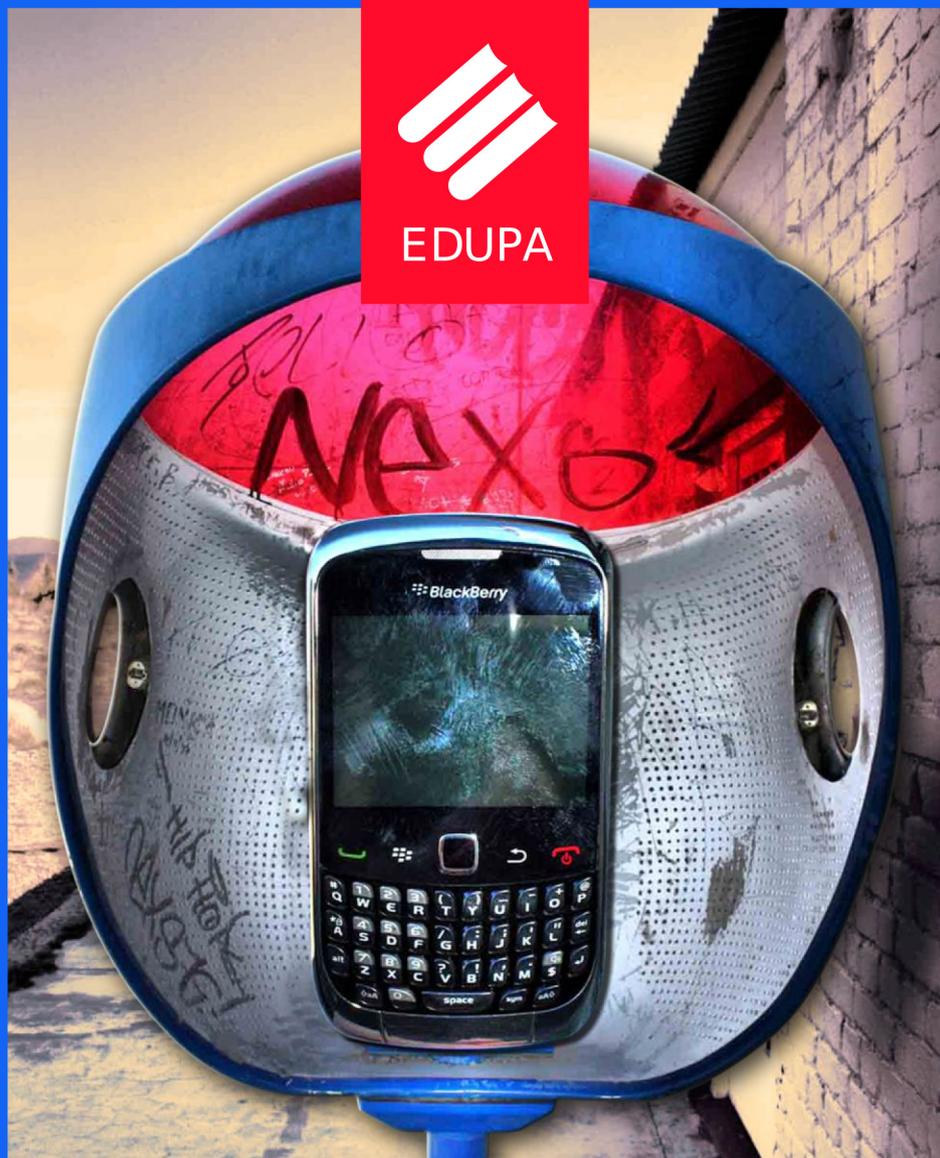




EDUPA



HABITAR LA RED

Comunicación, cultura y educación
en entornos tecnológicos enriquecidos.

MARTA PILAR BIANCHI y LUIS RICARDO SANDOVAL, (Editores).

HABITAR LA RED

HABITAR LA RED

Comunicación, cultura y educación
en entornos tecnológicos enriquecidos.

MARTA PILAR BIANCHI
y LUIS RICARDO SANDOVAL,
(Editores).



EDUPA



Grupo de Trabajo
Internet | tecnología | cultura

FHCS - UNPSJB



Bianchi, Marta Pilar y Sandoval, Luis Ricardo (Editores)

Habitar la red : comunicación, cultura y educación
en entornos tecnológicos enriquecidos - 1a ed. - Comodoro Rivadavia :
Universitaria de la Patagonia - EDUPA, 2014.

330 pp., 14 x 21 cm.

ISBN 978-987-1937-30-1

1. Comunicación Social. 2. Cultura. 3. Tecnología Educativa. I. Bianchi,
Marta Pilar, ed. lit. II. Sandoval, Luis Ricardo, ed.

CDD 302.2



Este obra se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional, que permite copiar, distribuir, exhibir e interpretar este texto, siempre que se respete la autoría y se indique la procedencia. Para ver una copia de esta licencia visite <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Diseño de tapa e interior: Cecilia Martínez | Estudio MARCAR
Ilustración de tapa: fotocomposición digital de Carolina Bayón,
Javier Flores y Matías Sanhuesa

© Marta Pilar Bianchi y Luis Ricardo Sandoval, 2014
© Editorial Universitaria de la Patagonia
© Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco
Ciudad Universitaria Km 4, 9005, Comodoro Rivadavia.

