de carácter crítico-reflexivo (Gutiérrez Martín,2003).

De acuerdo con Bonilla-Castro y Rodríguez Shek (2005), que entienden la investigación cualitativa como “un proceso de entradas múltiples” que se retroalimentan con la experiencia y el conocimiento que se va adquiriendo de la situación, y a partir de la definición del problema se diseñó una estrategia metodológica que a partir de las preguntas de investigación inicialmente planteadas se dirigiese a las problemáticas de los usos y apropiación de las TIC, en el sentido de que los individuos cuenten con una acumulación de un capital en la materia que les permita desarrollarse en el marco de la Sociedad de la Información y el Conocimiento.

El trabajo partió de la noción de que los diseños de investigación cualitativos “son interactivos, dinámicos y emergentes” (Bonilla Castro y Rodríguez Shek ,2005), por lo cual en los mismos tanto el problema como los objetivos, las estrategias de recolección, los datos, el análisis, la interpretación y la validación están relacionados inextricablemente a lo largo de la investigación.

Así pues, previo estudio de las categorías del concepto original de Hamelink, se estableció la realización de un trabajo de campo, con el fin de, a partir de los datos, identificar o refinar posibles categorías emergentes que pudiesen complementar la noción de “Capital Informacional”, en un segmento significativo de la población. El criterio para seleccionar éste fue el de constituir aquél donde se ubicase la mayor tasa de penetración de Internet en

México (el cual en las estadísticas disponibles, aparece relacionado sobre todo con la variable de la edad).

Dado que, como es sabido, en los estudios cualitativos la muestra no se selecciona, sino que se configura (es decir, se va estructurando, sin pretensiones de representatividad estadística a través de las diferentes etapas del proceso de recolección de datos), ésta se construyó con base en las siguientes características:

- Jóvenes de la Ciudad de México de entre 16 y 23 años de edad
- Nivel socioeconómico: Índice de Desarrollo Social (IDS¹) de “Bajo” a “Muy Bajo”;
- Puntos de localización: Centros de Capacitación Técnicos o de Artes y Oficios para jóvenes de escasos recursos; áreas comerciales de venta de artículos de computación y telefonía móvil.

Para la selección de los sujetos del estudio se empleó la estrategia de muestreo por conveniencia (entendido también como un tipo de “muestreo intencional”), mismo que de acuerdo con Flick (2004), “se refiere a la selección de aquellos casos que son los de más fácil acceso en determinadas condiciones”. Se realizó en la modalidad de “bola de nieve” (muestreo encadenado). La muestra se compuso de veinte sujetos. La técnica elegida fue la entrevista semiestructurada.

Cabe señalar que la investigación que aquí se reporta se inscribe en la “teoría fundamentada”, método de investigación en el cual la teoría emerge desde los datos (Glaser y Strauss:1967). Dicha vertiente de la investigación cualitativa puede definirse como aquella que permite generar teoría a partir del análisis de una realidad determinada y que se encuentra subyacente en la información obtenida en el campo empírico.

Análisis de los datos

El trabajo que aquí se reporta se encuentra en la fase de análisis de los datos surgidos del muestreo. Previa transcripción de las entrevistas, como parte del acercamiento del proyecto de investigación a la “teoría fundamentada” y a una de sus estrategias, el “muestreo teórico”, que se aplica en paralelo a la recolección y análisis de los primeros datos, de los cuales emergen los primeros códigos o categorías, se puso en práctica la codificación abierta (proceso de desglosar los datos en distintas unidades de significado) con el análisis del texto línea a línea, con la intención de identificar los conceptos o frases que denotan a los fenómenos y conectan el relato del informante con la experiencia bajo estudio.

Vale tener presente que en general, la codificación abierta:

descompone los datos en partes discretas, se examinan minuciosamente y se comparan, en busca de similitudes y diferencias. Los acontecimientos, sucesos, objetos y acciones o interacciones que se consideren conceptualmente similares en su naturaleza, o relacionados en el significado, se agrupan bajo conceptos más abstractos, denominados categorías” (Straus y Corbin:1990)

Como parte del proceso descrito se está llevando a cabo el desarrollo de la conceptualización correspondiente, con un “rótulo” que clasifica los datos por aspectos comunes. Identificados los conceptos, se ha procedido a establecer las categorías. Muy posiblemente, a partir de éstas surgirán subcategorías.

¹ IDS: Indicador del Gobierno de la Ciudad de México, estimado a partir de las variables Vivienda, Nivel Educativo, Servicios Disponibles, entre otros.

Conclusiones

Aunque la investigación aún se encuentra en proceso, como parte de los resultados del trabajo de campo mencionado en el sector de jóvenes antes referido (con aspectos significativos sobre las condiciones que enfrentan para acceder y aprovechar las potencialidades de las TIC) es posible señalar a nivel preliminar tres posibles “categorías emergentes”, surgidas de los datos y cuya conceptualización se encuentra en desarrollo:

- a) Motivación. El desarrollo de habilidades y competencias técnicas con los que cuentan los jóvenes entrevistados para el manejo y aprovechamiento de las tecnologías depende de forma importante de sus necesidades y motivaciones personales (laborales, escolares, sociales, de entretenimiento, tecnológicas o políticas). Cabe destacar que el desarrollo de dichas habilidades y competencias se presenta mucho más cercana con sus motivaciones que con las medidas o planes de acción que el Estado o la iniciativa privada han impulsado para el fortalecimiento de las mismas.
- b) “Autoaprendizaje”. A pesar de la carencia de una formación educativa formal en el campo de las TIC, los jóvenes entrevistados han alcanzado un determinado nivel de “auto-formación tecnológica”, que les permite aprovechar el uso de herramientas digitales, las cuales consideran “amigables”.
- c) Entorno sociocultural. Del análisis de los datos que remiten a esta esfera se desprende una categoría más de análisis, relacionada con la “visión a futuro” que los entrevistados se construyen sobre las TIC, en términos de la percepción a nivel de lo imaginario sobre el futuro de la relación de éstas con su vida. Esto se refleja, por un lado, en su visión acerca de cómo les gustaría utilizarlas, y por otro, en lo que esperan de ellas en como herramientas de apoyo en su vida cotidiana.

Una vez realizada la profundización conceptual de dichas categorías, relacionadas con los usos y apropiación social de las TIC, se propondrá su integración al concepto “Capital Informacional”, para con ello construir el Indicador Cualitativo correspondiente.

Con ello, la investigación busca aportar insumos teórico-metodológicos para comprender dichos fenómenos, así como para el monitoreo del proceso de construcción de la Sociedad de la Información y el Conocimiento en el país y la formulación de políticas públicas que incorporen en sus estrategias el desarrollo del “Capital Informacional” en los diversos sectores sociales.

Bibliografía

- Bonilla-Castro, E. y Rodríguez Shek, P. (2005). *Más allá del dilema de los métodos. La investigación en Ciencias Sociales*. Bogotá: Editorial Norma.
- Finquelievich, S. (2005). *Estudio para la creación de una sesión sobre Indicadores de la Sociedad de la Información en Educación, Ciencia Cultura Comunicación e Información*. Montevideo: UNESCO.
- Flick, U. (2004). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- Glaser, B. G. y Strauss, A. L. (1967). *The discovery of Grounded Theory :strategies for qualitative research*. Aldine: New York.
- Gutiérrez Martín, A. (2003). *Alfabetización digital múltiple*. Barcelona: Gedisa.
- Hamelink, C. (2000). *The Ethics of Cyberspace*. London: Sage.
- Marí Sáez, V. y Sierra, F. (2008). *Capital Informacional y apropiación social de las nuevas tecnologías*. Revista *Télos* no. 74: Madrid.
- Marzal M. et al. (2010). “*Avances en la medición de la Sociedad de la Información desde la Unión Europea*”. Revista *Interamericana*, vol. 33, núm 2.: Medellín.



- Strauss, A. L. y Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. Newbury Park, CA: Sage.
- Van Dijk, J. (2006). *Digital Divide Research, Achievements and Shortcomings*. *Revista Poetics-Elsevier*, 34 (221-235).
- Vicente Cuervo, M. (2000). "Métricas e Indicadores de la Sociedad de la Información". *Revista "Estadística Española"*, núm 68: Madrid.

Biografía

Doctora en Ciencias Políticas y Sociales. Profesora e investigadora en el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Investigadora Nacional por el Sistema Nacional de Investigadores (SNI-CONACYT). Ex presidenta de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC). Autora de tres libros relacionados con el desarrollo de la radio y televisión en México, así como sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Cuenta con ensayos y artículos de investigación en diversas obras y publicaciones sobre Comunicación. Líneas de investigación: Desarrollo y marco legal de los medios electrónicos, telecomunicaciones y TIC. Sociedad de la Información y el Conocimiento. Brecha Digital. Dirección electrónica: alvadelaselva@hotmail.com.

Comunicação mediada por algoritmos: como a vigilância digital altera a circulação de dados no Facebook

Universidade Federal de Juiz de Fora

Gihana Proba Fava
gihanafava@gmail.com

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo situar el nuevo contexto de la comunicación mediada por algoritmos, apropiándose de ejemplos de manipulación de la información en Facebook. En la historia reciente, algunos casos, como las pruebas psicológicas en la red social sin permiso de los usuarios, el uso de filtros para ocultar la naturaleza política de la información en los Estados Unidos e incluso los cargos que Facebook captura de datos biométricos de sus usuarios, son poner en análisis para comprender el escenario actual de vigilancia digital que plantea discusiones acerca de la privacidad en la red.

Palabras clave:

Comunicación digital; Vigilancia digital; Facebook; Filtro burbuja; Privacidad.

Abstract

This research intends to place the new context of communication mediated by algorithms, appropriating examples of manipulation of information on Facebook. In recent history, some cases such as psychological tests on the social network without users' permission, the use of filters to hide political nature of information in the United States and even the charges that Facebook captures biometric data of its users, are put into analysis to understand the current digital surveillance scenario that raises discussions about privacy on the network.

Keywords:

Digital communication; Digital surveillance; Facebook; Filter bubble; Privacy.

Resumo

Esta pesquisa pretende situar o novo contexto da comunicação mediada por algoritmos, apropriando-se de exemplos de manipulação da informação no Facebook. Na história recente, alguns casos como os testes psicológicos feitos na rede social sem a permissão dos usuários, a utilização de filtros para esconder informações de cunho político nos Estados Unidos e até mesmo as acusações de que o Facebook captura dados biométricos de seus usuários, são postos em análise para compreendermos o atual cenário de vigilância digital que suscita discussões acerca da privacidade na rede.

Palavras chave:

Comunicação digital; Vigilância digital; Facebook; Filtro bolha; Privacidade.

Introdução

No contexto digital é comum deparar-se com questionamentos referentes à ética e à privacidade. Casos recentes alertam para o debate sobre a segurança de dados na Internet. Em 2013, o analista de sistemas Edward Snowden fez denúncias acerca do controle da Agência de Segurança de Nacional dos Estados Unidos sobre os dados de milhares de pessoas. Snowden detalhou como os programas de vigilância do governo tinham acesso irrestrito aos servidores do Google, Facebook, Apple, entre outros – fato que permitia a leitura de todo tipo de dados ali produzidos.

Para este estudo tomamos como foco contextualizar os mecanismos de vigilância e situarmos sua ação através dos algoritmos do Facebook. A intenção é refletir a partir desta nova dinâmica de controle de informações questões como: o rumo da privacidade digital e o que esses novos mecanismos implicam para a política, a cultura, a educação e a economia. Os novos filtros estão conseguindo penetrar não só no terreno da influência de consumo, mas também reverberam sobre o modo como apreendemos o mundo.

Um novo contexto: comunicação mediada por algoritmos

Desde o surgimento da Internet, em 1969, até 2016, vislumbramos um crescimento exponencial de possibilidades para a rede mundial de computadores. Ao longo dos anos, houve a sofisticação dos aparatos tecnológicos que levaram ao cenário atual: a comunicação mediada por algoritmos, que através de uma hipervigilância de dados no ambiente digital cria novos padrões de circulação de informações.

Para esta pesquisa, iremos trabalhar com algumas premissas. Primeiramente, temos o fato de que há uma quantidade enorme de informações na rede. Em segundo lugar, aponta que usuários do meio digital não se contentam mais com o consumo de informação massificada dos meios tradicionais como rádio ou TV, a ordem agora é personalização. Ao cruzar essas premissas, chegamos à terceira: com muita informação disponível e a demanda por conteúdo personalizado, é necessário que algum tipo de dispositivo faça a filtragem do que é relevante para cada usuário.

Uma vez que a rede digital trabalha com quantidade oceânica de dados, faz-se necessário entender o Big Data: termo que diz respeito à manipulação de grande quantidade de dados para se entender/prever/analisar algo que não seria possível através de uma amostragem pequena (Cukier & Mayer-Schoenberger, 2013). A lógica do Big Data e sua organização de dados passa mais pela questão da agilidade no tratamento da informação do que em uma análise aprofundada do conteúdo (Bruno, 2006). Assim, a coleta e o processamento de dados irão contemplar não o indivíduo para sua análise, mas ele categorizado, permitindo que os algoritmos o classifiquem sob vários aspectos: “Com o uso de algoritmos e programas de composição de perfis, os bancos de dados pretendem conter tanto o saber quanto o controle sobre o passado, o presente e o futuro dos indivíduos” (Bruno, p.155, 2006).

Para que esse controle tome forma é necessário que o usuário deixe à disposição seus dados pessoais, o que, de fato, ocorre: “Deixamos, ademais, uma espécie de ‘rastros’, ou traços das atividades realizadas. Assim, temos produzido em escala exponencial cada vez mais dados por meio do uso do ciberespaço” (Pimenta, 2013, p.4). Os algoritmos então agiriam para cruzar os dados através do Big Data em um processo de captura de informações de navegação, que está intimamente relacionado à vigilância digital, tal qual Bruno (2008, p.11) definiu: “monitoramento sistemático, automatizado e à distância de ações e informações de indivíduos no ciberespaço, com o fim de conhecer e intervir nas suas condutas ou escolhas possíveis.” Essa é a base do que pretendemos discutir sob a ótica de como os filtros do Facebook vigiam os hábitos, cliques e outras ações dos usuários e transformam em tendências, preferências e gostos para influenciá-los em suas escolhas. É importante ressaltar que a filtragem de informações é útil, pois ao entregar dados personalizados, facilita a navegação:

Informação digital sem filtros é coisa que não existe, por razões que ficarão cada vez mais claras. À medida que parte cada vez maior da cultura se traduzir na linguagem digital de zeros e uns, esses filtros assumirão importância cada vez maior, ao mesmo tempo que seus papéis culturais se diversificarão cada vez mais, abrangendo entretenimento, política, jornalismo, educação, e mais. (Johnson, 2001, p.33)

Porém, a questão que daremos prosseguimento é justamente como os filtros extrapolam as margens da organização de informação na rede e convertem-se em direcionamentos que muitas vezes manipulam hábitos de consumo e, até mesmo, influenciam no modo como cada usuário apreende os dados e forma sua opinião.

Filtro bolha: consequências da hipervigilância

No novo cenário da comunicação mediada por algoritmos, tudo que o usuário produz na rede é monitorado por dispositivos de vigilância digital e pode ser quantificável e transformado em perfis, tendências, categorias. Essa é a base de uma indústria digital que irá converter os resultados desses cruzamentos de dados em moeda de troca para lucrar com anunciantes. Nesse panorama atual da lógica de informação digital, temos indivíduos controlados pela vigilância sem que tenham a exata consciência de como ela se infiltra em suas vidas. Percebe-se na história do desenvolvimento da computação aparatos cada vez mais complexos para executarem as tarefas do usuário. Johnson descreve essa dinâmica sob a ótica dos softwares que mediam a relação entre homem e máquina, através do conceito de agentes inteligentes:

Em vez de espaço, aqueles zeros e uns são organizados em algo mais próximo de um indivíduo, com um temperamento, uma aparência física, uma aptidão para aprender – o computador como personalidade, não espaço. Chamamos essas novas criaturas – essas “personalidades” digitais – de agentes. (JOHNSON, 2001, p.129)

Compreende-se então que há algo, não palpável e quase imperceptível, que liga o usuário com a máquina. “Uma boa interface é quando facilita o desaparecimento da diferença entre as ligações” (Santaella, 2003, p.92). Os agentes inteligentes se configuram como nossos representantes no ciberespaço, quanto mais eles crescem, menor a percepção de suas ações pelo usuário e mais controle essa inteligência artificial tem sobre suas decisões. Surge então uma problemática: por mais dados que tenha à disposição ou por mais sofisticada que a tecnologia Big Data possa ficar em termos de cruzamento de dados, não consegue ter a sutileza do pensamento humano, a diferenciação do gosto estético, para que possa compreender as necessidades mais profundas do ser humano e traduzir isso em interesses pessoais fielmente.