ISBN 978- 987- 1937- 30- 1

Índice

Presentación	12
--------------	----

Primera Parte

Las tecnologías en la educación formal y no formal

- Silvia Coicaud y Mariela Serón - Ampliando la mirada sobre la evaluación de los aprendizajes en propuestas mediadas por tecnologías	18
- Lucrecia Romina Díaz - La educación frente al desafío de las nuevas tecnologías: la mirada de los docentes sobre la incorporación de las TIC en la geografía escolar	43
- Lucas Bang - Escenarios de una comunicación portátil	67
- Natalia Carrizo y Juan Manuel Oyarzún - Comodoro Comunitario: La web 2.0 aplicada a las organizaciones de la sociedad civil comodorense	85

Segunda Parte

Un arte enredado: música y literatura en la convergencia

- Iris Ana Bergero -
Convergencia cultural y narrativas transmediales 107
- María Cecilia Díaz y Luciana Quintero Ortíz -
Ídolos virtuales, cyborgs y espectáculo: Hatsune Miku,
el primer sonido del futuro 123
- Esau Salvador Bravo Luis -
La música como materia prima de socialización
en las redes sociales: el caso myspace.com 143
- Florencia Nieto -
Rock 2.0: nuevas propuestas, música y ciberespacio 161
- Ignacio Jacobo -
Historietas 2.0: nuevas formas de producir
y consumir historietas 177

Tercera Parte

Medios, agendas y prosumidores

- Alejandro Rost -
Periodismo y redes sociales: por qué y para qué 195

- Daniel Pichl - La Investigación Científica en la agenda de dos Medios Gráficos de Chubut	223
--------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Cuarta Parte

Comunicación descentralizada: política y desafíos

- Luis Ricardo Sandoval - Política y usos tecnológicos: las nuevas guerras de la sala de estar	241
- Laura Elizabeth Contreras - Las posibilidades de participación política mediante las TICs: visibilidad en un nuevo espacio público. ¿Ingenuidades o certezas?	273
- Marta Pilar Bianchi - La práctica de la comunicación cooperativa descentralizada: reciprocidad y poder en el ámbito de las comunidades virtuales	287
- Adriana Marcela Moreno Acosta - Derivas de un neófito: preguntas y posibles metáforas en torno a la etnografía virtual	301
Presentación del Grupo de Trabajo sobre Internet tecnología y cultura	325

Presentación

Este libro colectivo reúne a un conjunto de autores distintos y heterogéneos, pero atravesados por la común inquietud de pensar los procesos sociales actuales a la luz de los cambios y tensiones que introducen los usos de las tecnologías digitales y la expansión exponencial de la red.

Se vuelven así constantes, en los escritos compilados, las interrogaciones sobre las diferentes facetas de la vida social contemporánea en las cuales los medios de comunicación digitales se están integrando como componente esencial, modificando los procesos que protagonizan los actores sociales, a partir de sus usos y apropiaciones (y por ende las configuraciones estructurales que, con mayor lentitud, también van mutando). La totalidad de estas reflexiones inaugura interrogantes e inquietudes ante la vertiginosa y creciente presencia/integración/apropiación/transformación de las tecnologías digitales en nuestras vidas, dejando abiertos tópicos para debates y propuestas.

Un lugar destacado es ocupado por la convergencia entre tecnologías digitales e Internet, analizada en relación a distintas áreas de la vida social: en la sección que abre el libro, *Tecnologías en la educación formal y no formal*, los procesos de educación son analizados a la luz de

las transformaciones, tensiones y potencialidades que las plataformas virtuales educativas, el software con finalidades específicas, los dispositivos móviles y las herramientas de la web 2.0 introducen en los distintos ámbitos de los procesos educativos, así como las voces alternativas a la autoridad docente tradicional que aquí emergen.

La literatura, la historieta y la música son objeto de la segunda sección del libro, *Un arte enredado: música y literatura en la convergencia*. Las nuevas formas de producción y distribución que habilitan las tecnologías digitales, tanto en la relación entre industrias culturales y públicos como en la apertura a las posibilidades que la desintermediación brinda a los artistas, la mutación en las formas de consumo y las nuevas formas de sociabilidad que allí surgen, son algunas de las facetas analizadas.

La sección siguiente, *Medios, agendas y prosumidores*, reúne dos artículos centrados en la profesión periodística, la construcción de las agendas y las posibilidades de empoderamiento de los ciudadanos, cuestiones que presentan complejos interrogantes respecto del rumbo que la práctica de esta profesión podría asumir.

Por último, las formas de participación política, los usos tecnológicos que las modalidades de ejercicio del poder alterno inauguran, la emergencia de comunidades virtuales y los desafíos para su investigación atraviesan las reflexiones de la sección que cierra este volumen, llamada *Comunicación Descentralizada: política y desafíos*.

Los trabajos que aquí se presentan surgieron de la invitación que realizara en su momento el Grupo de Trabajo sobre Internet, Tecnología y Cultura (GT-Itc) de la Facultad de Humanidades y

Ciencias Sociales (UNPSJB), como proyecto derivado y posterior a las *Jornadas Patagónicas de estudios sociales sobre Internet y tecnologías de la comunicación*, realizadas en junio de 2011 en la ciudad de Comodoro Rivadavia. Al efecto, los artículos presentados fueron sometidos a un proceso de referato de manera previa a su inclusión. La edición de este libro ha sido posible por el apoyo de la Secretaría de Investigación y Posgrado de la FHCS y por la Secretaría de Ciencia y Técnica de la UNPSJB. Los editores quieren dejar constancia de su agradecimiento al colectivo de docentes–investigadores, graduados y estudiantes avanzados que constituye el GT–Itc, laboratorio de aprendizaje y experimentación sobre los usos y sentidos de las tecnologías interactivas.

Primera Parte

Las tecnologías en la educación formal
y no formal

Silvia Coicaud y Mariela Serón

Ampliando la mirada sobre la evaluación de los aprendizajes en propuestas mediadas por tecnologías

Situando el tema

El desarrollo de tecnologías educativas basadas en las potencialidades que ofrecen las actuales tecnologías para la comunicación y la información, constituye un fenómeno que posibilita la instauración de diversos escenarios sociales y culturales. Las superautopistas electrónicas hacen real la virtualidad en sus diversas manifestaciones, y los avances en el ciberespacio unifican percepciones sensoriales para lograr nuevas formas de interacción humana.

Cuando se inscriben en propuestas relevantes de educación a distancia y virtual, los soportes digitales pueden promover el desarrollo de un pensamiento complejo, mediante el tratamiento integrado y sincrónico de diferentes notaciones simbólicas, la transformación de un tipo de representación en otra, la resolución de problemas y la utilización de estrategias metacognitivas que ayudan a aprender.

Sin embargo, resulta prioritario desnaturalizar la idea acerca de la apertura "total" de Internet, y planificar líneas fuertes de articulación con los programas curriculares del sistema educativo, en todos sus

niveles y modalidades. La rapidez y facilidad en la realización de las tareas necesarias para la obtención de información, constituyen logros altamente valorados por la sociedad consumidora de los productos de Internet. Pero la lógica de la automatización propia de los soportes informáticos está muy lejos de ser la lógica de los procesos de construcción del conocimiento. El aprendizaje humano requiere de diversas actividades cognitivas para su desarrollo y regulación, y esto sólo puede lograrse a través de tiempos de apropiación que son personales e idiosincráticos.

La literatura vigente respecto a investigaciones acerca del procesamiento de la información por parte de los sujetos en entornos virtuales pone de manifiesto que los docentes podemos utilizar las imágenes y las animaciones de muy diverso modo para ayudar a los alumnos a recordar mensajes. Pero el aprendizaje es –o debería ser– algo más que la simple recuperación de información (Brown, 2002).

Además, cuando la seducción por la velocidad operativa de la cibernética solapa la complejidad propia de los procesos de aprendizaje, solemos encontrarnos con propuestas tecnocráticas de formación a distancia y virtual basadas sólo en la asociatividad. En este tipo de diseños se desconocen los criterios didácticos que explicitan determinadas opciones con respecto a las tareas de enseñanza y de aprendizaje, predominando el principio de la simplificación tanto en el tratamiento banalizado de los contenidos de estudio que se ofrecen, como en los ítems de los tests de evaluación, los cuales demandan sólo respuestas escuetas y repetitivas.

A partir de esta realidad, el desafío que asumen los educadores

responsables de los proyectos de formación virtual, a distancia o mixtos –semi-presenciales o *b-learning*– consiste en brindar a nuestros alumnos oportunidades para lograr un pensamiento complejo, crítico y creativo. Los diseños de los soportes informáticos, por lo tanto, no deben ser solamente plataformas tendientes a ofrecer información sintetizada y ejercitación acotada a respuestas lineales, sino que su función prioritaria debería consistir en posibilitar el desarrollo de procesos genuinos de comprensión. Esto significa, entre otras consideraciones, que resulta imprescindible respetar los tiempos que necesitan las personas para pensar, para comunicarse con otros e intercambiar ideas, para formular preguntas relevantes, y para resolver problemas significativos.

La evaluación de los aprendizajes en la educación virtual, algunas consideraciones

Desde un enfoque sustentado en la evaluación democrática, McDonald y Walter (en House, 1994) postulan ciertos interrogantes básicos que los docentes y gestores deberían hacerse en el momento de evaluar proyectos educativos. Preguntan, por ejemplo, a quiénes corresponden las necesidades e intereses a los que responde la evaluación; quién es el propietario de los datos (el evaluador, el coordinador, el patrocinador...) quién tiene acceso a estos datos (es decir, a quién se excluye o se le impide acceder) qué categoría tiene

la interpretación de los hechos que haga el evaluador frente a las interpretaciones de otros (quién decide quién dice la verdad); qué obligaciones tiene el evaluador ante los responsables del programa, los destinatarios, las autoridades de la institución, los patrocinadores, sus compañeros de profesión y otros; y para quién se hace la evaluación de la calidad. Esto demuestra la complejidad que entraña cualquier proceso de evaluación en los proyectos de educación a distancia y virtuales, y las variables y supuestos no explicitados que resulta preciso develar.