Os agentes agem sob o *feedback* positivo do usuário – quanto mais cliques e ações confirmarem seus gostos e interesses, mais o agente tende a traduzir esse padrão como uma tendência. Daí, resultam as sugestões de anúncios para comprar um tênis que tenha relação com suas últimas compras, dicas de restaurantes em endereços próximos à sua localização e, até mesmo, que tipo de informação vai ser privilegiada para aparecer em seu *feed* de notícias do Facebook. A extrapolação desses resultados, ora privilegiando hábitos, ora localização; ora mapeando os amigos com mais interação em uma rede social, ora lendo dados demográficos, fez o pesquisador Pariser enxergar uma nova ordem vigente na rede:

A nova geração de filtros na Internet olha para as coisas que você parece gostar - as coisas reais que você fez, ou as coisas que as pessoas como você gostam - e tenta extrapolar. Eles são os motores de previsão, constantemente criando e aperfeiçoando uma teoria de quem você é e o que você vai fazer e querer no futuro. Juntos, estes

motores criam um universo único de informação para cada um de nós – o que denomino de filtro bolha - que fundamentalmente altera a maneira com a qual nós encontramos ideias e informações. (Pariser, 2011, p.32-33)

Assim, o modo como um agente inteligente lê cada usuário através dos dispositivos de vigilância digital e transforma isso em padrões, começa a refletir no filtro que é construído para cada pessoa, transformando-se em um filtro bolha. Por que um resultado de uma busca no Google, por exemplo, seria extremamente personalizado ao ponto de “esconder” outros resultados? Quem é o juiz que decide o que é relevância para cada um de nós? Essas perguntas acenderam a fúria em Pariser e sua bolha reflete justamente a imersão tão profunda em informações super personalizadas que limitam todo o resto que é diferente do padrão que os algoritmos criaram para o usuário. Ao mesmo tempo em que o filtro é útil e confortável (pois cada pessoa vai se deparar com conteúdo familiar, em concordância com suas crenças, interesses e gostos previamente mapeados), ele é perigoso uma vez que a rede possui uma infinidade de outras informações prontas para serem exploradas e auxiliar no aumento do repertório de conteúdo, no confronto ao nos depararmos com ideias diferentes. A fim de demonstrar um pouco mais o funcionamento desses filtros, teremos como objeto desse estudo a rede social Facebook. Vamos nos apoiar em exemplos da ação de seus filtros e que tipos de consequências tal dinâmica trouxe para a comunicação digital.

Facebook: poderosa máquina de capturar dados

O Facebook fechou o ano de 2015 com mais de 1,59 bilhão de usuários¹, sendo a maior rede social do mundo. Nesse site, os usuários tendem a passar mais tempo conectados e a disponibilizar – mesmo sem tal percepção – seus dados pessoais. Embora a pesquisa tenha o foco de demonstrar o funcionamento dos filtros do Facebook, sabemos que é um desafio compreender a fundo seu algoritmo, uma vez que seu funcionamento não é divulgado pela empresa, bem como ele está em constante mutação – existem diversas atualizações e modificações da estrutura da rede, além do algoritmo agir sob diversas ações que estão acontecendo a cada segundo. A seguir, iremos demonstrar alguns exemplos sobre a captura de dados dos usuários no Facebook e refletir sobre como a vigilância digital está impactando a sociedade.

Testes psicológicos com usuários

Sob o título de “Facebook manipulou newsfeed de 600 mil usuários para realizar experimento científico²”, a Revista Galileu revelava que o Facebook modificou seu algoritmo, sem o conhecimento dos usuários. No experimento, dividia-se os perfis em dois grupos: um recebia notícias de caráter positivo e o outro, de caráter negativo. Como resultado, o grupo que recebeu notícias boas tendia a publicar conteúdos positivos e quem recebeu notícias sobre acontecimentos ruins, acabava por publicar o teor mais negativo. Ou seja, o *feed* era alterado em prol da manipulação das emoções dos usuários. Até então, falava-se mais sobre os algoritmos jogando a favor dos anunciantes, para converter vendas.

A pesquisa abre precedentes para perguntas como: o que o Facebook estaria fazendo nesse momento com nossos dados sem que tenhamos a chance de saber? Essa reflexão confirma-se outra publicação: “Facebook teria realizado centenas de testes psicológicos ao

¹ Dados divulgados no balanço anual do Facebook em 2015.

² Disponível em: <http://revistagalileu.globo.com/Tecnologia/Internet/noticia/2014/06/facebook-manipulou-newsfeed-de-600-mil-usuarios-para-realizar-experimento-cientifico.html>

longo dos anos”³. Em entrevista, Andrew Ledvina, ex-funcionário do Facebook, confirma que havia uma equipe para realizar diversos testes que alteravam o *feed* com o objetivo de manipular o comportamento dos usuários – sendo utilizado para diversos temas, de solidão à política.

Filtro de ideologias políticas

Na matéria “Facebook é acusado de filtrar postagens de certas ideologias políticas”,⁴ publicada em 10 de maio de 2016 pelo site Tecmundo conta com depoimentos de um ex-funcionário do Facebook que explicou como isso era feito no cenário político americano. As notícias que costumavam ser cortadas continham teor mais conservador e também falavam de ex-candidatos republicanos, como Mitt Romney e Rand Paul. A questão derruba a tese de muitos que defendem que os filtros do Facebook são construídos somente a partir da experiência do usuário, em uma visão positiva do uso da plataforma.

Nossas telas são janelas através das quais nós estamos experimentando, organizando e interpretando o mundo em que vivemos. São as interfaces através das quais nós expressamos o que somos e o que acreditamos para os demais. Rapidamente, elas estão se tornando os limites de nosso aparato perceptual e conceitual, o limiar entre nossos sistemas nervosos e os dos outros, o nosso entendimento do mundo, senão o próprio mundo. (Rushkoff, 2010, p.138-139 apud Rüdiger, 2013, p.258)

Notícias como essa são importantes para refletirmos sobre o potencial que a manipulação de dados tem. Se antes o foco era sobre as empresas que vendiam através de seus anúncios super segmentados, agora a questão vem à tona sobre algo muito mais poderoso: seria possível influenciar a opinião pública e, até mesmo, enxergar um cenário no qual uma eleição pode ter seus rumos alterados por esses algoritmos.

Regulamentações e processos

No atual momento de vigilância de dados e discussões sobre a ética e a privacidade dos dados, a União Europeia reúne talvez os países que mais trabalham com leis e regulamentações para controle de informações. De toda forma, considera-se esse contexto ainda mais em uma fase inicial do que um cenário sólido.

Alguns exemplos pelo mundo dão conta de que hoje existem alertas contra a política do Facebook e até mesmo processos em andamento para punir alguns atos da rede social. Na Bélgica, a polícia recentemente publicou um alerta em seu site⁵ à respeito de uma nova funcionalidade do Facebook: os novos botões de gosto permitem ao usuário se expressarem ainda mais, pois anteriormente era possível somente curtir uma publicação, mas, agora, qualquer um pode se expressar como alegre, triste ou surpreso, por exemplo. A polícia belga acredita que ao utilizar isso, o Facebook terá mais dados para decidir sobre o conteúdo mostrado a cada pessoa.

Já nos Estados Unidos a acusação vem de outra funcionalidade, a notícia “Facebook enfrenta processo nos EUA por função de marcar fotos”, publicada no portal G1, no dia 6 de maio de 2016, aponta o caso de um juiz americano que move um processo contra a rede

3 Disponível em: <http://revistagalileu.globo.com/Tecnologia/Internet/noticia/2014/07/facebook-teriarealizado-centenas-detestes-psicologicos-ao-longo-dos-anos.html>

4 Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/facebook/104597-facebook-acusado-filtrar-postagens-certas-ideologias-politicas.htm>

5 <http://www.politie.be>

social acusando-a de coletar dados biométricos dos usuários sem o consentimento destes. O Facebook se pronunciou afirmando que a análise de fotografias não se enquadra em coleta de dados biométricos. O processo segue em andamento.

Conclusões

Através do novo contexto de vigilância digital, se faz necessário pensar em um panorama no qual tanto usuários, quanto instituições e o próprio governo não têm controle exato de como são manipulados os dados. Quem, então, detém o controle da Internet? Os estudos do campo da vigilância, bem como suas regulamentações são ainda iniciantes e não conseguem desvendar ou dar conta do vasto campo no qual se depara.

Ao olhar para as recentes notícias e escândalos de vazamento de informações, captura de dados sem o consentimento dos usuários e, principalmente, ao se ter noção de que há ainda muito mais potencial para os dispositivos de vigilância digital atuarem, discutir a questão da privacidade e da ética nesse meio é urgente. Estamos fechados em uma bolha, quando deveríamos estar explorando o ciberespaço; nossos dados pessoais de navegação estão sendo transformados em moeda de troca para grandes empresas, que desejam anunciar para um perfil cada vez mais personalizado – querem nos dizer o que acessar, o tipo de produto que precisamos e até mesmo quem somos! Mais do que isso, é preciso se atentar para um modelo criado pela comunicação mediada por algoritmos, um caminho sem volta: os algoritmos estão prontos para guiar nossas escolhas, preferências políticas e emoções de uma maneira jamais imaginada.

Bibliografía

- Bruno, F. (2006) Dispositivos de vigilância no ciberespaço: duplos digitais e identidades simuladas. *Fronteiras Estudos Midiáticos*: revista da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, v.8, n.2, p.152-159, mai./ago. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6129>.
- Bruno, F. (2008) Monitoramento, classificação e controle nos dispositivos de vigilância digital. *FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*: revista do Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Disponível em: <http://www.univerciencia.org/index.php/browse/b/21?sortOrderId=&recordsPage=2>.
- Cukier, K. N., Mayer-Schoenberger, V. (2013) *The Rise of Big Data*: How It's Changing the Way We Think About the World. *Foreign Affairs* p.28-40, mai./jun. Disponível em: <http://www.foreignaffairs.com/articles/139104/kenneth-neil-cukier-and-viktor-mayerschoenberger/the-rise-of-big-data>.
- Johnson, S. *Cultura da Interface*. (2001). Como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble*. What the Internet is Hiding from You. The Penguin Press. New York.
- Pimenta, R. M. (2013). Big Data e Controle da informação na era digital: Tecnogênese de uma memória a Serviço do mercado e do estado. *Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação*: revista da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação (Ancib). Vol. 6, n.2.
- Rüdiger, F. (Org.). (2013). *As teorias da cibercultura*: perspectivas, questões e autores. Porto Alegre: 2ª edição, Sulina.
- Santaella, L. (2003). *Culturas e Artes do Pós-Humano*. Da Cultura das mídias à cibernética. Paulus.

Biografía

Mestre em Comunicação e Sociedade pela Universidade Federal de Juiz de Fora (2015). Gihana Fava pesquisa os mecanismos de vigilância digital com ênfase no Facebook e no Google, buscando entender que consequências essa dinâmica tem para a comunicação digital nos aspectos sociais, culturais, mercadológicos e cognitivos.

Comunicação digital das regiões metropolitanas brasileiras: uma análise das ações de Governo Eletrônico em sites e portais oficiais

Francine Alves Maia
maiacomunicacao@gmail.com

Universidade de Taubaté

Monica Franchi Carniello
monicafcarniello@gmail.com

Centro Universitário Módulo.
Universidade de Taubaté

Moacir José dos Santos
professormoacirsantos@gmail.com

Resumo

A comunicação pública é uma garantia legal e tem como principais funções acompanhar mudanças de comportamento da sociedade, potencializada pelas mídias digitais. O objetivo do artigo é analisar os canais de comunicação digitais oficiais das regiões metropolitanas do Brasil, avaliando sua identificação, usabilidade e apresentação de conteúdo. O resultado contempla apenas três sites nos quais constam sete RMs de dois estados brasileiros, o que configura a indisponibilidade de informação pública digital oficial. O estudo aponta para a ausência de dados atualizados sobre a atuação das RMs e a falta de clareza na apresentação de dois dos sites analisados, podendo levar o internauta a uma confusão de conceitos sobre as regiões metropolitanas brasileiras e os órgãos que as representam.

Palavras chave:

Planejamento e Desenvolvimento. Região Metropolitana. Comunicação Pública.

Resumen

La comunicación pública es una garantía legal y sus principales funciones son para controlar los cambios de comportamiento de la sociedad, realizados por los medios digitales. El objetivo de este artículo es analizar los canales oficiales de comunicación digital de las regiones metropolitanas de Brasil, evaluando su identificación, facilidad de uso y presentación de contenidos. El resultado incluye solo tres sitios en los que hay siete RM de dos estados brasileños, lo que establece la indisponibilidad de información pública digital oficial. Este estudio revela la falta de datos actualizados sobre la actuación de las RM y la falta de objetividad en la presentación de dos de los sitios analizados, lo que puede conducir al usuario de Internet a elaborar conceptos equivocados sobre las regiones metropolitanas brasileñas y los organismos que las representan.

Palabras claves:

Planificación y Desarrollo. Región Metropolitana. Comunicación pública.

Abstract

Public communication is a legal guarantee and its main functions are to monitor behavioral changings in society, enhanced by digital media. Tthis article's goal is to analyze the official digital communication channels of the metropolitan regions of Brazil, evaluating their

identification, usability and content presentation. The result includes only three sites in which there are seven RMs of two Brazilian states, which sets the availability of digital public information officer. The study points to the lack of updated data on the performance of RMs and the lack of clarity in the presentation of two of the analyzed sites, which can lead Internet users to a confusion of concepts of Brazilian metropolitan regions and the bodies that represent them.

Keywords:

Planning and Development. Metropolitan region. Public communication.

Introdução

A democracia é um conjunto de princípios e práticas que preservam a liberdade dos cidadãos (SEN, 2000). Só é exercida de forma plena quando entram em cena diversos aspectos da vida social e política, entre eles o acesso à informação, como ingrediente indispensável para a tomada de decisão. Pode-se, portanto, afirmar a importância da comunicação pública. Zémor (1995) afirma que a comunicação pública tem como principais funções informar, escutar, contribuir para a relação social e acompanhar mudanças de comportamento da sociedade.

O exercício democrático esbarra, entre outros itens, na ausência de informação coerente e atualizada disponível e acessível à sociedade por parte do Estado. Sen (2000) aponta o acesso à informação como parte indispensável para o desenvolvimento.

O advento das novas tecnologias relacionadas à disseminação do uso da internet como meio de ampla comunicação, criou um cenário mutante e ligeiro, no que diz respeito ao diálogo em todos os aspectos de forma global. Diante desse contexto, surge a oportunidade de estudar as relações dos brasileiros com seu governo através do ambiente da rede de computadores, a Internet.

O objetivo do artigo é analisar os canais de comunicação digitais oficiais das regiões metropolitanas do Brasil, avaliando sua identificação, usabilidade e apresentação de conteúdo. Para realizar a análise das ações de comunicação pública no ambiente digital das 72 Regiões Metropolitanas (RMs) brasileiras, observando seus sites oficiais, foram avaliados os canais relacionados à essas regiões em período previamente determinado, seguindo parâmetros pré-definidos com a expectativa de comparar as ações realizadas em território nacional para traçar um panorama atual dessa ferramenta de prática da democracia e, assim, analisar de forma mais ampla o contexto da interação das RMs com seus públicos.

Referencial teórico

Região Metropolitana: análise conceitual

A definição de Região Metropolitana tem sua tradução num aglomerado de municípios que têm em comum sua localização geográfica e particularidades de seus potenciais de desenvolvimento econômico e social. Uma teoria que, no caso do Brasil, é diretamente afetada por conta das disparidades entre seus territórios.

Dallabrida et al. (2013) ampliam o debate sobre a construção adequada da regionalização, colocando como ponto fundamental o debate entre a sociedade local e o governo e estimulando o progresso sem favorecimentos ou bairrismos. Já Brandão (2004) defende ainda que é

preciso mudar o pensar e agir diante das políticas territoriais, intensificando a discussão sobre a complexidade do tema e a necessidade de resolver os conflitos existentes para alcançar resultados positivos.

As regiões metropolitanas (RMs) surgiram no Brasil no início da década de 1970. Elas foram definidas por meio da Lei Complementar, nº 14, de 8 de junho de 1973, assinada pelo então presidente da república Emílio Médici (Furtado, Krausse & França, 2013).

Apesar de dar liberdade para a criação de novas regiões metropolitanas, aglomerações urbanas e microrregiões, a Carta Magna seleciona possíveis interesses comuns entre os arranjos metropolitanos, além de sugerir a criação de fóruns e conselhos, que serviriam como suporte para o debate do aprimoramento do projeto. Ainda assim, deixa claro que a participação de qualquer município em uma região metropolitana não implicará perda de autonomia.

Embora haja a busca por soluções que possam ser extensivas às RMs por todo o mundo, para Klink (2009) não existe um modelo único que direcione a governança metropolitana. Isso ocorre porque o cenário institucional das RMs está em permanente mudança, acompanhando o dinamismo da sociedade.

No Brasil, foi instituído pelo governo federal em 12 de janeiro de 2015, o Estatuto da Metrópole estabelece diretrizes para o planejamento, a gestão e a execução das funções públicas de interesse comum nas regiões metropolitanas e em aglomerações urbanas instituídas pelos Estados. No estatuto está previsto, entre outros itens, o compartilhamento de responsabilidades para a promoção do desenvolvimento urbano integrado e a efetividade no uso dos recursos públicos, sempre respeitando as peculiaridades regionais e locais.

O fenômeno das regiões metropolitanas é historicamente recente, portanto seu constructo é gradual e processual. Em um cenário marcado pelo estímulo à comunicação pública e caracterizado pela presença das mídias digitais, compreender como as RMs estabelecem o fluxo de comunicação com a sociedade, visto que a gestão o desenvolvimento regional são temas de interesse público, é uma demanda temática para a pesquisa acadêmica.

Comunicação pública

Zémor (1995) afirma que a comunicação pública tem como principais funções informar, escutar, contribuir para a relação social e acompanhar mudanças de comportamento da sociedade. Para o autor é preciso evitar a pessoalidade da comunicação pública, focando o governo de forma institucional. Oliveira (2004) sustenta que a comunicação pública não é apenas governamental, mas pode ser realizada pela sociedade em geral, ao tornar uma informação pública, ao dar-lhe publicidade. Para Koçouski (2012) a comunicação pública deve ter seu olhar voltado à coletividade. Esses conceitos complementares entre si e relevam quão amplo é o tema da comunicação pública e reforçam a importância do debate sobre o assunto.

Conceituar a comunicação pública exige diferenciá-la da comunicação política. Matos (2011) explica que a primeira surge como uma versão aprimorada da comunicação governamental, com o um processo que envolve Estado, governo e sociedade numa relação participativa, regada a um fluxo intenso de troca de informações, para que juntos possam debater as decisões sobre os rumos do país. Esse tipo de comunicação leva o peso de ter papel de extrema importância na democracia, ao ser canal de propagação dos passos dados pela administração pública. De outro lado, Matos (1998) coloca, então, a comunicação política, que define como algo que tem como meta influenciar e convencer o público sobre aspectos específicos de suas decisões voltadas aos temas políticos, por meio de técnicas de marketing, com objetivos de curto prazo.