La evaluación de los aprendizajes tiene sentido didáctico cuando se basa en la búsqueda de información acerca de los procesos cognitivos idiosincráticos que desarrolla cada alumno, con la finalidad de ayudarlos a mejorar y enriquecer sus construcciones. Esta premisa coincide con los autores que plantean que la evaluación no es un apéndice de la enseñanza ni del aprendizaje, sino que es parte constitutiva de ellos, pues cuando una persona aprende al mismo tiempo evalúa, discrimina, argumenta, selecciona, critica y valora lo que considera importante y lo que no lo es. La capacidad para evaluar, por lo tanto, se aprende, es un componente fundamental del proceso formativo que asumen los estudiantes. Esta concepción se opone a aquella otra que la limita a ser una instancia meramente comprobatoria al final de una propuesta de enseñanza, pensada sólo desde intencionalidades pragmáticas de acreditación institucional.

Es imprescindible entonces que la evaluación adquiera significado y sentido para docentes y alumnos, asumiendo formas y estrategias diversas en su diseño y fomentando múltiples modos de comprensión.

Esto implica que la evaluación de los aprendizajes no tiene que transformarse en una serie de mecanismos rígidos, tendientes a lograr un rendimiento convergente y uniforme para todos los alumnos a partir de una intencionalidad meramente clasificatoria y acreditativa.

En muchos proyectos de educación a distancia y virtuales, existen grandes contradicciones relacionadas con la evaluación educativa. A veces se utilizan determinados criterios para la selección y la organización de los contenidos y las actividades de aprendizaje, y otros diferentes para la evaluación. Un porcentaje muy alto de cursos ofrecidos por Internet emplean únicamente pruebas objetivas estructuradas de base conductista para evaluar los aprendizajes de los alumnos, lo cual genera varios problemas: la emisión de respuestas por azar, la sobresimplificación de los contenidos, y la pobreza conceptual en las contestaciones acotadas que los usuarios realizan a partir de escribir algunas palabras, de colocar verdadero o falso, de anotar un dato aislado, o de indicar algo con un signo. Este tipo de pruebas estandarizadas no posibilitan obtener información valiosa acerca de los procesos de comprensión de los alumnos que estudian en entornos virtuales, pero se utilizan por varios motivos. En primer lugar, son fáciles de incorporar desde los sistemas informáticos, pues no requieren de mayores complicaciones en el diseño de las aplicaciones producidas por analistas programadores. En segundo lugar, son fáciles de corregir, ya que no precisan de una elaboración pormenorizada de criterios de evaluación. En tercer lugar, implican una concepción de automatización y de velocidad por la cual se homologan los tiempos de las máquinas a los tiempos humanos.

La idea que subyace es que las computadoras imponen sus propios ritmos en las mentes de los sujetos, quienes a partir del estudio realizado en ambientes virtuales informáticos podrán realizar tareas de aprendizaje y de enseñanza con rapidez y precisión. Un hecho que nos ha llamado la atención es que existen cursos ofrecidos por Internet que otorgan ponderaciones a los usuarios que más rápidamente resuelven los ítems de las pruebas presentadas. Se entiende que esta analogía establecida entre los tiempos de la informática y los del aprendizaje de las personas que encontramos en las propuestas de evaluación de muchos soportes web, resulta altamente perjudicial para la construcción del conocimiento, pues desconoce la complejidad del pensamiento humano, el cual se desarrolla a partir de procesos lentos, recursivos y esforzados. Además, la evaluación debe constituir una instancia que posibilite la autorregulación de los procesos cognitivos de los alumnos, como así también una herramienta que brinde información relevante a quienes enseñan acerca de estos procesos, por lo cual los docentes tenemos que desterrar los exámenes basados en procedimientos que promueven la repetición aleatoria de datos desde la fragmentación y descontextualización de la información.

Otra cuestión a considerar, es el excesivo énfasis puesto en aspectos técnicos propios del software cuando se diseñan instrumentos de evaluación para el aprendizaje virtual. El análisis sistemático acerca de las posibilidades que generan determinadas interfaces para el estudio en entornos informáticos, constituye una práctica necesaria para el desarrollo de este tipo de propuestas, pero no tenemos que

sobredimensionarlo. Los diseños tecnológicos cambian rápidamente, y lo que en este momento es de avanzada, en poco tiempo dejará de serlo. Por este motivo, la evaluación de las nuevas tecnologías, incluso la evaluación técnica, requiere de algo más que una conceptualización que se adapte a la naturaleza transitoria de unas tecnologías que cambian con más frecuencia que la que muchos de nosotros usamos para cambiar el aceite del auto. Esto significa que, más que centrarnos en las ventajas de cierta interfaz recientemente elaborada, los docentes tendríamos que preocuparnos por analizar en profundidad los procesos del pensamiento de las personas cuando aprenden inmersas en los nuevos ambientes tecnológicos.

El desafío educativo no consiste entonces en evaluar sólo las respuestas de los alumnos ante determinados estímulos que generan ciertos programas informáticos, sino los niveles de comprensión que logran a partir de la utilización activa de los conocimientos. En relación a esto, también es preciso señalar que existen posturas exacerbadas con respecto a los alcances y posibilidades que otorgan las nuevas tecnologías para el aprendizaje. Un ejemplo de ello son las afirmaciones que realizan Brahler, Peterson y Johnson (1999) quienes explican que en las propuestas de enseñanza asistida por computadoras, el tiempo de desarrollo aumenta en la medida en que los objetivos educativos de los materiales ascienden según la taxonomía del aprendizaje acuñada por Benjamin Bloom. Esta concepción es errónea, además de tecnófila, pues presupone que la calidad de los aprendizajes se relaciona directamente con la sofisticación y complejidad de los medios tecnológicos empleados.

Desde este enfoque, el estudio a través de los libros sólo generaría aprendizajes de un nivel taxonómico elemental en los sujetos, considerando que los libros no son tecnologías complejas. Este isomorfismo entre el desarrollo tecnológico y el desarrollo de la mente humana, aparece con bastante frecuencia en los diseños de software educativos, trasladándose también a los instrumentos de evaluación de los aprendizajes.

Algunas de las tergiversaciones suscitadas a partir de la oficialización de los exámenes como mecanismos de control y de selección social de la modernidad, han sido la priorización de los aspectos técnicos y el énfasis puesto en el rendimiento de los alumnos, descartándose tanto el análisis de problemáticas sociales como también la reflexión crítica acerca de los propios métodos de enseñanza (Díaz Barriga, 1994). Desde estos enfoques tecnocráticos, la evaluación se transforma en una práctica acreditativa y descontextualizada en la cual no resulta claro el sentido pedagógico que tiene.

Por su parte, Alicia Camilloni (1998) explica que en situaciones de enseñanza con respuestas demoradas basadas en otro tipo de interactividad –como lo son las propuestas de educación a distancia y virtual– es fundamental diferenciar las distintas clases de errores que pueden cometer los alumnos, pues algunos pueden deberse a problemas de categorización conceptual, a la utilización inadecuada de algoritmos o heurísticos, a la confusión en la comprensión de las consignas, a invenciones o distorsiones elaboradas a partir de los propios esquemas cognitivos.

Estas disquisiciones nos advierten acerca de la importancia que

tiene establecer criterios y pensar estrategias que posibiliten valorar los modos en que nuestros alumnos han llegado a construir sus conocimientos, e informar claramente a los estudiantes acerca del porqué y el para qué de estos criterios. Sin embargo, raramente se observa que las evaluaciones de cursos en la red aborden estos aspectos. En muchos diseños de educación virtual, las evaluaciones se basan en exámenes que solicitan respuestas acerca de qué piensan los alumnos en lugar de cómo piensan. Esto implica que interesa sólo verificar si se han memorizado ciertos datos acerca de determinados campos de la información o medir la cantidad de respuestas automáticas ante las características de los contenidos suministrados, pero no existe preocupación por saber cuáles han sido los modos en que los sujetos se apropiaron de esos conocimientos, qué utilización le han dado a los mismos, qué errores rutinarios o inteligentes cometieron, qué relación puede haber entre estos errores y las características epistemológicas de las disciplinas, o las dificultades de la propuesta didáctica presentada.

Ante la discusión permanente acerca de los modos de construcción del conocimiento, su validez y legitimidad, el sistema educativo suele mantener una estructura basada en exámenes que priorizan la “vuelta a lo básico”, aceptando sin mayores discusiones la tradición fragmentaria de las disciplinas y los tests de selección múltiple que reafirman el aislamiento de los contenidos y su ubicación en compartimentos estancos. Desde otra postura, la evaluación se concibe como una propuesta humanística. El carácter público de las prácticas evaluativas a partir, por ejemplo, de instancias

abiertas de defensa de trabajos y elaboraciones por parte de los estudiantes, constituye un modo que denota la preocupación por lograr consensos acerca de la validez del conocimiento, y de la posibilidad de ponerlo a disposición de otros para discutirlo, refutarlo o afirmarlo, y así continuar enriqueciéndolo. La gran posibilidad que ofrecen los entornos tecnológicos en la actualidad consiste en instaurar foros para el debate amplio, propiciando la construcción compartida y colaborativa de los conocimientos. Esto implica que los docentes logren, por un lado, participar con su opinión experiencial y criterios pedagógicos en el diseño de las interfaces de las plataformas tecnológicas que realizan los programadores; y por otro lado, negociar con sus estudiantes el desarrollo de prácticas públicas, abiertas y democratizadoras de evaluación en los contextos de formación virtual o combinada.

El portafolios como estrategia de evaluación en Educación a distancia/virtual

En el medio académico, cuando se discute sobre la evaluación, muchos son los instrumentos y técnicas mencionados. Lo más relevante sobre la elección de los mismos reposa sobre la finalidad o propósito del instrumento evaluativo elegido, pues se puede pretender que el estudiante repita y memorice o la evaluación puede potenciar la reflexión, la resolución de problemas y la socialización de conocimientos aprendidos.

Sin embargo, hallar un sistema de seguimiento en los procesos de enseñanza y aprendizaje, así como también de validación de los mismos, requiere modificar estrategias que habían sido pensadas sólo para la enseñanza presencial. Lo cierto es que en la actualidad tanto la educación virtual como la educación a distancia demandan de la evaluación criterios que deberían considerar al menos los siguientes aspectos:

- La diversidad del alumnado.
- La masificación de las instituciones universitarias.
- La flexibilización de los espacios y de los tiempos de estudio.
- La presencia de experiencias significativas para los estudiantes que les posibilite el desarrollo de mayores grados de autonomía.
- La atención a las nuevas exigencias en los perfiles profesionales.
- Los nuevos contextos dominados por las Nuevas Tecnologías de la Comunicación y la Información.
- Los nuevos roles del docente y de los alumnos.
- La necesidad de profundizar en las competencias individuales de cada persona, especialmente en la de aprender a aprender.