Nas últimas décadas, a comunicação pública no Brasil deixou de ser usada exclusivamente para realizar a comunicação entre o governo e os cidadãos e passou a repercutir as mudanças políticas, sociais e econômicas do país (MATOS, 2011).

Um passo importante para fortalecer o acesso à informação no Brasil foi a criação da Lei de Acesso à Informação (LAI), em 18 de novembro de 2011, que tem a transparência como sua principal bandeira ao exercer o papel de normalizar as relações comunicacionais entre a sociedade e os órgãos públicos. Um de seus desafios é o de acabar a cultura do segredo, característica completamente inversa aos preceitos defendidos pela lei:

I - observância da publicidade como preceito geral e do sigilo como exceção; II - divulgação de informações de interesse público, independentemente de solicitações; III - utilização de meios de comunicação viabilizados pela tecnologia da informação; IV - fomento ao desenvolvimento da cultura de transparência na administração pública; V - desenvolvimento do controle social da administração pública (LEI DE ACESSO À INFORMAÇÃO, art. 3, 2011).

A LAI estabelece uma relação de transparência com os cidadãos de maneira passiva ou ativa, conforme Figura 1.

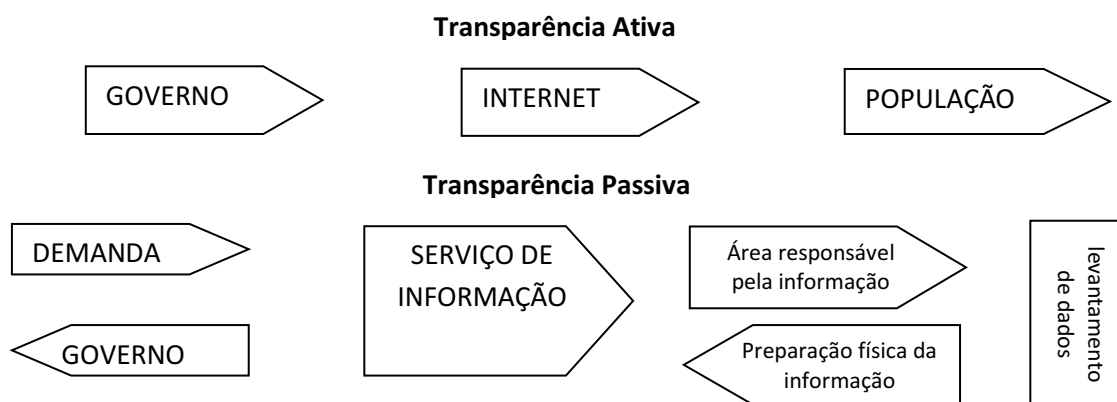


Figura 1 - Transparência Ativa e Passiva

Fonte: Elaborado pelos autores adaptado de Lei de Acesso à Informação (LAI), 2011.

Apresentado o contexto comunicacional no qual está inserido o objeto de estudo, passa-se à seção método.

Método

A pesquisa é de caráter descritivo, por apresentar características como observação, registro, análise, classificação e interpretação de fatos ou fenômenos, sem que o pesquisador interfira no cenário ou o manipule. Foram avaliados por meio da observação do conteúdo (1) presença de sítios oficiais das RMs em ambiente digital; (2) aspectos técnicos; (3) transparência.

A coleta de dados foi feita com recorte, que inclui a página principal da *homepage* do site referente à Região Metropolitana, podendo-se estender para dois ou mais níveis subsequentes. O procedimento adotado foi a observação sistêmica em duas oportunidades distintas, sendo a primeira para análise do site e a segunda para verificação de atualização. O instrumento de coleta de dados inclui a análise de critérios predefinidos, desenvolvidos especificamente para esta pesquisa, com base nas normas do Comitê Executivo do Governo Eletrônico. Como base para a análise foi utilizado o site de buscas Google. A escolha por basear o estudo nos resultados oferecidos pelo Google, que representa 89,5% das buscas realizadas no país (COMSCORE, 2009).

Resultados e discussão

Presença das RMs em ambiente digital.

O primeiro passo para dar início à pesquisa foi realizar um levantamento sobre quais regiões metropolitanas possuem sites oficiais que possam representá-las na Internet. A pesquisa foi realizada entre os dias 15 e 28 de julho de 2015 por meio do site de buscas da Google e pelos sites do governo de cada estado. A busca revelou que nenhuma das 72 regiões metropolitanas brasileiras possui site com link ou ícone disponível na página governamental. Também não foi constatada qualquer informação sobre site oficial das regiões metropolitanas no sistema de busca interno aos sites estaduais. Ainda assim em alguns casos é possível encontrar notícias sobre as RMs.

O completo desligamento entre as informações relacionadas às regiões metropolitanas e os sites dos governos estaduais demonstra uma desarticulação visível e delicada, já que a RM, ao menos teoricamente, representa o poder do estado com foco direcionado para ações regionais de desenvolvimento coletivo, tendo, portanto, vínculo direto com a administração pública estadual.

Na pesquisa realizada no site de buscas da Google foram observadas cinco páginas de resultados. Apenas três sites foram encontrados, sendo referente às RMs que ficam no estado de Minas Gerais e dois referentes às RMs que ficam no estado de São Paulo.

Estado	Região Metropolitana	Site encontrado	Pág	Link
Minas Gerais	RM de Belo Horizonte	Metropolitana.mg.gov.br	1ª	1º
	RM do Vale do Aço	Metropolitana.mg.gov.br	1ª	4º
São Paulo	RM da Baixada Santista	sdmetropolitano.sp.gov.br	1ª	3º
		emplasa.sp.gov.br	1ª	4º
	RM de Campinas	sdmetropolitano.sp.gov.br	1ª	3º
	RM São Paulo	sdmetropolitano.sp.gov.br	1ª	2º
		emplasa.sp.gov.br	1ª	3º
	RM de Sorocaba	emplasa.sp.gov.br	1ª	3º
	RM do Vale do Paraíba e Litoral Norte	emplasa.sp.gov.br	1ª	1º
sdmetropolitano.sp.gov.br		1ª	4º	

Quadro 1 - Sites que representam as regiões metropolitanas encontrados no site de busca da Google

Fonte: Dados da pesquisa.

Apesar de todos os endereços para os portais surgirem logo na primeira página do site de busca não é possível afirmar que essa característica isolada representa uma facilidade para o internauta. Para compreender de que se trata de um sítio oficial relacionado à região metropolitana é preciso que o usuário identifique tal ligação ao primeiro contato, ao visualizar o endereço da página. Esse reconhecimento pode ser constatado somente no portal da RM de Minas Gerais, já que o endereço virtual é o www.metropolitana.mg.gov.br. Na tentativa de ampliar a compreensão deste cenário e encontrar sites comuns entre as RMs que pudessem conter informações básicas sobre todas as regiões metropolitanas e fossem localizados pelo cidadão em menos de cinco páginas de resultados do site de busca da Google, foram encontrados dois sites que sistematicamente surgem na pesquisa, são eles o site da Emplasa - Empresa Paulista de Planejamento Metropolitano, e do Observatório das Metrôpoles.

Aspectos técnicos

No caso da RM de Minas Gerais a padronização da paleta de cores obedece aos critérios da página original, mantendo seu padrão ao longo dos desdobramentos internos do site. Já os sites paulistas iniciam-se cada um em sua origem institucional, ou seja, de um lado emplasa.sp.gov.br e do outro sismetropolitano.sp.gov.br, porém há uma convergência entre os dois endereços no momento em que se busca informações sobre a RM de São Paulo e a RM do Vale do Paraíba e Litoral Norte, especificamente. Ao clicar em um desses ícones, migra-se para um ambiente visualmente distinto, isso porque há uma mudança da paleta de cores, aparentemente com a intenção de criar uma identidade visual específica para cada uma das RMs. Como não há outras RMs paulistas com links que levem a informações específicas mais amplas, torna-se inviável afirmar que há uma padronização completa na apresentação dos sites.

Em todos os casos foi apresentado contraste, tamanho e tipo de fonte considerados aceitáveis para leitura. Contudo, o design apresentado pelo site da Emplasa se revela confuso ao não unificar as informações sobre as RMs num tópico específicos, deixando-as espalhadas em ícones diferentes, de um lado as RMs de São Paulo e do Vale do Paraíba e do Litoral Norte, apresentadas na seção institucional, do outro as RMs de Campinas e da Baixada Santista, na parte inferior da página, podendo ser acessados por meios de suas agências. A RM de Sorocaba só aparece num aba destinada à indicadores, ainda assim com dados superficiais.

Quanto ao quesito acessibilidade, o site das RMs de Minas Gerais apresenta opções de navegação a partir do uso do teclado. O site SDMetropolitano oferece ferramenta para ampliar a fonte, tornando as letras maiores e favorecendo indivíduos com dificuldades visuais. O portal da Emplasa não oferece nenhum recurso para pessoas com deficiência.

Transparência

O site destinado à RM de Minas Gerais possui informações institucionais mais amplas, incluindo dados sobre a Agência de Desenvolvimento Metropolitano do estado, apresentada como a administradora institucional. Já os dois sites do estado de São Paulo trazem informações visivelmente desorganizadas quanto à composição das RMs, seus integrantes administrativos e seu papel junto à sociedade. Os dados existentes apresentam-se de forma dispersa.

Pode-se considerar que a apresentação dos textos satisfatória, por se tratarem, em sua maioria, de textos aparentemente jornalísticos. Entre os problemas encontrados estão a ausência da citação de fonte em muitos textos, ou seu posicionamento inconstante quanto sua localização na página, o volume e a profundidade das palavras, com algumas matérias longas ou que precisam ser acompanhados de uma busca mais detalhada sua compreensão.

Nenhum dos sites estudados apresenta uma prestação de contas específica relacionada à RM, apenas informações pontuais sobre a ação do estado, incluindo dados financeiros relacionados, principalmente sobre investimentos já realizados ou capacidade para fazê-los.

A agenda da RM de Minas e da SDMetropolitano podem ser encontradas facilmente e aparentam englobar ações de todas as RMs de cada estado. Como já citado anteriormente, foram encontrados, nos links institucionais dentro da página da Emplasa e da SDMetropolitano caminhos específicos para as RMs de São Paulo e Vale do Paraíba e Litoral Norte. Nos endereços de ambas foram encontradas agendas em fase de elaboração ou desatualizadas.

Algumas ações futuras e passadas aparecem documentadas em formato de notícia. Os poucos relatórios disponíveis, encontram-se desatualizados. Em todos os casos é possível encontrar legislação que rege as RMs, diretamente no site ou em outros diretórios

correlacionados expostos na página. Em alguns casos os documentos estão disponíveis para download.

Foi encontrada nos sites a ferramenta “fale conosco”, na qual o internauta consegue se identificar e cadastrar-se, enviando sua dúvida. Não há fóruns ou chats disponíveis para interatividade real. Somente o site mineiro oferece tutoriais, apresentando ao internauta perguntas frequentes e um mapa do site.

Em todos os casos há mecanismo de busca dentro dos sites, mas isso não significa que os resultados das buscas são satisfatórios. No site da Subsecretaria de Assuntos Metropolitanos, um dos que representa as RMs de São Paulo, por exemplo, é possível enfrentar constantes panes quando é feita uma pesquisa de palavras por meio do mecanismo de busca.

A divulgação de ações das RMs é escassa e insuficiente para manter o cidadão informado sobre a gestão territorial de sua região.

Considerações finais

Ao analisar os canais de comunicação digital oficiais das regiões metropolitanas brasileiras, revelam-se lacunas no que diz respeito à interação do governo com a sociedade, tendo em vista uma relação que deveria, em tese, criar e estimular oportunidades de discussão pública sobre temas de interesse comum ao cidadão. Essa representação parcial observada no estudo, na qual apenas sete das 72 RMs do país possuem portais oficiais, reforça o rótulo de um perfil histórico político no qual a necessidade de mensagens direcionadas ao público externo aos portões dos prédios públicos parece ser simplesmente ignorada. A transparência, ainda que indispensável alicerce da democracia, se apresenta incipiente, ao menos nesta situação específica das regiões metropolitanas em todo o território nacional.

Essa discussão ganha ainda mais importância ao constatar-se que abordar a regionalização é algo vital para o acesso social de maior alcance por parte da comunidade em assuntos que lhe dizem respeito diretamente. Sendo assim, enfatiza-se a relevância da comunicação pública que parte de arranjos de municípios, como as RMs.

Utilizar a Internet, vista como um novo espaço para o exercício da cidadania, como canal para fomentar o acesso popular pode ecoar resultados positivos interessantes que envolvam o empoderamento construído por meio do pensamento crítico, já que o ambiente virtual apresenta-se como solo fértil no qual o ser humano encontra formas para defender seu ponto de vista.

Apesar dos adventos da comunicação digital e do governo eletrônico terem trazido dinamismo e modernização para a administração pública, é preciso reconhecer que há ainda um longo caminho a ser trilhado para alcançar níveis aceitáveis de transparência. Os canais existentes precisam de melhorias substanciais e ainda há aqueles que sequer constam no ambiente virtual.

Pesquisas como esta se caracterizam por limitações naturais à internet, que incluem a curta duração dos dados, além da dependência de informação oferecida pelo Estado. A comunicação pública à maneira que existe hoje, em sua usabilidade e profundidade tendo como alvo atingir o formato ideal por meio do qual seja cumprido o papel de fonte de combustível para efervescer o debate democrático.

Referências

Brasil. (2011) *Lei de acesso à informação*. 2011. Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm. Acesso em 05 de maio de 2015.

- Comscore (2009). *Google domina o cenário da Internet na Índia e no Brasil*. Disponível em: http://www.comscore.com/por/Insights/Press_Releases/2009/9/Google_Shows_Strength_in_Indian_and_Brazilian_Internet_Landscapes> Acesso em 14 de jun. 2010.
- Dallabrida, Valdir Roque; Birkner, Knaesel, Walter Marco & Cogo, Edson Luiz (2013). Gestão territorial e desenvolvimento: avanços e desafios dos processos de descentralização político-administrativa no Brasil. *Scripta Nova*. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. [En línea]. Barcelona: Universidad de Barcelona, vol. XVII, n° 428. <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-428.htm>>. [ISSN: 1138-9788]. Acesso em 11 de janeiro de 2016.
- Emplasa. *Regiões Metropolitanas*. Legislações. Disponível em <http://www.emplasa.sp.gov.br/fnem/legislacao.asp>. Acesso em 04 de maio de 2015.
- Furtado, Bernardo; Krausse, Leandro & França, Karla (2013). *Território metropolitano, políticas municipais: por soluções conjuntas de problemas urbanos no âmbito metropolitano*. Brasília : Ipea.
- Klink, Jeroen Johannes (2009). Novas governanças para as áreas metropolitanas. O panorama internacional e as perspectivas para o caso brasileiro. *Cadernos MetrÓpole*, São Paulo, v. 11, n. 22, pp. 415-433.
- Koçouski, Marina (2012). Comunicação Pública: construindo um conceito. In: Matos, Heloisa (2012). *Comunicação Pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas*. ECA/USP: São Paulo.
- Matos, Heloisa (2006). Comunicação Política e Comunicação Pública. *Organicom*, ano 3, nº4.
- Matos, Heloisa (1998) *Comunicação Pública – Democracia e Cidadania: o caso do Legislativo*. I Seminário de Comunicação Legislativa do Senado Federal. Disponível em <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/783e6552ae7775c83c58acadcbd0563e.PDF>. Acesso em 05 de maio de 2015.
- Oliveira, Maria José da Costa (org.) (2004). *Comunicação Pública*. Editora Alínea. Campinas, SP.
- Sen, Amartya (2000). *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Zémor, Pierre (1995). *La communication publique*. 3 ed. Paris: PUF, 2005

Biografia

Francine Alves Maia. Mestre em Planejamento e Desenvolvimento Regional pela Universidade de Taubaté. Temas de estudo: comunicação e desenvolvimento regional. Comunicação governamental. E-mail: maiacomunicacao@gmail.com

Monica Franchi Carniello. Doutora em Comunicação e Semiótica (PUCSP). Pós-doutorado pela Universidade Metodista de São Paulo e pela Universidade do Minho. Docente do Mestrado em Planejamento e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté. Temas de estudo: comunicação e desenvolvimento regional. Comunicação governamental. monicafcarniello@gmail.com

Moacir José dos Santos. Doutor em História (UNESP). Pós-doutorado pela Universidade do Minho. Docente do Mestrado em Planejamento e Desenvolvimento Regional da Universidade de Taubaté e do Centro Universitário Módulo. Temas de estudo: história da comunicação. Comunicação governamental. professormoacisantos@gmail.com

Paramedio, multimedia y comunicación gubernamental: La agenda tecnológica en ANSL

Instituto Cultural Argentino
de Educación Superior

Sergio Ricardo Quiroga
sergioricardoquiroga@gmail.com

Resumen

En este trabajo, examinamos la información producida durante el año 2014 en cuestiones tecnológicas, por el medio estatal llamado “Agencia de Noticias San Luis” (ANSL), una agencia de prensa con plataforma digital, creada para transmitir información gubernamental a todos los medios de manera gratuita, en la provincia de San Luis, Argentina en el año 2012. Esta indagación puede inscribirse en los estudios formulados de las macro-temáticas de los discursos mediáticos sobre tecnología en un medio estatal como la Agencia de Noticias San Luis.

San Luis es una provincia argentina situada en la Región de Cuyo en Argentina, con aproximada de quinientos mil habitantes es gobernada hegemónicamente por el Partido Justicialista desde la llegada de la democracia en diciembre de 1983.

El análisis de las noticias de tecnología expresan las percepciones y creencias del medio gubernamental ANSL en un tiempo de cambio cultural, Internet y nuevas tecnologías y la proliferación de diversos dispositivos de alta conectividad que afectan todos los quehaceres humanos.