En este contexto el portafolio se presenta como una herramienta evaluativa de singular valor. El modelo de Evaluación por Portafolios surge en Estados Unidos durante la década de los noventa, como una propuesta que pretende constituirse en una herramienta válida para hacer nuevos diagnósticos en el aprendizaje de los sujetos, con características totalmente diferentes a la evaluación tradicional. Este modelo de Evaluación se propone respetar la totalidad de los procesos de aprendizaje de los alumnos, sin realizar en los mismos cortes arbitrarios ni extemporáneos.

Veamos las siguientes definiciones, que ponen de manifiesto algunos de sus rasgos particulares:

Un portafolio es una colección intencional de trabajos del estudiante que da cuenta de la historia de los esfuerzos, del progreso o los logros del estudiante en un área determinada. Esta colección debe incluir la participación del estudiante en la selección del contenido del portafolio; las pautas para la selección, los criterios para juzgar su mérito y evidencias de la reflexión del estudiante acerca de su trabajo (Arter y Spandel, 1992: 36).

Un portafolio es una colección de trabajos fechados de los estudiantes, que muestran sus esfuerzos individuales o grupales en una o más áreas de la tarea escolar. Los alumnos y los maestros son participantes activos en la selección del contenido de la carpeta y en la identificación y aplicación de criterios para juzgar sus méritos (Martinello y Cook, 2000, 285).

Como se desprende de las definiciones presentadas, el portafolio se centra en la apropiación genuina de conocimientos que cada estudiante realiza durante un cierto período, a partir de la producción de materiales diversos que fue elaborando en forma personal o grupal con el apoyo pedagógico del profesor. Le permite a los profesores considerar el trabajo de los estudiantes de forma procesual, superando la visión de las pruebas escritas; e integrando en el contexto de enseñanza una actividad compleja basada en elementos del aprendizaje que pueden resultar significativos. Dependiendo de la situación y de la forma en que se utiliza, otro tipo de propuestas evaluativas de los aprendizajes también pueden ser incluidas en un portafolio. Cabe aclarar que el portafolio no es un sustituto de otros instrumentos de evaluación, en un contexto de evaluación formativa¹.

Según Rebeca Anijovich (2010) en las últimas dos décadas se corrió el foco de la evaluación en términos cuantitativos, a una dimensión más cualitativa y formativa. De esta manera, uno de los ejes centrales de la evaluación lo constituye la retroalimentación. Explica que se trata de informaciones que circulan de un punto a otro, y a modo de estímulos producen efectos sobre los elementos que comparten dicho circuito, pudiendo modificar los resultados de un sistema e incluso al sistema mismo.

1. "A lo largo de los años se han propuesto una variedad de definiciones del término «evaluación formativa». En su reseña, Black y William definieron la evaluación formativa como «aquella que abarca todas las actividades llevadas a cabo por los docentes, y/o por sus estudiantes, las cuales proveen información para ser usada como retroalimentación para modificar las actividades de enseñanza y de aprendizaje en las que están involucrados» (William, 2009, 21).

La retroalimentación ayuda a los profesores a tomar conciencia de su propio desempeño y a introducir cambios en la planificación de futuras acciones, pero además su potencialidad reside en que los estudiantes que reciben retroalimentación de manera sistemática desarrollan una conciencia metacognitiva más profunda y se van haciendo cargo de la autorregulación de sus aprendizajes, lo cual les permite constituirse progresivamente en aprendices autónomos.

Entre los aspectos a considerar en relación a estos procesos, se menciona el impacto de la retroalimentación, la distribución de la misma en cantidad y calidad que ofrecen los docentes a diferentes tipos de alumnos, los cambios que surgen en el tiempo, las decisiones que toma el alumno con respecto a la información que recibe, el carácter grupal o individual, los modos en los que el docente ofrece retroalimentación, y las competencias que el docente debe tener en términos de comunicación para poder ofrecerla. Estas cuestiones forman parte de la agenda de investigación acerca de las funciones de la retroalimentación en la evaluación formativa.

En este mismo marco, resulta interesante retomar el concepto de "evaluación mediadora" postulado por J. Hoffmann (2001). Este tipo de evaluación nace en la cotidianidad del hacer pedagógico: es observación, reflexión y acción; energía constante que impulsa la planificación, la propuesta pedagógica y la relación entre todos los elementos de la acción educativa. La perspectiva de evaluación mediadora pretende esencialmente oponerse al modelo de evaluación clasificatoria de transmisión, verificación y atribución de

conceptos. Busca devolverle el sentido a una acción que tiene como desafío contribuir y favorecer el intercambio de ideas entre el profesor y los estudiantes. Así los alumnos pueden tomar conciencia de sus dificultades, y comprender el significado de lo que estudian.

Se desprende desde esta perspectiva que la evaluación mediadora más que corregir busca interpretar las tareas realizadas por los estudiantes. De esta manera los profesores utilizan métodos interpretativos y descriptivos de análisis que se expresan en resultados cualitativos, con la intención de orientar y complementar las nociones de los alumnos y comprender las respuestas de los alumnos en relación a su coherencia, precisión y profundidad en el abordaje de un tema.

Como podemos apreciar, la evaluación es una práctica compleja, mas aún si se plantea en términos de construcción de instrumentos de evaluación con validez de contenidos y consistencia respecto del enfoque adoptado en la enseñanza.