En la llamada sociedad del conocimiento atravesada en sus actividades principales por procesos comunicativos los discursos tecnológicos atraviesan el campo social, desde el optimismo ilimitado al considerar el uso de la tecnología, como si fuera una panacea presente, con la idea de que la tecnología por sí, podría ser entendida como un motor de cambio y desarrollo sin considerar los recursos y la ciudadanía, los que entienden la posibilidad de uso de las nuevas tecnologías sin proclamas espectaculares y los que las niegan su uso en las distintas esferas sociales por considerarla negativa. La primera aparece como una concepción restringida que concibe a los dispositivos tecnológicos y a las redes como creadores por sí solos de innovación, desarrollo y conocimiento, con optimismo ilimitado, sin tener en cuenta las asimetrías del poder y el factor humano como relevante, ideología presente en los discursos de la ANSL sobre tecnología.

Palabras claves:

periodismo, agencia, agenda, tecnología

Abstract

In this paper, we examine the information produced during 2014 on technological issues, the state media called “News Agency San Luis” (ANSI), a press agency with digital platform created for

transmitting government information to all media free, in the province of San Luis, Argentina in 2012. This inquiry can enroll in the studies made of the macro-themes of the media discourse about technology in state media as News Agency San Luis.

San Luis is a province of Argentina located in the region of Cuyo in Argentina, with about five hundred thousand inhabitants is hegemonically governed by the Justicialista Party since the advent of democracy in December 1983.

The analysis of technology news express the perceptions and beliefs of the government's medium ANSL in a time of cultural change, Internet and new technologies and the proliferation of various high connectivity devices that affect all human affairs.

In the so-called society crossed knowledge on their core activities by communication processes technological discourses traverse the social field, from the boundless optimism when considering the use of technology, like a present panacea, with the idea that technology alone it could be understood as an engine of change and development without considering the resources and citizens, those who understand the possibility of using new technologies without dramatic proclamations and those who deny their use in different social spheres refusal to consider it. The first appears as a narrow conception that conceives technological devices and networks themselves as creators of innovation, development and knowledge, without taking into account the asymmetries of power and as relevant human factor, ideology present in the speeches of the ANSL about technology.

Keywords:

journalism, agency, calendar, technology

En reconocimiento al Profesor Carlos Rusconi, uno de los impulsores de los estudios de comunicación en la provincia de San Luis, Argentina

Introducción

Este trabajo puede inscribirse en el marco de indagaciones formuladas con la finalidad de estudiar las macro-temáticas de los mensajes que en materia tecnológica produce el medio estatal multimedial denominado Agencia de Noticias San Luis (ANSL). San Luis es una provincia argentina situada en la Región de Cuyo en Argentina, con aproximada cuatrocientos cincuenta mil habitantes es gobernada hegemonicamente por el Partido Justicialista desde la llegada de la democracia en diciembre de 1983.

San Luis es una provincia ubicada en la región central de Argentina es desde diciembre de 1983 gobernada hegemonicamente por el Partido Justicialista. Este trabajo puede inscribirse en el marco de indagaciones formuladas con la finalidad de estudiar la agenda tecnológica del medio Agencia de Noticias San Luis (ANSL).

Los medios de comunicación han generado cambios sensibles en el entretenimiento y educación de la sociedad, facilitan el acceso a regiones remotas, modifican nuestra percepción del tiempo y del espacio y desarrollan un rol sensible en la vida social. Las nuevas tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) están influyendo sensiblemente en los procesos de creación y cambio de las corrientes de opinión pública y en donde los medios tradicionales, los mensajes de texto, correos electrónicos, blogs, y otros espacios dentro de internet, influyen

sensiblemente en la vida cotidiana de las personas, en relación a su edad, estatus social, nivel de educación y estudios.

Vizer (2003) ha destacado además, que las tecnologías son una construcción social, una manifestación de la cultura y que una de las características de la cultura occidental desde la modernidad ha sido el de combinar conocimiento científico con desarrollo de instrumentos.

Hoy hablar de tecnología hoy significa hablar de nuevas terminologías, nuevos discursos, y nuevas artes en términos de Vizer (2003), y en nuestro tiempo, el rol de los medios en la vida de las audiencias ha experimentado una transformación notable en las últimas décadas debido a la rápida transformación tecnológica y a la integración de los medios de comunicación de manera progresiva en las prácticas sociales e institucionales de la ciudadanía. Además la oferta de realidades es generada por los grupos dominantes, medios de comunicación, con capacidad de elaborar y recrear discursos que justifiquen el orden social imperante.

Vizer (2003) señala que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) asociadas a las industrias culturales constituyen junto a la biotecnología, los capítulos más brillantes que ha producido lo que denomina “cultura tecnológica. Estas construyen nuevos espacios-tiempo en donde nacen nuevas formas de relación social, nuevas formas institucionales, nuevas dimensiones de la cultura y nuevas categorías de aprehensión de la experiencia cultural y social (Vizer, 2003-324).

Medio y Multimedia

El 23 de marzo de 2012 fue creada la Agencia de Noticias San Luis (ANSL) en la provincia de San Luis, Argentina, un medio de producción de información gubernamental pensada como una organización medial de soporte a otros medios, como un nuevo elemento, más adecuado a los nuevos tiempos, para transmitir mensajes e informaciones a través de una plataforma. El contexto comunicacional-periodístico en el que actúa la agencia, puede ser caracterizado como periodismo gubernamental, diversidad limitada y promoción de escasos actores gubernamentales, con casi ninguna de periodismo de voces y fuentes múltiples.

La creación de ANSL (www.agenciasanluis.com) como un medio estatal, exclusivamente estuvo signada por la idea de difundir y publicitar mejor los actos de gobierno y la administración provincial ante la ciudadanía y conformar además, un medio que elaborara información “cocinada” para otros medios de comunicación. La agencia expuso una transformación cualitativa en dos aspectos: la aparición de un medio gubernamental multimedial y con ello la transformación en la gestión y distribución de la información de “carácter oficial” de la provincia, ya que la agencia ofrece sus contenidos de manera gratuita a medios y ciudadanos. Los contenidos periodísticos de la agencia se nutren de la información que cada municipio y ministerio a través de su área de prensa envía a la agencia. La agencia es parte de una estrategia gubernamental de comunicación institucional que nuclea a medios y periodistas. *Agencia de Noticias San Luis*” es uno de los principales medios digitales de la provincia de San Luis, Argentina y el canal informativo privilegiado del poder ejecutivo junto al Diario de la República y el Canal 13 San Luis. En la plataforma multimedial trabajan entre cronistas, redactores, fotógrafos y corresponsables alrededor de más de cuarenta personas. Según su exdirector Diego Masci, la web tenía once mil visitantes diarios en los años 2012-2013¹.

Cuando la Agencia de Noticias San Luis comenzó con su aparición en la web, era básicamente una transformación muy rudimentaria de lo que era la vieja página de prensa oficial, en un blog un poco más refinado; hoy ya creo que es un portal de noticias. Pero en esa transformación se pasó de algo que decían varios, de 800 visitantes

1 Masci, D. (2015). Lic. Diego Masci, Secretario de Medios de la Provincia de San Luis. En *Escenarios y desafíos de la agenda pendiente en San Luis*. (Comps) Hidalgo, A. y González Salinas, M. J. San Luis. Nueva Editorial Universitaria .U.N.S.L. Págs. 28-34.

diarios -que para un página web en San Luis es un número respetable digamos tener un numero de 800 o 1000 visitantes diarios si tenemos en cuenta la cuestión de volumen-, pasó a tener aproximadamente 11 mil visitantes diarios, un promedio de 11 mil visitantes diarios. (Masci, 2015:30)

Metodología

Buscamos indagar y conocer cuales son los temas de agenda y como se presentan los temas (*issues*) tecnológicos en el medio Agencia de Noticias San Luis. Caracterizamos a ese medio como una agencia estatal publica sostenida por fondos públicos que aportan los ciudadanos con sus impuestos y que publica información sobre los actos de gobierno del Poder Ejecutivo de San Luis, y eventualmente noticias sobre los legisladores oficialistas, pero que omite toda información sobre la mayoría de la oposición política y las voces diversas y divergentes presentes en la sociedad sanluisenseña.

Nos formulamos las siguientes cuestiones ¿Cuál es la agenda de tecnología del medio examinado que refuerza las aspiraciones del gobierno? ¿Qué características presenta el tratamiento informativo de los asuntos tecnológicos en la Agencia San Luis Noticias como apoyo a las políticas públicas del poder ejecutivo? ¿Cómo es la construcción de la agenda de esos temas?

Estas cuestiones problemáticas guiaron esta formulación. La prensa digital de San Luis y sus agendas, las agendas de los medios públicos, las agendas gubernamentales, a pesar de distintos esfuerzos investigativos (Quiroga, 2014) aparecen como un espacio poco indagado en los estudios de comunicación locales y regionales y ofrece un terreno de estudio de gran interés desde perspectivas diversas, no sólo desde el acceso público o ciudadano a la información pública, la libertad de prensa o la regulación de las pautas publicitarias y el derecho de los medios a solicitar la publicidad oficial de acuerdo con la nueva Ley de Servicios Audiovisuales en Argentina que rige desde el año 2009 y dejada sin efecto a los pocos días de la asunción del Presidente Macri. . En este trabajo se tratará de dar respuesta a una serie de interrogantes surgidos de la curiosidad investigativa para examinar un universo compuesto por las noticias tecnológicas del medio. Vizer (2003) propone que para el estudio de la interpretación y la construcción discursiva se hace necesario articular las diferentes disciplinas que construyen los discursos y las interpretaciones sobre el hombre, la sociedad y la cultura y concebir las problemáticas de las relaciones entre tecnología y sociedad desde perspectivas aportadas por la sociología, las ciencias políticas, la economía y sobre todo la antropología.

Estudio

Para profundizar en la agenda temática de la agencia de noticias se ha realizado un relevamiento de las noticias de tecnología publicadas en el medio en el año 2014, estableciéndose algunas categorizaciones que pudieran permitir la indagación posterior. Se relevaron treinta y siete noticias vinculadas a la tecnología en el medio y con la información encontrada y su análisis, podemos dar cuenta de ciertas cuestiones planteadas y conocer la agenda tecnológica del medio y que preconiza la misma.

La agenda

McCombs (2006) expuso que los medios de comunicación al seleccionar los temas construyen representaciones de realidad, aunque no todos los medios, tienen el mismo poder

o capacidad para instalar la agenda. A largo plazo, organizan la forma en que se percibe el mundo, entendiendo que los medios le dicen a la gente sobre que temas pensar y generan jerarquías de importancia. Un estudio sobre la influencia de los medios de comunicación en la opinión pública en el ámbito español ha sido realizado por Rubio Ferreres (2009). Según Shaw (1979) “*el presupuesto fundamental de la agenda setting es que la comprensión que tiene la gente de gran parte de la realidad social es modificado por los media*” (Shaw: 96 y Rubio Ferreres, 2009). McCombs y Shaw en un estudio formulado en 1993 señalaron que la investigación sobre los efectos de la agenda-setting en los medios había tenido cuatro fases: la primera, fue la confirmación de la hipótesis originaria de 1972, la segunda enfocada en la observación de condiciones que empujan o reducen los efectos de la agenda-setting de los media, la tercera orientada en la transferencia de los temas (características, rasgos o atributos de los temas) y la cuarta que pone el acento en el modo en que se configura esa agenda (López-Escobar, 2007:198-199).

Los medios de comunicación en general, construyen y elaboran sus visiones sobre la realidad, presentando ésta en base a su propio sistema de valores, sus rutinas productivas, sus niveles de decisión, sus criterios de calidad, sus criterios de oportunidad y sus criterios de pertinencia formulando una *realidad mediática* (La Rosa, 2013:20-21). Un inicial estudio sobre la construcción de la agenda de los medios por otro lado, da cuenta de cómo la percepción (percepciones) de *imagen de público* por parte de las audiencias influencia la construcción de las agendas de programas radiales y televisivos (Quiroga, 2008,2011).

Teoría del *framing*

Gaye Tuchman (1978, p. 12) ha advertido sobre la importancia que cobra el enfoque de la cobertura en la construcción de la realidad cuando afirma que “*el acto de producir noticias es un acto de construir la realidad misma más que el solo hecho de pintar un cuadro de la realidad*”. Para Gaye Tuchman la noticia es vista como la construcción social de la realidad y considera los intereses del público atendiendo al lugar específico en donde ocurren los hechos, las actividades de organizaciones específicas y los temas particulares.

Explica que los medios cumplen dos funciones: transformar los acontecimientos en noticias y contarlos en forma de historias cotidianas que coloquen a los miembros de una sociedad frente a sí mismos. Es a través de esta segunda función que el trabajo de informar sirve de base para la acción social (Tuchman, 1978, p. 12, Amadeo, 2003).

Socialización

La investigación de la cultura política también ha estudiado el rol de los medios de comunicación y lo ha hecho de tres maneras diferentes (Amadeo, 2003, 2013). La autora reseña distintas formas de socialización señalando que existen teóricos que además de la socialización primaria realizada a través de la familia también consideran una socialización secundaria, en la que incluyen a la escuela, los partidos políticos y los medios de comunicación, que estarían contribuyendo a la conformación de un universo de ideas y experiencias comunes a todos los integrantes de una sociedad (Kavanagh, 1972, pp. 28 y ss.; Llera, 1997, pp. 58-59; Botella, 1997, pp. 31 y ss.). Amadeo (2013) también describe que otros autores consideran que los medios de comunicación como organizaciones que interpretan la realidad, conocen y saben emplear los significados que la ciudadanía ha propuesto y dominan las formas hegemónicas del discurso político coadyuvando al acopio y la modificación de la memoria (Pekonen, 1989; Duncan, 1968). El tercer grupo de autores que Amadeo (2003) considera que los medios de comunicación son en sí mismos, transmisores de símbolos (Edelman, 1977, pp. 8-12, 33, 77).

Periodismo

Barros y Duarte (2004) dan cuenta de la caracterización y amplitud del término periodismo en el ámbito brasileño exponiendo la caracterización de Luiz Beltrao, el gran impulsor brasileño de los estudios de comunicación latinoamericano. Para Beltrao la actividad periodística no solo se circunscribe a los medios tradicionales como las revistas, la radio, la televisión y el cine, sino también las manifestaciones de periodismo modernas como las relaciones públicas y la propaganda, la canción popular, el turismo, el folcklore y los libros de actualidad (Beltrao, 1969:6). Interrogarnos sobre quién es hoy un periodista en las redacciones, sobre cuál es su rol social, que es o que constituye el periodismo en nuestro tiempo, o cómo avanza la formación de profesionales periodistas en las universidades o que ocurre en el juego e interacción de la teoría y la práctica, puede ayudar a caracterizar el turbulento y ambiguo terreno periodístico conformado por conglomerados mediáticos en vías de fragmentación o transformación, pequeños medios, medios gestionados por organizaciones no gubernamentales (ONGs) y medios estatales en Argentina. Preguntas y temas de interés que impactan de lleno en la profesión periodística en el contexto argentino y latinoamericano, y sobre todo cómo las tecnologías digitales en constante avance y expansión están cambiando el periodismo, y cómo tales transformaciones son influenciadas por los avances tecnológicos.

Héctor Schmucler (1997) se preguntaba si los periodistas podrían sobrevivir a la creatividad y a la tecnología. Señalaba que las tecnologías contemporáneas habían crecido merced a la instrumentalidad bélica y que luego que los hombres las inventan y adquieren fuerza propia y son precisamente ellas las que ejercían el poder sobre los hombres, caracterizando al nuevo periodismo como aquel representado por grandes empresas monopólicas (Schmucler, 1997). El teletipo y la máquina de escribir fueron en su tiempo tecnologías del periodismo. Los nuevos dispositivos, sus tecnologías y las redes sociales facilitan la interacción social, ayudan a la construcción de un periodismo potencialmente de calidad e interactivo, con una creciente participación de los ciudadanos, aunque no resuelven por sí solos los diferenciales de poder sociales existentes.

En general, son precisamente los avances tecnológicos y los nuevos consumos culturales, los que están cambiando el rol del periodismo y los modelos de producción, distribución y consumo de su industria. Los contenidos periodísticos son construidos utilizando una amplia gama de tecnologías digitales, distribuidas de forma instantánea a través de Internet, dispositivos móviles, y otras plataformas, formuladas para la satisfacción y comodidad de los consumidores. En este contexto, trascurre la dinámica de la comunicación gubernamental y los medios del estado. La conducción del estado democrático requiere como parte de la gestión de los actos de gobierno, la promoción de una información pública veraz y de calidad a sus ciudadanos. Los ciudadanos merecen tener acceso a la información mediante todos los procedimientos que sirvan para transparentar la gestión pública, mediante la difusión de la información vital para la ciudadanía.

San Luis y la información pública

Si bien los representantes legislativos de la provincia de San Luis aprobaron una ley de acceso a la información pública el 3 de junio del 2015 el proyecto aún aguarda la sanción del gobernador de San Luis para convertirse en ley. En él se establece que toda persona tiene derecho a solicitar y a recibir información completa, veraz, adecuada y oportuna, de cualquier órgano perteneciente a: a. La Administración Central y Descentralizada; b. Entes Autárquicos; c. Organismos Interjurisdiccionales integrados por la provincia de San Luis; d. Empresas y Sociedades del Estado, Sociedades Anónimas con participación estatal mayoritaria, Sociedades de Economía Mixta y todas aquellas otras Organizaciones Empresariales donde el Estado Provincial tenga participación en el capital o en la formación

de las decisiones societarias; e. Poder Legislativo, Poder Judicial, Ministerio Público, Consejo de la Magistratura, Defensor del Pueblo, Jurado de Enjuiciamiento y Tribunal de Cuentas, en lo que respecta a su actividad administrativa; f. Empresas prestadoras de servicios públicos, sean públicas, privadas o mixtas. El Art. 2 señala que el órgano requerido debe proveer la información contenida en documentos escritos, fotografías, grabaciones, soporte magnético o digital, o en cualquier otro formato y que haya sido creada u obtenida por tal órgano y/o que se encuentre en su posesión y bajo su control. En diciembre del 2015, asumió un nuevo gobernador Dr. Alberto Rodríguez Saá del mismo partido que el gobernador anterior, que posiblemente no comparta este proyecto de los legisladores provinciales. La norma hasta mayo del 2016 no fue sancionada por el Poder ejecutivo Provincial.

Creemos que conocer la información gubernamental de carácter tecnológico en una provincia como San Luis, Argentina, que cuenta además con una agenda digital desarrollada en el tiempo, es relevante para conocer que visiones de mundo tecnológico ofrecen los textos periodísticos del medio. Por otro la provincia de San Luis tiene una Agenda Digital que se ha establecido como una política pública prioritaria de la provincia de San Luis agrupando las acciones tendientes al desarrollo de las tecnologías de la información y de la comunicación como ejes impulsores del llamado “*progreso de los ciudadanos, empresas y el propio estado*”, como la misma norma establece.

En este trabajo, pretendemos analizar un espacio definido en la prensa digital como es la presencia de los temas vinculados a las nuevas tecnologías. Denominamos en este trabajo “*technology issues*” a la información vinculada con las nuevas tecnologías, la incorporación de dispositivos maquinímicos multimediales en distintos ámbitos de la vida pública y social formulando diversas convergencias, el WiFi y su acceso público y el desarrollo de Internet en la provincia y sus usos educativos, etc.

La provincia de San Luis se caracteriza en Argentina como un territorio que tiene casi quinientos mil habitantes y cuenta con una infraestructura tecnológica relevante con wifi gratuita y con una Agenda Digital trazada de manera estratégica desde hace años y que lleva adelante el gobierno sanluiseño. En el contexto de la provincia de San Luis, el gobierno provincial ha establecido una “*Agenda Digital*” donde se la caracteriza como una política pública prioritaria a seguir a lo largo de los años. La Ley N° V-0764-2011 señala en su Art. 1:

Se establece como política pública prioritaria de la Provincia de San Luis las acciones tendientes al desarrollo de las tecnologías de la información y de la comunicación como un eje impulsor del progreso de los ciudadanos, empresas y el propio Estado. Dichas acciones constituyen su Agenda Digital a la que se denomina “San Luis Digital” que deberá asentarse en los siguientes ejes: a) Infraestructura: se refiere al mantenimiento e incremento de la conectividad y el acceso a Internet en forma gratuita, en todo el territorio Provincial; b) Gobierno electrónico: importa concretar un gobierno integrado, transparente, eficaz y participativo que resuelva los problemas de sus ciudadanos e instituciones privadas mediante soluciones innovadoras aplicando la tecnología; c) Productivo: incrementar el uso de tecnologías de la información en los procesos productivos; d) Educación y capacitación: se refiere a impulsar iniciativas que contribuyan a acortar brechas en el uso de tecnologías en los procesos educativos buscando mejorar la calidad del aprendizaje y la creatividad; e) Tecnológico: busca potenciar la industria de servicios tecnológicos globales como nicho estratégico para el desarrollo de la Provincia de San Luis; f) Marco legal: es el eje transversal sobre el que se asientan los cinco anteriores, buscando generar un ecosistema que potencie el progreso y la prosperidad digital mediante el desarrollo de las condiciones de entorno necesarias para ello.

La relevancia de la tecnología en la provincia está dada por la constitución de esta agenda, la realización de eventos anuales dedicados a la digitalidad social y a las nuevas tecnologías como “San Luis Digital” que se realiza con el apoyo presupuestario que el gobierno asigna.

La fuerte impronta de la instalación de la conectividad, uso de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información en los procesos productivos y en la educación establecida como política pública han merecido la atención de la relevancia de esta indagación.

En los discursos de los funcionarios del gobierno provincial se ha caracterizado el modelo de San Luis como “único en Argentina” con la creación de la autopista informática, el Data Center y la conexión con el servicio de Wi Fi gratuito a la ciudadanía dando cuenta de un nuevo derecho humano: el derecho a la inclusión digital incorporado a la Constitución Provincial. Un dato relevante es que la provincia de San Luis cuenta en el año 2015 con 1000 antenas distribuidas en todo el territorio para cumplir y desarrollar su agenda digital, acciones gubernamentales que en el marco de las políticas públicas buscan profundizarse.

Tecnologías y agendas

En la llamada sociedad del conocimiento atravesada en sus actividades principales por procesos comunicativos los discursos tecnológicos atraviesan el campo social, desde el optimismo ilimitado al considerar el uso de la tecnología, como si fuera una panacea presente, con la idea de que la tecnología por sí, podría ser entendida como un motor de cambio y desarrollo sin considerar los recursos y la ciudadanía, los que entienden la posibilidad de uso de las nuevas tecnologías sin proclamas espectaculares y los que las niegan su uso en las distintas esferas sociales por considerarla negativa.

Las nuevas tecnologías de la Información y Comunicación son consideradas tradicionalmente como un conjunto de herramientas relacionadas con la transmisión, procesamiento y almacenamiento digitalizado de información, como al conjunto de procesos y productos derivados de las nuevas herramientas (hardware y software), y su utilización en la enseñanza y en la vida cotidiana. La vida social de nuestro tiempo nos permite a través de las redes interactuar y poder relacionarnos con los demás de nuevas formas constituyendo grupos más o menos organizados en el establecimiento de vínculos, uniones y encuentros creados en torno a propósitos e intereses compartidos que enmarcan las redes sociales. Las nuevas tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) están influyendo sensiblemente en los procesos de creación y cambio de las corrientes de opinión pública, donde además, los medios tradicionales, los mensajes de textos, correos electrónicos, blogs, y otros espacios dentro de internet, influyen en la vida cotidiana de las personas.

Por las características del trabajo periodístico, producción de las noticias se realiza cotidianamente bajo la presión del tiempo en períodos de veinticuatro horas, donde está presente la urgencia cotidiana de las salas de redacciones y la presentación episódica. En este caso de análisis, la información que publica la ANSL es tomada también de los distintos organismos estatales que la envían periódicamente. Esos organismos son casi la fuente exclusiva de donde se nutren las informaciones del medio.

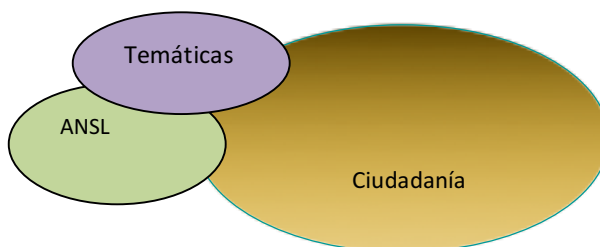


Diagrama de interacción Temáticas, Medios y Tecnología

Títulos de las noticias de tecnología

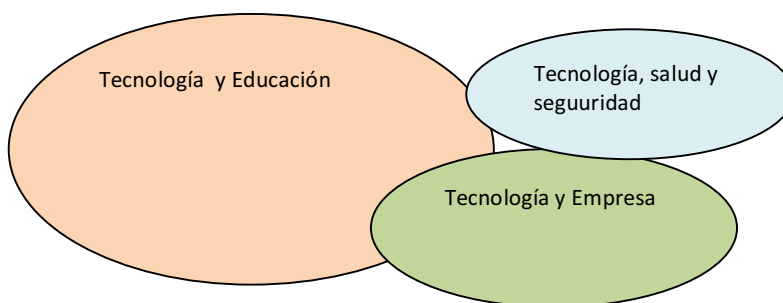
Para describir el universo de noticias tecnológicas de la ANSL se han conformado los siguientes núcleos temáticos como tecnología y educación, tecnología y empresa y tecnología salud y seguridad. Los nombres que llevan dan cuenta de la temática asociada a los mismos.

<i>Fecha</i>	<i>Título</i>
28/02/2014	Poggi: "San Luis premia el mérito docente y académico"
23/04/2014	Provincia pionera: en San Luis los bitrenes circulan desde el 2012
18/06/2014	La ULP participará de un encuentro mundial sobre creatividad e innovación
27/06/2014	Alumnos de la EPD "Isaac Newton" participarán de un encuentro mundial de educación
30/06/2014	Alumnos de la EPD "Isaac Newton" representan a la provincia
17/07/2014	Una oportunidad para seguir creciendo en el desarrollo de sitios web
28/07/2014	Vecinos del sur de la ciudad disfrutan de una mayor conectividad
19/08/2014	El gobernador Poggi aprobó una fuerte inversión en tecnología para seguridad
10/09/2014	Empresas de tecnología interesadas en sumarse al PILP
11/09/2014	Tecnología y educación en un campus de vanguardia
15/09/2014	El Gobierno recibirá 10 ambulancias de alta tecnología
16/09/2014	Este miércoles se presenta San Luis Digital ID 2014
17/09/2014	San Luis Digital 2014 tuvo su lanzamiento en Buenos Aires
19/09/2014	El evento de tecnología más importante de la región está de regreso y se viraliza
23/09/2014	Participá y ganá los premios que te acercan a lo último de la tecnología
26/09/2014	Técnicos de la AUI se formaron en el uso de nuevas tecnologías
26/09/2014	Hackathon: un desafío a la creatividad en San Luis Digital 2014
28/09/2014	Tecnología e instrumentos, una combinación para acercar la música a los más chicos
30/09/2014	Emprendedores de San Luis conocieron herramientas de innovación tecnológica
04/10/2014	Wikimedia será parte de San Luis Digital 2014
04/10/2014	Marcelo Tinelli invitó al país a participar de #SanLuisDigital 2014
09/10/2014	Dictan seminario para aplicar nuevas tecnologías a las industrias
10/10/2014	Primera jornada de San Luis Digital 2014
10/10/2014	Los bitrenes participan en San Luis Digital 2014
10/10/2014	Una mirada al futuro de la tecnología en #SanLuisDigital
11/10/2014	Nuevos rumbos: el uso de la tecnología en el aula
11/10/2014	A sala llena do Rego adelantó las tecnologías que cambiarán nuestras vidas en 2015
14/10/2014	El Simposio Internacional de Tecnología sobre Transporte Pesado llega a San Luis
15/10/2014	Entre naturaleza y tecnología: el evento digital que sigue sorprendiendo al país
16/10/2014	Santiago do Rego: "San Luis Digital es la mejor feria de tecnología del país"
16/10/2014	Poggi presentó el simposio de Tecnología sobre Transporte Pesado
18/10/2014	Educación personalizada y tecnología: las bases del Plan de Inclusión Educativa
21/10/2014	"El campo necesita un plus de tecnología para crecer"
17/11/2014	Poggi disertará en Bett Latin América, la cumbre de Liderazgo en Educación y Tecnología
18/11/2014	Río se transforma en la capital mundial de la tecnología educacional
09/12/2014	En 2014 se invirtió en más cámaras, móviles, alarmas vecinales, construcción y refacción de edificios
29/12/2014	Realización multimedial: una combinación entre diseño, creatividad y tecnología

Discusión. La cobertura de la agencia

La agenda de noticias de la ANSL en materia de tecnología en el año 2014 está integrada por los denominados núcleos temáticos como a) Tecnología y Educación (62%), b) tecnología y empresa 24.5% y c) tecnología salud y seguridad (13.5%). Si bien el medio contribuye a la construcción de una agenda noticiosa estatal, son los distintos organismos del estado provincial los que toman la iniciativa sobre que temas deben ser difundidos por el medio digital. Las fuentes más importantes de la agencia las constituyen los organismos del estado, aunque existe mayor apertura en las cuestiones deportivas.

Las temáticas mayormente abordadas por el medio en relación a la tecnología:



El 19 de octubre el medio público bajo el título “*Educación personalizada y tecnología: las bases del Plan de Inclusión Educativa*” se caracterizaba la “*revolución educativa de San Luis*”, un plan inclusivo que tiene la intención de aumentar la educación de las personas mayores de quince años y planteaba la creación de las escuelas públicas digitales.

La revolución educativa de San Luis avanza a paso firme. El martes pasado, el gobernador, CPN Claudio Poggi, anunció un nuevo plan educativo para todos los sanluseños. Se trata del Plan de Inclusión Educativa, una propuesta universal destinada a las personas mayores de 15 años que, por diferentes motivos, no pudieron finalizar sus estudios primarios y/o secundarios.

Las temáticas abordadas por el medio en materia tecnológica están en consonancia con los temas que el gobierno provincial destaca a través de la agenda digital sanluseña. No habría otra posibilidad, ya que el medio difunde las noticias que al gobierno le interesa comunicar.

A través del relevamiento producido por las “noticias de tecnología” del medio podemos dar cuenta de la agenda noticiosa que en materia de tecnología aparece en el medio. Las noticias tecnológicas están vinculadas al desarrollo de la red de Internet, la incorporación progresiva de la WIFI, la utilización de lo “digital” en materia educativa con la distribución de netbooks y la creación de las propias escuelas públicas digitales de nivel primario. Distintas noticias del medio, no son creadas en su sala de redacción, sino que son producidas en los distintos ministerios de gobierno y luego integradas a la agenda y contenidos de los medios. Un dato que obliga a reflexionar sobre el sistema de comunicación gubernamental de San Luis y sus características.

Sin dudas, paralelamente a los medios tradicionales y multimediales, las redes refuerzan creencias y percepciones generadas en la opinión pública por los medios tradicionales y los llamados “nuevos medios” y las redes suelen contribuir en la confirmación de estos imaginarios, en donde política y entretenimiento aparecen como un producto mediático televisivo de gran presencia en la sociedad argentina.

Al momento de realizar esta formulación no podemos dar cuenta de la influencia del medio en otros medios, ni en la ciudadanía. En la estructura medial de la provincia

de San Luis, la plataforma se constituye en un medio importante en la producción de noticias gubernamentales. Desde el punto de vista investigativo, tenemos la percepción, sin evidencias, que el medio se constituye como una plataforma multimedial de libre acceso, pero quienes más la consultan serían los propios ciudadanos antes que otros medios. La oferta de realidades en materia tecnológica es generada por el medio que tiene la capacidad de elaborar y recrear estos discursos.

La *agenda mediática de tecnología de ANSL* sigue la agenda gubernamental de la agenda digital, verdadero documento fundante de las acciones propuestas y emprendidas en la provincia de San Luis en el uso de las nuevas tecnologías. Las noticias aparecidas en cuanto a la temática indagada, dan cuenta de tres núcleos relevantes en cuanto a las noticias tecnológicas (tecnología y educación, tecnología y empresa y tecnología salud y seguridad) sobresaliendo fuertemente la primera de ellas. Estos núcleos temáticos expresan las percepciones y creencias de los representantes gubernamentales y la prensa gubernamental que produce estas noticias, de un optimismo ilimitado al considerar el uso de la tecnología, como si fuera una panacea presente, con la idea de que la tecnología por sí, podría ser entendida como un motor de cambio y desarrollo, sin considerar recursos y la ciudadanía. Esta es una concepción restringida que concibe a los dispositivos tecnológicos y a las redes como creadores por sí solos de innovación, desarrollo y conocimiento, sin tener en cuenta las asimetrías del poder y el factor humano es sensible, ideología presente en los discursos de la ANSL sobre tecnología.

Se trata de ir más allá de la simple enunciación sobre el acceso tecnológico al conocimiento y la conexión a Internet donde la valoración de las prácticas culturales y sociales que se generan en nuestras sociedades es relevante.

Bibliografía

- Amadeo, B. (2003). Cultura política y medios de comunicación. En *6to Congreso Nacional de Ciencia Política, Sociedad Argentina de Análisis Político*. Bogotá: Rosario.
- Amadeo, B. (2008). Framing: un modelo para armar. En Baquerín de Riccitelli, T. (ed.). *Los medios, ¿aliados o enemigos del público?* (pp. 183-237). Buenos Aires: educa.
- Amadeo, B. y Amado, A. (2013). El periodismo frente a la comunicación gubernamental: condicionamientos oficiales a la tarea periodística. N° 13.
- Barros A., Duarte, J. (2004). Luiz Beltrao: perfil intelectual. Hohlfeldt A. e Gobbi, M.C. (Orgs.), en *Teoria da Comuniacao. Antologia de Pesquisadores Brasileiros*. Editora Meriodinal Ltda. Porto Alegre. Pags. 56-70.
- Beltrao, L. (1969). Nuevas fronteras del Periodismo. En *Periodistas Católicos*. Año 2, n° 7. Montevideo: Culap. Janeiro.
- Berger, P. y Luckmann, T. (2006). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Amorrortu.
- Botella, J. (1997). En torno al concepto de cultura política: dificultades y recursos. En del Castillo, P. y Castro, I. (eds.). *Cultura política. Enfoques teóricos y análisis empíricos*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Duncan, H. D. (1968). *Symbols in Society*. New York: Oxford University Press
- Edelman, M. (1977 [1964]). *The Symbolic Uses of Politics*. Chicago: University of Illinois Press.
- Elizalde, L., Fernández Pedemonte, D. y Riorda, M. (2006). *La construcción del consenso*. Buenos Aires: La Crujía.
- Fainholc, B. (2012). Una tecnología educativa apropiada y crítica. Nuevos conceptos. Buenos Aires. Editorial Lumen.
- Kavanagh, D. (1972). *Political Culture*. Tiptree: Macmillan.
- La Rosa, A. (2013). Construcción de la agenda Mediática. Una mirada al interior de la organización. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología. USMP. San Martín de Porres. Lima, Perú.