En este sentido, es importante puntualizar algunas de las características del portafolio en el marco de la educación a distancia y virtual:

- a) Posibilita la individualización del trabajo pedagógico. En el mismo se pueden coleccionar los trabajos y actividades producidos por los alumnos, adecuadamente organizados como una creación única.
- b) El alumno en forma personal o a través del trabajo grupal, puede recoger evidencias de su aprendizaje, con fundamentación sobre el valor que cada documento tiene para él.

- c) El portafolio favorece el registro de los alumnos, sus propias impresiones sobre su aprendizaje. De esta forma también beneficia las oportunidades de reflexión sobre el progreso del estudiante, en relación a su propio proceso de aprendizaje, y al mismo tiempo posibilita la introducción de cambios necesarios para guiar el proceso de enseñanza y aprendizaje.
- d) Los estudiantes eligen la forma de presentación-representación. Cada trabajo es seleccionado por alguna razón y de modo cuidadoso. Así la colección puede modificarse a lo largo del tiempo; pueden incluirse o quitarse trabajos.

En lo referente a la organización del portafolio se puede sugerir la importancia de realizar un índice secuencial de los materiales, una presentación que indica qué se encontrará en él y cuál es el propósito, o una justificación en la que los estudiantes presenten su experiencia. Por otra parte, los artículos elegidos deben tener intervenciones personales y ser orientados por los profesores; también son interesantes las anotaciones y los registros de aula, con el objeto de reflexionar sobre lo aprendido en cada clase.

También en el portafolio los estudiantes pueden incluir:

- Un diario de campo: donde se exhiben objetivos, reflexiones, asociaciones logradas en el curso.
- Documentos: como la selección de producciones, y de actividades del curso (también trabajos realizados por propia iniciativa)

- Reproducciones: como e-mails significativos sobre su aprendizaje, foros, blogs, páginas web, chats por Facebook, etc.
- La carpeta del proyecto: también incluye los borradores, apuntes de clases y otras aportaciones, como fotografías, bibliografías, indicaciones de lecturas, glosarios, y vídeos.
- Testimonios: documentos, observaciones, correcciones sobre trabajos de alumnos hechos por profesores, tutores, sobre su proceso formativo.

Todo ello puede ser acompañado por un diario de reflexiones sobre el proceso de enseñanza y aprendizaje, en el cual se pueden consignar comentarios y mensajes de profesores y compañeros de estudio.

En la formación a distancia y virtual, la aplicación de la evaluación por portafolios implica el diseño de una propuesta didáctica basada en la comprensión genuina de los conocimientos que privilegie la realización de actividades basadas en conocimientos profundos. Se solicitará a los alumnos el plazo de entrega, el soporte que se utilizará, y se acordarán con ellos los criterios de evaluación formativa con que se efectuarán las devoluciones pedagógicas.

Una vez completado el proceso de aprendizaje previsto por el proyecto de formación a distancia y virtual, los alumnos podrán participar en instancias en las cuales tendrán que explicar sus producciones y “defender” sus ideas y argumentaciones. En los proyectos

en línea, estas situaciones se planifican a través de los soportes que ofrece Internet.

Por estas razones el portafolio es un instrumento muy valioso para propiciar una construcción propia, e individual, del aprendizaje en contexto de educación a distancia o virtual. Abarca un doble proceso: un momento en cual los alumnos son productores y autores de sus vivencias de aprendizaje, y otro en el que se constituyen en lectores de su propia obra, de su práctica y de su situación pedagógica.

Palabras finales

Sin dudas, cambiar la cultura evaluativa es un proceso largo, lento y colectivo. Como mencionamos al inicio de este trabajo, se hace necesario rediseñar alternativas de evaluación en la educación a distancia o virtual que profundicen la valoración de los aprendizajes del alumnado. Para ello resulta relevante introducir estrategias evaluativas que atiendan los aprendizajes de calidad, dando oportunidades para que sean los propios alumnos quienes realmente construyan sus aprendizajes en base a experiencias significativas, para enfrentar satisfactoriamente las dificultades. Para estos propósitos, la utilización del portafolio como una alternativa de evaluación potencia una nueva forma de participación. Esta modalidad puede brindar experiencias evaluativas satisfactorias, porque:

- Permite abordar temas integradores, desde un trabajo pedagógico más interesante tanto para profesores como alumnos.
- Las decisiones sobre el proceso evaluativo son tomadas por docentes y alumnos.
- El proceso de evaluación que propone el portafolio es altamente colaborativo, además de desarrollar la reflexión individual, donde los estudiantes pueden construir y reconstruir su propio proceso de aprendizaje.
- Posibilitan evaluar las capacidades del pensamiento crítico, articular y solucionar problemas complejos, trabajar colaborativamente, investigar, y desarrollar proyectos.

Coincidimos con Litwin (2005) cuando expresa:

La participación activa permite a los estudiantes asumir la responsabilidad de la evaluación. Sin embargo, no se lo deja librado a su propio albedrío, ya que se lo ayuda a construir un camino responsablemente, favoreciendo la adquisición de información relevante respecto de las realizaciones personales. Implica, también, no adjudicarse por parte del docente el "derecho" a la evaluación sino, en un clima de mutuo respeto, ayudar a la construcción del conocimiento evaluativo.