- Ley N° V-0764-2011 de la provincia de San Luis, Argentina.
- Llera, F. (1997). Enfoques en el estudio de la cultura política. En Del Castillo, P. y Castro, I. (eds.). *Cultura política. Enfoques teóricos y análisis empíricos*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Lopez-Escobar, E. (2007). Una contribución a la investigación sobre los efectos agenda setting en los medios de comunicación. En *Sphera Pública*, número especial. Murcia, España. Págs.195-214.
- Masci, D. (2015). Lic. Diego Masci, Secretario de Medios de la Provincia de San Luis. En *Escenarios y desafíos de la agenda pendiente en San Luis*. (Comps) Hidalgo, A. y González Salinas, M. J. San Luis. Nueva Editorial Universitaria .U.N.S.L. Págs. 28-34.
- McCombs, M. (1996). “Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo”, en Jennings Bryant y Dolf Zillmann, *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona, Paidós.
- McCombs, M. (2006) Estableciendo agenda. Barcelona. Editorial Paidós.
- McCombs, M. (y D. Shaw) 1972 “The agenda setting function of mass media”, en *Public Opinion Quarterly*, 36.
- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós.
- Pekonen, K. (1989). Symbols and Politics as Culture in the Modern Situation: the Problem and Prospects of the ‘New’. En Gibbins, J. (ed.). *Contemporary Political Culture. Politics in a Postmodern Age*. London: Sage Publications.
- Polanyi, M. (1975). The mind eye: non verbal thought in technology, en *The Origins of knowledge and imagination*. Chicago. University of Chicago Press.
- Quiroga, S (2011). “Público e Imágenes: Percepciones del Periodismo Deportivo” *Voices e Dialogo Revista de Comunicación de Brasil* v. 1, n. 10 *Comunicação e Novas Linguagens – percursos teóricos e empíricos*. Revisado 05-08-2014. Disponible em <http://www6.univali.br/seer/index.php/vd/article/view/3157>
- Quiroga, S. (2008). *Imágenes de Público del Periodismo Deportivo*. Buenos Aires: Editorial Dunken.
- Quiroga, S. (2014). Um estudo de uma agencia de prensa estatal: agendas y competencia. *Voices e Dialogo Revista de Comunicación de Brasil* v. 01, n. 13 (2014) Pág. 132-141 - ISSN: 2237-4531 *Comunicação e Novas Linguagens – percursos teóricos e empíricos*. <http://www6.univali.br/seer/index.php/vd/article/view/5294/3257>
- Rojo Villada, P. (2006). Prensa y convergencia tecnológica: Claves para la definición de un nuevo modelo de negocio periodístico en la Era Digital. *Revista Zer* N° 20, págs. 411-424.
- Rubio Ferreres, J. M. (2009). Opinión Pública y Medios de Comunicación. Teoría de la Agenda Setting. En *Gazeta de Antropología*, N° 25 /1, (http://www.ugr.es/~pwlac/G25_01Jose-Maria_Rubio_Ferreres.html)
- Schmucler, H. (1997). ¿Existe el periodismo? En Entel. A. (comp) *Periodistas: entre el protagonismo y el riesgo*. Paidós: Buenos Aires.
- Shaw, E. (1979) *Agenda-setting and mass communication theory*, en *Gazette (International Journal for Mass Communication Studies)*, vol. XXV, n° 2, pag.96-105.
- Smith, M.P. (2000). *Values, culture, content. Three keys to journalism in a strategic newspaper*. Chicago: Media Management Center. Northwestern University.
- Tuchman, G. (1978). *Making News. A Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press.
- Vizer, E. (2003). *La trama (in)visible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*. La Crujía. Buenos Aires.
- Wolf, M. (2000). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona, Paidós.

A inclusão do telefone móvel como uma tecnologia do conhecimento no currículo escolar.

Rogéria Campos Ramos
rogeriaramos01@gmail.com

Resumo

O celular móvel tem se tornado uma ferramenta para diferentes utilidades no cotidiano das pessoas. Em função do seu uso rotineiro tem-se discutido na literatura a necessidade de utilizá-lo no currículo pelos professores, como um instrumento pedagógico. A ideia tem sido destaque na área educacional o qual apontam-no como uma tecnologia necessária e importante no currículo como recurso didático-pedagógico, entre os professores. Por meio de uma revisão bibliográfica far-se-á um estudo buscando informações e embasamento para que se consolide o uso do telefone móvel no contexto de sala de aula. Com base na pesquisa, poderá identificar a funcionalidade e necessidade desta ferramenta. Ao trabalhar integrando as novas tecnologias ao ensino-aprendizagem como um recurso que auxiliará no compromisso e na aprendizagem dos alunos poderá notar o quanto estes possuem infinitas possibilidades, principalmente em promover o conhecimento e envolver os alunos com situações cotidianas, sendo que o telefone móvel é de uso frequente e ao integrá-lo ao conhecimento o tornará também para o educando uma ferramenta necessária para auxiliá-lo às informações. Por isso, a sua relevância no ambiente educacional.

Palavras-chave:

Tecnologia móvel, aprendizagem nova, currículo.

Introdução

Com as mudanças rápidas provocada pelo desenvolvimento das tecnologias digitais, novos posicionamentos vem sendo discutido quanto ao uso das tecnologias de informação, principalmente no ambiente escolar.

Ao longo dos tempos e com a evolução das tecnologias, tem-se observado a necessidade de aplicar não somente a tecnologia, mas também o conhecimento deste no ambiente escolar. Almeida (2005, p. 26) referencia quanto a todo conhecimento suscitado por meio das tecnologias de informação e comunicação (TICs), o qual deve ser contextualizado como um componente conectado ao currículo. “A matriz curricular deve se adequar à relação do professor com seu aluno, entendendo-o através de questões sociais, emocionais, ou seja, tudo o que afeta como ser humano”. O currículo está presente em toda parte, a sabedoria que se adquire é promover com que os jovens alcancem os caminhos curriculares presentes em todos os lugares, principalmente nas tecnologias. Por isso, incumbe aos professores expandir esse currículo e empregar as TICs como um componente da cultura imprescindível à produção de conhecimento necessário para o crescimento intelectual do indivíduo.

Entre as tecnologias que hoje estão presentes tem-se destacado as tecnologias móveis, que tem proporcionado mudanças não só na produção de conhecimento, mas também na

maneira que este vem sendo compartilhado, variados os equipamentos, como também os recursos que interligam o compartilhamento de informações.

Dessa forma, abordar quanto a possibilidade do uso do celular móvel é objeto deste tudo que caracteriza a importância e necessidade de adotar esta ferramenta como um recurso didático pedagógico no ambiente escolar.

Revisão da literatura

Tecnologias no contexto educacional

A integração das novas tecnologias no contexto das salas de aulas possibilita com mais fluência as permutações interindividuais. As informações recebidas conseguem ter mais facilidade, mais aberturas, os mestres não são mais considerados materiais pedagógicos ultrapassam os livros-textos para se transformarem em programas e projetos mais amplos. Sobre a capacidade do discípulo para a docência em novos avanços tecnológicos concebe uma configuração mais avançada do processo didático e metodológico para uma formação concreta e propostas inovadoras (RIBAS, 2008).

A execução de novas tecnologias apresenta-se com mais probabilidades com a incorporação que se obtém entre microeletrônica e computação. A mudança decorrente da organização social surgiram em função do surgimento da interface entre microcomputadores em rede e a difusão da Internet. Perante as inovações nos meios das inovações nos meios de comunicação surge a “sociedade da informação” (AURAY, 2000).

No contexto educacional, a perspectiva para educar com o uso de novas mídias eletrônicas surge como uma missão sucessiva, porque, frente aos percalços da tecnologia de modo em geral e das mídias distintamente, a instituição escolar deve reciclar-se, integrar-se às novas linguagens. Todavia, para que haja a integração com os modernos códigos visuais não é uma atividade fácil. Precisa-se sempre obter aproveitamento de todos os embasamentos desses recursos integrando-as no cotidiano não somente das crianças, mas de todos que fazem parte do âmbito educacional e que se acham engajados com os determinantes da nova sociedade da informação (BARBOSA, 2008).

Na educação escolar é cabível que se torne mais relevante a criação de ambientes de aprendizagem para que ocorra a percepção e assimilação da informação para assim conduzir à efetivação real do saber, com possibilidades de suscitar a aprendizagem significativa dos conteúdos, mediante tecnologias que contribuam para o ensino-aprendizagem (VALENTE; ALMEIDA, 1997).

Levando em consideração que a informática é uma tecnologia que pode auxiliar para a extensão do acesso à internet, a atividade dos professores é angariar conhecimentos sobre essa ferramenta e fazer uso para o desempenho do aluno nas compreensões da realidade social. No ambiente escolar, o uso das mídias deve favorecer a leitura da verdade absoluta, e não só como um simples recurso para subsídio mas sim como uma aparelhagem que promova o visual de um cenário cultural (TERUYA, 2006).

Currículo e as novas tecnologias educacionais

Com a inclusão das novas tecnologias no currículo como auxílio didático pode ser relevante o auxílio no melhoramento do ensino. De acordo com esse novo ensejo, o educador deve demonstrar imenso interesse pelos materiais didáticos e pelo uso de novas tecnologias, não na aceção de ser revelado nestes artifícios a finalização mágica para todas as complicações que enfrentam no dia a dia escolar, mas sim pela procura de uma ferramenta que possa colaborar na promoção da aprendizagem.

O educador nem sempre possui a visão das razões essenciais pelas quais os materiais ou *software* são relevantes para o ensino-aprendizagem e costumeiramente são cabíveis e em quais circunstâncias devem ser aplicados. Todavia, Almeida (2005, p. 38) adiciona que “a gestão deve partir da descrição da realidade. E para isto é necessário olhar, interpretar e diagnosticar as potencialidades, as fragilidades existentes no cotidiano da escola, os interesses e as demandas”, apenas com a participação do professor com seus discípulos e com a ajuda de equipamentos serão possíveis oferecer um aprendizado com eficiência.

Alternar o mesmo modo de focar a aprendizagem deveria ser também uma maneira de desfazer os obstáculos provenientes das modificações curriculares. Na concepção de Antônio (2010), sempre que se imaginam alterações curriculares surge uma grandiosa predisposição a valorizar a ideia de se modernizar, que evidentemente em extensa medida realiza-se a partir da inserção das descobertas mais atuais ou de temas mais novos no conteúdo curricular. Outra concepção também é quando se tenta procurar estratégias mais modernas para se processar as mais atualizadas alterações: a concepção de adequação, melhor esclarecendo, a habilidade de “traduzir” para uma linguagem mais adaptável ao contexto escolar os temas mais complicados até então propagados em linguagem científica específica.

As pretensões de se atualizar e de se adequar não são explicações que venham a satisfazer a concepção de melhorias no aprendizado.

Penso que talvez seja mais importante pensarmos que as relações entre estudantes e conhecimento aconteçam sempre por meio daquilo que poderíamos chamar, genericamente, de mediação: um lugar de inventividade no quais duas coisas que existiam previamente - sujeitos e conhecimentos, por exemplo - encontram-se para produzir diferenças (ANTONIO, 2010, s./p.).

Na lição do autor e concordando com ele, uma vez que se possa trabalhar a intermediação, não se faz necessário que se persista em uma ideia de aprendizagem como uma proposta atada à prática de transmissão. Destarte, se aprender é tido como um processo muito mais complicado que a mera inclusão de conteúdo, os problemas de adequação e a modernização acabam por se esvaziarem. Os discernimentos mais atualizados devem inserir-se à seara escolar somente em um caso: quando eles denotarem grande importância para o processo mediático que professores e estudantes almejam experimentar.

O substancial desafio para o educador do ensino é atualizar, adaptar e transmitir os conteúdos. É pleitear que se elabore em suas aulas, em união com os discípulos, um arquivo de conhecimento e experiências que lhes conceda interpretar, interferir e modificar características da realidade. Outrossim, tais experiências são entendidas como práticas socioculturais, como práticas de sensibilização para com o mundo.

Rompendo alguns costumes no uso didático pedagógico do telefone móvel

A utilização pedagógica dos telefones móveis celulares contemporâneos no contexto de sala de aula e fora dela, podem ser usados como um instrumento para as sequenciais ações, quais sejam:

1. Se em algum instante você faz cálculos em suas aulas e convoca que seus alunos participem e execute-os, e a não ser que por um bom motivo eles devam fazer esses cálculos com algoritmos específicos e utilizando papel e lápis, então revele acentuadamente a probabilidade de empregar os celulares com considere fortemente a possibilidade de usar os celulares como calculadoras. Ainda mais se você for professor de matemática e quer passar para seus alunos como se faz para resolver expressões aritméticas procedendo às regras de antecedência de operadores, reconsidere que

- a utilização de calculadora, e evidentemente celulares, alicerça-se em um método muito eficiente para executá-lo, porque as máquinas, acompanham a ordem que se estipula para as operações; o telefone celular também é uma calculadora;
2. Se as provas possuírem datas marcadas, entregas de trabalho ou outras datas que são concebidas como relevantes que os alunos precisam lembrar e peça-lhes que agendem essas datas, mas não na agenda em forma de caderno, mas sim na agenda do celular! Os alunos constantemente permanecem com o celular no bolso e somente se aproximam do caderno quando estão na escola. O celular é uma agenda que possui até mesmo mecanismo de alerta;
 3. Envio de mensagens de aviso por e-mail, via torpedos, receber atualizações de sites, blogs e até mesmo de mensagens do *Twitter*, assim como o caminho contrário, se você pretende dar um passo à frente, pode criar um serviço desses e dispor para seus alunos: o celular também oferece um serviço de leitura de notícias e de publicação de notícias;
 4. Os celulares mais recentes gravam sons, imagens (fotos) e ambos (filmes). Tudo isso serve para “registrar”. Permitir e incentivar que seus alunos fotografem sua lousa ao invés de passar copiando para o caderno. Isso faz com que eles adquiram mais tempo para prestar atenção em você, pois durante a sua fala e escrita, prestam atenção somente naquilo que você diz e o que eles estão copiando nos cadernos. O mesmo serve como relevante para esclarecer que podem ser gravadas como sons ou até mesmo como filmes. Isso realmente é bem mais relevante para o aluno “assisti-lo” e também “ouvi-lo” na hora de estudar do que só verificar anotações que nem sempre são fiéis corretas, feitas nos cadernos! Esses recursos servem para registros dos exercícios e outros tipos de atividade elaboradas pelos alunos, podem ser usados pelo professor, assim como o celular é uma câmara fotográfica digital;
 5. A utilização dos celulares pode ser proposta pelo professor como instrumentos para os alunos desempenharem suas tarefas. Acima foi escrito que o celular dispõe de gravador de voz, imagem e vídeo, mas os próprios alunos não possuem o hábito de registrar suas tarefas. Essa constituição é cognominada de *making-off* das tarefas e, ao final é esse o único registro que é relevante e demonstra que o resultado final não é corretamente de interesse ao professor. Por exemplo, se eles precisarem montar uma maquete, porque não tirar fotos de todas as etapas e em seguida transformar em um filme (animação) que pode ser inserido e fazer parte da própria atividade? O celular é uma instrumento de registro, edição e publicação.

Existe uma quantidade bem extensa de probabilidades de utilidades pedagógicas de celulares as mais atualizadas em sala de aula e também fora deste contexto. Isso logicamente vai depender do modo como o professor manuseará a tecnologia para si em suas aulas e com seus outros discípulos. Quem não enxerga nenhuma utilização para o rádio, a televisão, a máquina fotográfica, a filmadora, o gravador, a calculadora, a agenda, etc., não enxergará nenhuma utilidade para o celular, pois é essa a representação dele hoje em dia: não pode ser visto como um mero telefone, pois o celular é uma central de multimídia computadorizada.

Constantemente, a falta de recursos tecnológicos nas instituições é bastante comum essencialmente nas escolas públicas. Com o celular acontece que muitos desses recursos que encontram-se disponibilizados não somente na escola, mas também pelos discípulos. Realmente seria um ato de comemoração, embora mesmo que não se conforme e nem se concorde que os estudantes escolham receber celulares de seus pais a enciclopédias, isso porque os celulares podem oferecer a eles uma gama de probabilidades de aprendizagem que anteriormente não possuíam porque a própria instituição escolar não provia desses recursos.

Considerações finais

Todavía, não se deve sair e reformular as práticas pedagógicas além de constituir a obrigatoriedade da utilização do celular na escola, tendo-se em mente que ainda há diversos estudantes que não possuem celulares que não são acrescidos de todos os recursos explanados aqui. Mas, em alguns estados e municípios (há uma lei tramitando com validade para o país todo) veda-se o uso do celular. Faz-se necessário, portanto, que sempre:

- criar propostas de atividades que englobem a utilização de celulares para grupos de estudantes em que pelo menos um aluno do grupo tenha celular com o recurso que será utilizado;
- conceder aos estudantes que aprendam a utilizar o recurso antes de criar uma proposta como parte de uma tarefa. Os estudantes, comumente, dominam os celulares melhor do que seus professores e além do mais aprendem bem mais rápido a manejá-lo, e por isso é uma boa ideia “deixar que eles mesmos ensinem e aprendam a usar o recurso entre eles mesmos” (e aproveite para aprender também!);
- colocar em foco para discussão sobre questões éticas e morais englobadas na utilização de imagens e registros, assim como o emprego incorreto de celulares e de outros equipamentos de mídia;
- alicerçar de forma clara, no planejamento de sua atividade, e relatar detalhadamente no seu planejamento de aula, quais são os objetivos do uso do celular nas tarefas que forem propostas. Sempre existirá alguém para se “escandalizar” com a estimativa do uso do celular sendo participante na sua aula;
- e, por fim, instituir de maneira óbvia as regras de habilitação dos celulares na escola de modo generalizado e, em particular, no período das aulas em que não estarão utilizando o celular “como parte da aula”, do mesmo modo como se institui as regras para o uso do baralho, dos jogos de tabuleiro, dos aviõezinhos de papel e de todo o resto.

Nota-se que não é difícil argumentar o que pode e o que não pode, quando se deve e quando não se deve fazer uso do celular. Isso deve ser elaborado do mesmo modo como se institui outras regras de convivência na escola. As polêmicas mais comuns que aparecem nas salas de aulas ocorrem exatamente pela ausência de um esclarecimento mais clara desses acordos e da crença em preposições perigosas como a de que o estudante “deve saber naturalmente o que é certo e o que é errado”.

É muito relevante discutir com os estudantes os limites éticos e morais do emprego do celular, e de outras ferramentas tecnológicas contemporâneas, fora do contexto escolar. O celular faz parte do dia-a-dia deles e se deve ensiná-los a manejá-lo com sabedoria e também faz parte de nossa incumbência como educadores. Esta, portanto, é mais um bom motivo para aproveitar as utilidades do celular na instituição escolar como instrumentos pedagógicos, pois com isso somos todos, de forma natural, conduzidos ao contexto do seu emprego responsável e pode-se cumprir nosso dever de educadores de maneira natural.

Referência

- ALMEIDA, F. J. **Avaliação educacional em debate: experiências no Brasil e na França**. São Paulo: Cortez; Editora da PUC-SP – Educ, 2005.
- ANTONIO, José Carlos. Uso pedagógico do telefone móvel (Celular), **Professor Digital**, SBO, 13 jan. 2010. Disponível em: <<http://professordigital.wordpress.com/2010/01/13/uso-pedagogico-do-telefone-movel-celular/>>. Acesso em: 09 jun. 2015.
- AURAY, N. **Politique de l'informationet de l'information: lespionniers de la nouvelle frontiereélectronique**. Paris: EHESS, 2000.



- RIBAS, C.S.C.; ZIVIANI, P. Redes de informação: novas relações sociais. **Revista de Economia Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, v.10, n.1, abr. 2008.
- BARBOSA, R. C. **Objeto de aprendizagem e o estudo de gramática**: uma perspectiva de aprendizagem significativa. 2008. 247f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2008.
- TERUYA, T. K. **Trabalho e educação na era midiática**. Maringá, PR: Eduem, 2006.
- VALENTE, J. A.; ALMEIDA, F. J. Visão analítica da informática na educação no Brasil: a questão da formação do professor. **Revista Brasileira de Informática na Educação**, Florianópolis, n.1, set. 1997.

Cine con Móviles: Apropiación tecnológica masiva.

Historia reciente

Universidad Santiago de Cali, Colombia

Felipe Cardona

<http://felipecardona.blogspot.com>

fluipe@gmail.com

luis.cardona@usc.edu.co

Resumen

Dentro del entendimiento que se busca de los fenómenos mediáticos y sociales recientes, abordados desde el estudio de los medios, la globalización y los “open media”, hay que pormenorizar lo sucedido en años recientes alrededor de los “micromovies” y el cine hecho con móviles. A partir de la aparición comercial del Sony Ericsson T610 y luego el Siemens SX1 o el Nokia 3650, entre el 2003 y el 2004, la posibilidad de producir audiovisuales estaba en el bolsillo de cualquier usuario que comprara uno de estos primeros “smartphones”. La “audiovisualización” definitiva de Internet había dado su primer paso, y su consolidación se dio al poco tiempo con la aparición de Youtube. El flujo de trabajo, antes costoso y exclusivo, y dominado por poderes centrales desde canales de TV y productoras cinematográficas, se simplificó, abarató y volcó hacia los usuarios finales, que junto al manejo de sus PC, encontraron en los móviles inteligentes al mejor aliado para producir contenido propio, y dirigido hacia sus nichos de audiencia. Con la consolidación de los sistemas operativos móviles iOS y Android, la producción audiovisual móvil da pasos certeros hacia la independencia de los PC como herramienta clave del flujo de trabajo audiovisual, consolidando a estos nuevos entornos informáticos como la pauta de la experiencia de usuario hacia el futuro, evidenciado en el cambio de los tradicionales Windows y Mac OSX a pantallas multi-táctiles y dispositivos cada vez más móviles. El cine móvil se ha integrado a las dinámicas cotidianas de la web 2.0, ejercido tanto por realizadores con aspiraciones de legitimidad, como de entusiastas que no necesariamente buscan elocuencia en el manejo del lenguaje audiovisual. Un cine para todos. Es posible entonces hablar de una democracia para el Cine?

Abstract

Within the wanted understanding about recent social media phenomena, approached from the study of media, globalization and the “open media” have to itemize what happened in recent years about the “micromovies” and the films made with mobile. From the commercial release of the Sony Ericsson T610 and then the Siemens SX1 or Nokia 3650, between 2003 and 2004, the possibility of producing audiovisual was in the pocket of anyone who bought one of these first “smartphones”. The definitive “audiovisualisation” of the Internet had taken its first step, and consolidation occurred soon after the emergence of Youtube. The workflow, before expensive and exclusive, and dominated by central powers like TV and film producers, was simplified, cheaper and turned to the end-users,

which with the management of their PC, smart phones became the best ally to produce their own content, and direct it to their niche audiences. With the consolidation of the mobile operating systems iOS and Android, mobile audiovisual production gives accurate steps towards independence from the PC as a key tool of audiovisual workflow, consolidating these new computing environments as the pattern of the future user experience, evidenced in the change suffered by traditional Windows and Mac OSX, now on multi-touch screens and mobile devices. The mobile cinema has joined the daily dynamics of the Web 2.0, exercised by aspiring filmmakers looking for legitimacy, as well as enthusiasts who are not necessarily looking for eloquence in the management of audiovisual language. A film for everyone. Can we then talk about democracy for Cinema?

Palabras clave:

Smartphone, mobile, móviles, micromovie, 3gpp, mp4, PC, MAC, web 2.0, Youtube, Windows, Mac OSX, audiovisualización, cine, nuevos medios, micromovie award, Siemens, Nokia, Nokiashorts, MMA

Video, el cine de los antojados

El cine desde su definitiva consolidación con la llegada del sonoro y la expansión global de las películas norteamericanas, fue durante el siglo XX el referente en lo tecnológico, como en definición y calidad fotográfica. El video, tecnología para hacer Televisión, abierta al público por la empresa Sony a finales de los 60, fue asociada a la TV y a un uso intermedio, casero o industrial, que de entrada tenía menos definición y menor profundidad de contraste. La apertura de la captura del movimiento a los usuarios finales se dio gradual, antes del video en muchos hogares ya existían cámaras caseras de 8 y 16 mm para la captura de momentos especiales como cumpleaños. Luego vendrían los formatos de video de consumo como la pulgada, el Betamax, el VHS, Video 8, mini DV, los formatos de video industrial como el S-VHS, y los formatos de video profesional para la producción televisiva como el U-Matic SP, Pulgada Digital, Betacam SP, DVC-PRO, etc. Por variada que fuera la gama de formatos de video, por profesional que pudiera llegar a ser, el referente seguía siendo el cine de 35 mm, el gran formato, el de las películas de Hollywood, Bollywood, Cinecittà, etc. Y la zanja entre ambas capturas de movimiento no era pequeña, era incluso toda una diferencia de estatus el producir en cine o en video. Y es bueno conjugar esta afirmación en pasado, por todo lo que ha sucedido entre finales del XX y principio del XXI. El video como formato alternativo y al alcance de todo tipo de usuarios, y como fenómeno interdisciplinar, motivó y alimentó vanguardias artísticas y activismos de todo tipo, siendo al margen de la producción televisiva el gran catalizador de las ideas de artistas y artesanos que usando el video tendieron al antagonismo, agonismo, nihilismo, dadaísmo, neodadaísmo, etc (Baigorri, L. "El Video y las Vanguardias Históricas", 1997). En Cali, Colombia, a finales de los 90, para muchos aspirantes a documentalista que venían de estudiar el pregrado en Comunicación Social, la tribuna para exhibir sus habilidades audiovisuales era producir, editar y/o dirigir un documental en el espacio "Rostros y Rastros" del Canal Telepacífico, documental producido enteramente en video U-Matic SP o Betacam SP (Universidad del Valle Televisión, 1995), pero también se daban a conocer disidentes de ese *mainstream* regional como el caso de Alexander Giraldo, quien producía cortometrajes e incluso largos con cámaras Video 8, y su post-producción evolucionó del corte hecho conectando dos VHS a la edición no lineal

de principio de siglo XXI en producciones muy elaboradas, hechas con recursos caseros como “Días Fatales” o “Los Shakespeares” (Gaceta Proimágenes Colombia, 2012). Para muchos, el video era la alternativa a los costos y exclusiones del cine comercial y de festivales europeos, y el video casero era incluso la alternativa a la exclusión que de por sí planteaba la producción televisiva, zanjando formatos entre profesionales y caseros, entre más y menos líneas de resolución. Pero pronto, la diferencia entre resoluciones, entre video profesional, industrial y casero quedó atrás cuando a principio del siglo XXI el video digital pasa a ser guardado y transmitido como datos en almacenamientos portátiles, e incluso se empareja a las definiciones tradicionalmente “profesionales”.

Video de bolsillo y micromovies de principios del XXI

(o cuando los móviles se volvieron interesantes)

A principios del siglo XXI el formato de video mini DV era lo suficientemente económico, pequeño y definido para estar tanto en producciones caseras como en canales de Televisión profesional. Era de 720 por 480 pixeles, y se almacenaba en pequeños casetes que ya en su compilación se hacía un proceso digital, es decir, que la cinta embobinada en el casete era de por sí un soporte de guardado y reproducción de datos. Había incluso quienes con el software apropiado (como el Z-DATdump) y una cámara mini DV que obrara como VCR, lograban usar la cinta como guardado de datos de otro tipo, diferente a video y audio, como archivos de word o excel por ejemplo. Cuando a finales del 2000 aparecen los procesadores Intel Pentium 4, con velocidades superiores a 1 Ghz, los discos duros de los computadores comienzan a crecer, y la opción de guardar video en ellos estaba al alcance de la mano. Sumado a esto, aparece Windows XP a finales del 2001, que brindaba la oportunidad a quienes no podían adquirir un Apple G3 o G4 para hacer trabajo multimedia, como el que se hace en Photoshop o Adobe Premiere. Para ese 2001, además de Windows XP, Adobe Premiere ya iba en su versión 6.0, un software de edición no lineal que se estaba desarrollando desde 1991. Para el 2002, armar un clon (un PC armado por partes) que tuviera el suficiente poder de procesamiento, RAM y gráficos para editar video era posible, dejando atrás a ese breve y excluyente oscurantismo del Apple Power PC y el Avid Media Composer, que junto al Media 100 sobre PC y Windows NT, eran sistemas de edición no lineal para post-producción televisiva que comenzaban a aparecer en productoras profesionales de TV, y que solo podía adquirir quien tuviera un gran capital. ¿Y por qué comenzar este periodo describiendo lo sucedido con la post-producción? Porque desde el uso comercial del super 8 o años después del Video 8 o Mini DV, el cuello de botella no era filmar o grabar video sino editarlo, para luego masterizarlo, almacenarlo y, si había lugar, exhibirlo. Durante el siglo XX muchos grababan pero pocos editaban, por una clara cuestión de barreras tecnológicas politizadas por poderes centrales.

A principios del 2003, ya era pues posible tener poder de cómputo, software de edición no lineal y hasta de composición digital o gráfica (como en el caso de Adobe After Effects y Photoshop respectivamente), y captura de video en 720 x 480 pixeles con una cámara mini DV (La definición del Betacam SP, formato exclusivo de la producción televisiva de finales del XX). Desde finales del 2002 aparece el móvil Nokia 3600/3650, que era el primer celular con capacidad de captura de video en formato 3gpp (en un tamaño de 177 x 144 pixeles a un framerate curioso de entre 8 y 15 fps), captura de fotos en formato JPEG, reproducción de ficheros MP3, navegación por Internet por redes GPRS y gracias al sistema operativo Symbian serie 60 versión 1.0 (el primero que hubo para móviles) se dejaba abierta la posibilidad de instalación de aplicativos que modificaran las funciones del móvil, haciendo uso de sus componentes de hardware. En síntesis, el primer *smartphone* que existió, toda una ruptura con los móviles anteriores, a excepción tal vez del Sony Ericsson T610, que en el 2003, como gran cosa tomaba fotos en formato JPEG.

Tanto el desarrollo de los PC en cuanto a edición no lineal como el de los primeros teléfonos inteligentes tendría un punto de unión con la iniciativa que multinacionales como Nokia o Siemens tuvieron al promover la captura de video con móviles, con festivales de cortometrajes hechos con o para móviles. Uno de los primeros fue “Nokiashorts” a principios del 2004, un festival que desde Internet convocaba a cineastas a que hicieran un cortometraje de 15 segundos (en cualquier formato, cine o video, profesional o casero) y que lo comprimiera en video 3gpp 177 x 144 (para que pudiera ser exhibido en un Nokia 3650, 3660 o el reciente 7610 para ese año).

Y la convergencia entre PC, edición no lineal y smartphone era necesaria para capturar y post-producir, era el flujo de trabajo obligado. El primer reto técnico para los creadores audiovisuales del momento fue tomar ese minúsculo video 3gpp y llevarlo a un timeline de Adobe Premiere o Final Cut Pro, softwares que en principio solo aceptaban material en DV-NTSC o DV-PAL (720 x 480 30 y 25 fps respectivamente) que eran mucho más definidos y de mayor bitrate que el 3gpp, que para almacenar un minuto solo necesitaba 540 Kb, mientras que el DV requería 200 Mb. El reto de manipular ese primer video de los *smartphones* se volvió mayor cuando a finales del 2004 Siemens Mobile y el festival Interfilm Berlin (que 20 años antes comienza como festival de cortos en super 8 mm) convocan al primer Micromovie Award, y retan a cineastas de todo el mundo a que haga un corto de entre 15 y 90 segundos, usando como cámara un celular Siemens SX1. A diferencia de Nokiashorts, el MMA pedía usar un teléfono inteligente como cámara y a esa duración de entre 15 segundos y minuto treinta, le llama por primera vez “micromovie”.

La razón de ser de las duraciones solicitadas tanto en Nokiashorts como en el Micromovie Award era por el peso que un archivo de 1 minuto de 3gpp tenía (que era de alrededor de 540 Kb almacenados), y su posibilidad de transmisión por las redes GPRS de la época, que en el mejor de los casos alcanzaba 100 Kbps reales (de 56 a 114 Kbps teóricos).

La convocatoria del MMA fue internacional, y en la primera semana del 2004 en Berlín se encontraron cineastas de todo el mundo que habían asumido el reto de hacer un micromovie con el SX1. Entre los cortometrajes destacados estuvieron “Hote you” de Julián Andrade (Argentina), “Mass Destruction” de Raúl Olivares (México), y “Exist - Exit” de Janantik Shukula (India) y quien escribe este texto tuvo la fortuna de ganar este primer festival con el cortometraje “Checklist”, que como los anteriores, duraba minuto y medio, fue grabado en video 3gpp con un Siemens SX1 y post-producido en un PC o MAC.

Posterior al MMA, surgieron múltiples festivales de cortos hechos con celulares, a la par del desarrollo de estos terminales, que dependiendo del fabricante (Siemens, Nokia, Samsung y luego Apple) tendría diferentes derroteros. Festivales como Función Video en Barcelona (España), Pocketfilms en Francia, Mobifest en Toronto (Canadá) o Mobility Fest en Colombia, replicaron la intención de Interfilm de dar cabida a los micromovies, y le dieron fuerza a ese cortísimo subgénero cinematográfico. La organizadora del Mobility Fest, Sofía Suárez, profesora de la Universidad del Valle en Cali (Colombia) consideraba que la apropiación del lenguaje y flujos de trabajo audiovisuales gracias a los móviles, había hecho que el propio lenguaje audiovisual cambiara (Suarez S., Conversación personal, 2006), lo que habría que debatir más a fondo, contemplando los elementos del lenguaje consolidados durante el siglo XX, versus los productos audiovisuales de aquellos primeros festivales de micromovies. Si ciertamente hubo una mayor apropiación, el lenguaje audiovisual (aún en construcción) es un tema que hay que asumir desde su uso y desde su recepción, y no solo por el tamaño de la pantalla o las limitantes de recepción del sonido que plantea la movilidad.

Otro de los retos que se enfrentaron fue uno fundamental: La difusión. Si estos festivales ciertamente brindaron una ventana para las nuevas producciones y sus creadores, cuando el evento no estaba disponible en Internet para obrar como *hosting* de video, los creadores tenían que recurrir a algo más para dar difusión a su trabajo. Una opción a la mano era usar la transferencia de archivos que el MSN Messenger 6.0 tenía, y comprimir el video a un peso cercano al del 3gpp para ser transmitido por redes de banda ancha de 100 kbps en adelante.

La otra era recurrir a un servicio de *hosting* de video, el gratuito era www.ourmedia.org que durante el 2004 ofrecía el servicio de almacenamiento de archivos audiovisuales, pero para poderlos ver, el destinatario tenía que descargar todo el video en el PC de destino. No pasó mucho tiempo hasta cuando aparece Youtube en el 2005 y todo cambió, el *hosting* se volvió sencillo de manipular, seguía siendo gratuito, el destinatario no tenía que descargar archivos pesados gracias a la avanzada tecnología en streaming que Youtube ofrecía (y ofrece). Fue el cambio definitivo en la audiovisualización de Internet, el sueño cumplido de todos los que hacían micromovies, el precedente más importante de la Web 2.0 y de las redes sociales. Por su parte, los móviles siguieron desarrollándose, teniendo en Youtube la plataforma ideal de exhibición, pero el flujo de trabajo seguía teniendo al PC como herramienta primordial para editar, masterizar y desde donde se subía a Youtube el archivo máster. Tampoco pasó mucho tiempo para que los móviles pasaran de ser un eslabón en el flujo de trabajo, a poner en jaque la importancia del propio PC.

Móviles del 2007 en adelante (o cuando los móviles se volvieron más interesantes)

En el 2007 el móvil más completo para producción audiovisual era el Nokia N95. Hacía todo lo que los móviles de años anteriores, pero además se conectaba a redes WiFi, grababa video en MP4 640 x 480 a 30 fps (por fin el tamaño del video profesional de finales del XX), y su memoria se podía expandir hasta 4 Gb. Sus antecesores de hecho fueron estadios previos al nivel que el N95 alcanzó, como el N93 que grababa video en MP4 640 x 480 y el N90 que lo hacía en 320 x 240, en una calidad bastante mejor que aquel 3gpp a 177 x 144 pixeles. El sistema operativo Symbian 60 3rd Edition era estable y permitía instalarle aplicaciones de externos, no solo de Nokia, como por ejemplo las aplicaciones encontradas en <http://mosh.nokia.com> y en www.getjar.com con extensiones .sis (Symbian) y .jar (lenguaje java). No había muchas, ni muy variadas, pero dejaban abierta la posibilidad de dar al dispositivo propiedades que de fábrica no traía. La interfaz física del N95 tiene una serie de botones para cada función, entre ellos un teclado numérico, botones de reproducción multimedia y un navegador en cruz, para moverse en la interfaz gráfica de cada programa. El 29 de Junio de 2007, en el marco de la conferencia Macworld en San Francisco, Estados Unidos, Steve Jobs, CEO de Apple, hace el lanzamiento del primer iPhone, haciendo duras críticas a los “smartphones” del momento (Motorola Q, Palm Treo, etc) sobre su falta de facilidad de uso y sus capacidades poco inteligentes. El iPhone introdujo la combinación justa entre multitoque en una pantalla y software, obviando muchos de los botones físicos que los teléfonos inteligentes tenían. Esto lo acercó definitivamente al usuario final, y creó un antes y un después en cuanto a interfaz de usuario. La primera desventaja frente a otros terminales, como el N95, fue su ausencia de grabación en video, pero en las versiones siguientes de iPhone se fue solucionando lo faltante. Lo verdaderamente importante fue la movilización social alrededor de la iTunes app Store, lanzada en el 10 de Julio de 2008, que motivó a desarrolladores de todo el mundo a crear aplicaciones para el iPhone e iPod Touch bajo el sistema operativo iPhone OS (luego llamado iOS). Para inicios del 2012, ya se había descargado de la iTunes app store la aplicación número 25 mil millones de entre 600 mil disponibles, número que comenzó con 65 mil para el 2009, sin contar con podcasts, música en mp3, películas y otros contenidos. Lo importante de las “apps” es que le daban la posibilidad al terminal de volverse en el dispositivo que el dueño necesitara dependiendo de sus necesidades. Apple por supuesto privilegió desde un principio el consumo de contenido producido por estudios de hollywood, cadenas de televisión o casas disqueras, pero los desarrolladores y sus aplicaciones cambiaron el panorama hacia la producción de contenido propio, a niveles que Getjar o nokia.mosh no sospechaba en el 2007.

Edición no lineal de bolsillo desde el 2010 (adiós al pc?)

Por avanzado que se antojara el iPhone, o multitudinaria que fuera la movilización social alrededor de las apps, el iPhone original, el 2, el 3 y el 3G necesitaban de un PC para gestionar gran parte del contenido generado desde el terminal, desde la sincronización de fotos y video hasta la edición en iMovie para Mac OSX y publicación en Youtube o Flickr. Durante el lanzamiento del iPhone 4 en Junio 7 de 2010, además de todos los avances que ya esa nueva versión del iPhone tenía, se presentó la demostración de iMovie para iOS, que mostraba un editor no lineal de bolsillo, con poderosas herramientas (dignas de iMovie para Mac OSX o incluso Adobe Premiere) y que procesaba material 720p (Alta definición en un móvil de bolsillo!) y lo masterizaba en esa misma definición como un archivo de video, o como una entrada en Youtube, sin que fuera necesario en ningún momento recurrir a un PC.

Para aquel entonces, ese lanzamiento que pareciera menos importante que el del 2007, dio claramente la pauta de qué tan lejos podían llegar las aplicaciones móviles en sus capacidades. Dejar de pensar en usar un PC con software profesional para editar video, fue para la producción de contenido audiovisual toda una revolución, significó (si se quería) el prescindir de un computador, fue un campanazo de alerta para el cambio futuro de sistemas operativos de escritorio, modelo de negocio de venta de software y flujos de trabajo audiovisuales. Los lanzamientos de Windows 8 en el 2012 y la forma como Adobe ofrece durante ese año versiones móviles de sus aplicaciones (por ejemplo Adobe Photoshop touch) son consecuencia de este cambio a partir del 2010. Para quienes se interesan en producir audiovisuales, con un flujo de trabajo completo (desde la captura de la imagen, hasta una post producción completa) un móvil puede ser hoy una alternativa seria frente al anteriormente obligado flujo con dispositivos diferentes para cada etapa (captura con cámara y edición con un PC).

Durante el 2012, el autor de este texto realizó 3 documentales y un argumental usando solo un celular o la combinación de móvil y tableta (para el caso, iPhone y iPad, bajo el entorno informático iOS). En el 2011 se hizo una búsqueda de aplicaciones que sirvieran tanto para la captura como para la edición. Los resultados de esta búsqueda y experimentación empírica, en la que se quería deliberadamente prescindir de un PC, fueron los documentales FONSECA-RIOACHA MICROMENTARY, TAMARINDO COSTARICA MM 22062012, LIMATRIP 112012 y el corto argumental CAMI&NANDO.

En FONSECA-RIOACHA MICROMENTARY, se usó un iPhone 4 de 32 Gb como cámara, la aplicación *iMotion HD* como captura de Time Lapse (captura de video tomando fotos a un framerate programado para ver largos lapsos de tiempo a 30 fps), animación con *Animation Desk* (que permite animar y exportar videos de lo animado a 720p), Música con *Garageband* para iOS (sumamente versátil y completa app para producir música). La edición fue compartida entre *Splice* y *1st Video*, aplicaciones para editar en 720p que tienen herramientas muy interesantes, y se complementan entre sí, lo que no hace *1st Video* lo hace *Splice* y viceversa. No se usó *iMovie* para iOS porque por completo y versátil que sea, no permite un corte preciso ni la mezcla de audios, lo que el *1st Video* si hace. Hay que aclarar de nuevo que todo este proceso se hizo solo en un iPhone 4 de 32 Gb, incluso la subida final a Youtube. Posteriormente se hizo un video explicando cómo fue todo el proceso en el celular, en la entrada "How to make a video using only an iPhone?/Cómo se hace un video solo con un iPhone?" del mismo canal de autor, y en éste sí se usó *iMovie* para iOS como editor, porque la mezcla precisa de audio no era tan importante. En el documental TAMARINDO COSTARICA MM 22062012 se usó un flujo de trabajo similar al de FONSECA-RIOACHA MICROMENTARY, con la única variación de haber usado un iPad 2 de 32 Gb como dispositivo para la post-producción y un iPhone 4 de 32 Gb como cámara, con un aditivo óptico como teleobjetivo. Los dispositivos, dentro de las limitaciones de intercambio de archivo planteadas por iOS, se entienden bien entre sí, y cuando se conecta el iPhone a un iPad, las imágenes y

videos se muestran de inmediato y se pueden cargar a la memoria del iPad con facilidad (lo que no sucede con otro tipo de archivos para los que hay que usar el correo electrónico).

En LIMATRIP 112012, el flujo de trabajo fue el mismo que en TAMARINDO COSTARICA MM 22062012, con la excepción de haber usado música con licencia Creative Commons bajada de www.ourmedia.com con la aplicación *Downloader* para iOS. En el corto argumental CAMI&NANDO, el flujo de trabajo fue similar al de FONSECA-RIOACHA MICROMENTARY, totalmente asumido desde un iPhone 4 de 32 Gb, pero además se usó la aplicación *Action Movie FX* para crear efectos especiales, como la caída de un helicóptero o de un automóvil desde el cielo en tiempo real, sobre video grabado previamente, masterizando la composición en 720p al final. Tanto en el documental como en CAMI&NANDO, al final de todo el proceso de post-producción se usó *Movie Looks*, aplicación que permite colorizar el video terminado.

Conclusiones

De esta manera el avance de un entorno informático nuevo como iOS hace que cambie la forma de producir audiovisuales. No necesariamente hay que hablar de prescindir del todo del PC, pero el propio Steve Jobs hablaba de la era post-PC a partir del lanzamiento del iPad en el 2010. Al margen de qué artilugio nuevo vaya apareciendo para deleite del usuario final, de si lo que sigue es Google Glass Project, computación ubicua o el uso generalizado del grafeno en los nuevos gadgets, la forma de hacer cine se democratizó, el flujo de trabajo perdió (para bien) el misterio que lo envolvía, la posibilidad de que un usuario de a pie cuelgue un video en Internet, y la cantidad de reproducciones supere al más costoso videoclip musical de un famoso artista *mainstream* no es una idea descabellada (para la muestra visitar en Youtube “The Evolution of Dance”). El asunto de con qué fue grabado o cómo fue editado es por fortuna irrelevante. Las definiciones en pixeles siguen creciendo, a partir de el iPhone 4S el terminal de Apple captura, procesa y masteriza su video en 1080p, junto a otros terminales competencia como el Samsung Galaxy SII y SIII. Por el lado de Android, este sistema operativo basado en Linux y propiedad de Google, ha sido la mayor competencia de iOS, pero examinando de cerca las aplicaciones para producir video, iOS le lleva una ventaja considerable, no es sino intentar hacer lo mismo que se hace en iOS 6.0.1 con *Splice*, *iMovie* o *1st Video*, con *Andromedia* o *Movie Editor* en Android 4.0 ICS (Ice Cream Sandwich). Symbian, el primer sistema operativo para móviles propiedad de Nokia, quedó en la historia al ser abandonado en su desarrollo por la multinacional finlandesa, remplazándolo por el sistema Windows Phone 8 de Microsoft, apuesta de la empresa norteamericana para entrar al creciente mercado móvil.

En un país como Colombia, el crecimiento de la penetración de la tecnología móvil pasó de un 67% en el 2007 a un 103% en el 2012, año durante el cual el número de conexiones de banda ancha pasó de 2,2 millones a 4,6 (Ministerio de las TIC, Colombia. Estadísticas del DANE, 2012). Ciertamente no todos los móviles son Inteligentes aún, pero el abaratamiento de estos terminales y el crecimiento en funcionalidades, de mano de la Ley de Moore que sigue siendo vigente, tiene cifras interesantes. Producir audiovisuales antes del iPhone o de *iMovie* para iOS, incluso antes del Nokia N95, demandaba la compra de un PC (USD\$ 1200), una cámara (USD\$ 1000) y un software de post-producción (USD\$ 800) como mínimo (en total USD\$ 3000), mientras que hoy solo haría falta un buen móvil (USD\$ 650) y la compra de una app de post-producción (USD\$ 5, en total USD\$ 655), y comparando ambos requisitos hay una diferencia de dinero considerable. En naciones en desarrollo por supuesto que existe la posibilidad de que mucha gente no pueda adquirir *smartphones* o descargar *apps*, pero conociendo las TIC, hay más posibilidades de encontrar dispositivos económicos (como el iPod Touch) y apps gratuitas, que en el flujo de trabajo PC-Cámara. Incluso, Google ya ofrece hoy soluciones en la nube, que solo demandan el acceso a un PC cualquiera y la conexión a Internet, como es el caso de la suite multimedia en la nube <http://www.youtube.com/create>.

Las puertas están abiertas para una producción audiovisual más democrática, las cifras lo señalan, las ventanas de exhibición están a la mano y el acceso a Internet, a un móvil o a un PC crece cada año. La apropiación del lenguaje audiovisual, antes tarea de iniciados, persistentes, disidentes o herederos, está en más manos, para bien o para mal. Y para bien o mal estuvo en menos manos durante todo el siglo XX, porque de manos expertas o flujos industriales precisos también se produjo con deficiencias, sin conciencia de las posibilidades del lenguaje. Ahora es tiempo de que muchos, casi todos, digamos cómo contar una historia (o una anti-historia) y cómo entenderla.

Referencias

- Baigorri Ballarín, L. (1997). *El Video y las Vanguardias Históricas*. Barcelona: Publicacions de la Universitat de Barcelona.
- Brunetta, G. (1993). *Nacimiento del Relato Cinematográfico*. Madrid: Ediciones Cátedra S.A.
- Cardona, F. (2011, Diciembre 5). CHECKLIST [Video file]. Retrieved from <http://www.youtube.com/watch?v=ZD7woaP-0dA>
- Cardona, F. (2012, Agosto 4). CAMI&NANDO [Video file]. Retrieved from <http://www.youtube.com/watch?v=RnHF2Tg5nUQ>
- Cardona, F. (2012, Junio 6). FONSECA RIOACHA MICROMENTARY [Video file]. Retrieved from <http://www.youtube.com/watch?v=wBJREr-OfBA>
- Cardona, F. (2012, Junio 6). How to make a video using only an iPhone?/Cómo se hace un video solo con un iPhone? [Video file]. Retrieved from <http://www.youtube.com/watch?v=JTdZMngvSIM>
- Cardona, F. (2012, Junio 23). Tamarindo Costa Rica MM 22062012 [Video file]. Retrieved from <http://www.youtube.com/watch?v=uglEOUh75XQ>
- Casadevall Turbella, I., Alberich Pascual J. (2011). *Los Media en la Sociedad de la Información (Material Docente)*. Barcelona: FUOC.
- Costello, S. (2012). *How Many Apps Are in the iPhone App Store* (Article for about.com). Retrieved from <http://ipod.about.com/od/iphonesoftwareterms/qt/apps-in-app-store.htm>
- Eternal Gaze. (2004, October). *Cutting Nokia Shorts 2004 down to size* (Published by Matt in Nanotainment). Retrieved from <http://eternalgaze.net/2004/10/cutting-nokia-shorts-2004-down-to-size/>
- Getjar. (2012). Getjar (site of .jar and .jad app downloads for mobiles). Retrieved from <http://www.getjar.com/>
- Heilbroner, R. "Son las Máquinas el Motor de la historia?" 1967.
- Interfilm Berlin. (2004, November). Siemens Micromovie Award. Retrieved from <http://www.interfilm.de/en/agency/portfolio/siemens-micro-movie-award.html>
- Keibee. (2011, January 13). Final Cut 7.0 vs. Premiere CS5 (Entrada de Raguel Cremades). Retrieved from <http://keibee.com/es/vs-Final-Cut-Adobe-Premiere/>
- Michán, M. (2010, Junio 7). iMovie para iPhone 4, edición de vídeo en la palma de la mano (Artículo para Applesfera). Retrieved from <http://www.applesfera.com/aplicaciones-moviles/imovie-para-iphone-4-edicion-de-video-en-la-palma-de-la-mano>
- Ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (MinTIC). (2012). Las TIC tuvieron el mayor crecimiento de los últimos cuatro años. Retrieved from <http://www.mintic.gov.co/index.php/mn-news/757-las-tic-tuvieron-el-mayor-crecimiento-de-los-ultimos-cuatro-anos>
- Proimágenes Colombia. Perfil de Alexander Giraldo. Retrieved from http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/perfiles/perfil_persona.php?id_perfil=3633
- Revista DINERO (2008, Marzo 14). Nueva Vida para el Séptimo Arte (Perfil de Sofía Suárez). Retrieved from <http://www.dinero.com/caratula/edicion-impresa/articulo/nueva-vida-para-septimo-arte/59334>

- Russell Video Services. Video tape formats. Retrieved from http://www.russellvideo.com/info_pages/video_formats.htm
- Software Informer. Z-Datdump video tutorials and Screenshots. Retrieved from <http://z-datdump.software.informer.com/>
- Ourmedia. (2012). Ourmedia, Powering Change Through Enviromental Media. Retrieved from <http://www.ourmedia.org/>
- Wikipedia. Adobe Premiere Pro. Retrieved from http://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Premiere_Pro#Release_history
- Wikipedia. App Store. Retrieved from http://es.wikipedia.org/wiki/App_Store
- Wikipedia. DV (Digital video). Retrieved from <http://en.wikipedia.org/wiki/DV>
- Wikipedia. Final Cut Pro. Retrieved from http://en.wikipedia.org/wiki/Final_Cut_Pro#History
- Wikipedia. GPRS (General Packet Radio Service). Retrieved from http://en.wikipedia.org/wiki/General_Packet_Radio_Service
- Wikipedia. Intel Pentium 4. Retrieved from http://es.wikipedia.org/wiki/Intel_Pentium_4
- Wikipedia. iPhone. Retrieved from <http://es.wikipedia.org/wiki/IPhone>
- Wikipedia. Iphone 4 . Retrieved from http://en.wikipedia.org/wiki/IPhone_4
- Wikipedia. Nokia 3600/3650. Retrieved from http://en.wikipedia.org/wiki/Nokia_3600/3650
- Wikipedia. 3GP (Third Generation Partnership Project). Retrieved from http://en.wikipedia.org/wiki/3GP_and_3G2
- Wikipedia. MSN Messenger. Retrieved from http://es.wikipedia.org/wiki/MSN_Messenger#MSN_Messenger_5.0
- Wikipedia. Nokia N95. Retrieved from http://es.wikipedia.org/wiki/Nokia_N95
- Wikipedia. Sony Ericsson T610. Retrieved from http://en.wikipedia.org/wiki/Sony_Ericsson_T610
- Wikipedia. Windows XP. Retrieved from http://es.wikipedia.org/wiki/Windows_XP
- Wikipedia. Mosh (Nokia first apps site). Retrieved from <http://en.wikipedia.org/wiki/MOSH>
- Youtube (2010). Steve Jobs introducing iPhone 4 - WWDC '10 Part 4 of 12 [Video file]. Retrieved from <http://www.youtube.com/watch?v=ohMgjabfiUM>
- Youtube (2011). Steve Jobs - 2007 iPhone Presentation (Part 1 of 2) [Video file]. Retrieved from <http://www.youtube.com/watch?v=6uW-E496FXg>
- Youtube (2012). Youtube Create [Cloud apps suite]. Retrieved from <http://www.youtube.com/create>