Sin caer en modas pedagógicas por las cuales se puede considerar a esta estrategia como una panacea solucionadora de todos los

problemas que presentan las prácticas de evaluación en entornos tecnológicos, entendemos que la utilización del portafolio permite a docentes y estudiantes ampliar la mirada sobre la evaluación, realizando otro tipo de registro acerca de los aprendizajes, la enseñanza y las dificultades propias del proceso, desde una perspectiva menos punitiva y burocrática de la evaluación.

Bibliografía

Anijovich R. (2010). *La evaluación significativa*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

Anijovich R. (2009). "Nuevas miradas sobre la evaluación de los aprendizajes. Entrevista a Rebeca Anijovich." En *Archivos de Ciencias de la Educación (4ta época)*, N° 3, Universidad Nacional de la Plata: La Plata. Disponible en: http://www.fuentesmemoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.4081/pr.4081.pdf.

Arter, J. y Spandel V. (1992). "NCME Instructional Module: Using portfolios of student work in instruction and assessment". En: *Educational Measurement: Issues and Practice*, 11(1). Disponible en: <http://ncme.org/linkservid/6629B1E9-1320-5CAE-6E63F591DCFC6822/showMeta/0/>

Barbier J.M. (1999). *Prácticas de formación: evaluación y análisis*. Buenos Aires, UBA; Novedades educativas.

-- (1993). *La evaluación en los procesos de formación*. Barcelona: Paidós.

Brahler J., N. Peterson y E. Johnson (1999). "Developing On-line Learning Material for Higher Education. An Overview for Current Issues." Disponible en: http://ifets.gmd.de/periodical/vol_2_99/jayne_brahler.html

Brown G. (2002). "El aprendizaje y la red: reflexiones sobre la

evaluación." En D. Hanna D. (Ed.), *La enseñanza universitaria en la era digital*, Barcelona: Octaedro-EUB.

Camilloni A. (1998). *La evaluación de los aprendizajes en el debate didáctico contemporáneo*. Buenos Aires: Paidós.

Coicaud S. (2000). "La colaboración institucional en la educación a distancia." En E. Litwin (Comp.), *La educación a distancia: temas de debate en una nueva agenda educativa*, Buenos Aires: Amorrortu.

-- (2010) *Educación a distancia: tecnologías y acceso a la educación superior*. Buenos Aires: Biblos.

Díaz Barriga A. (1994). *Docente y Programa*. Buenos Aires: Aique.

House R. (1994). *Evaluación, ética y poder*. Madrid: Morata

Hoffmann J. (1998). *Pontos y contrapontos, do pensar ao agir em avaliação*, Porto Alegre: Mediacó.

-- (2001). *Avaliar para promover, as setas do caminho*. Porto Alegre: Mediacó.

Litwin E. (2005) "La evaluación de los aprendizajes en el debate didáctico contemporáneo", En *Novedades Educativas*, Año 17, N° 176. Buenos Aires: Noveduc.

Martinello M. y Cook G. (2000). *Indagación interdisciplinaria en la enseñanza y el aprendizaje*. Barcelona: Gedisa

Perrenoud P. (2008). *La evaluación de los alumnos: de la producción de la excelencia a la regulación de los aprendizajes entre dos lógicas*. Buenos Aires: Colihue.

Villas B. (2004). *Portfólio, avaliação e trabalho pedagógico*. Campinas: Papirus,

Wiliam, D. (2009). "Una síntesis integradora de la investigación e implicancias para una nueva teoría de la evaluación formativa." En *Archivos en Ciencias de la Educación (4ta época)*, N°3. Universidad Nacional de La Plata: La Plata. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.4080/pr.4080.pdf

Lucrecia Romina Díaz

La educación frente al desafío de las nuevas tecnologías: la mirada de los docentes sobre la incorporación de las TIC en la geografía escolar

Introducción

En la actualidad, las nuevas tecnologías atraviesan todas las esferas de la vida social: el mundo laboral, las relaciones sociales, la educación, las actividades económicas y financieras, entre otras.

En la educación, las TIC producen cambios significativos que plantean un gran desafío para las escuelas. Como es sabido, el proceso de incorporación de las TIC en las instituciones educativas no es homogéneo, ya que cada contexto escolar presenta particularidades que a veces enfrentan y obstaculizan la territorialización de las densidades comunicacionales e informacionales, produciéndose en algunos casos un aumento de la "brecha digital". De este modo, en la actualidad, las instituciones escolares se convierten en actores cuyo rol principal es el de contribuir al acceso a las nuevas tecnologías por parte de los jóvenes.

El presente trabajo pretende analizar la accesibilidad y uso de las nuevas tecnologías en las escuelas secundarias de la ciudad de Tandil, tanto de gestión pública como privada, teniendo en cuenta la mirada

de los profesores de Geografía que señalan la existencia de diversos contextos escolares en los que se incorporan las TIC en las prácticas de aula de la geografía escolar.

Las instituciones escolares frente al desafío de las nuevas tecnologías: cuestiones para debatir

En la actualidad, las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información plantean un enorme desafío en las instituciones educativas en nuestro país, cuya función principal se dirige a la democratización en el acceso de estas tecnologías. Si bien las TIC constituyen poderosas herramientas para trabajar en el aula, plantean a su vez algunos interrogantes en un contexto en el que se manifiestan nuevos procesos de desigualdad y exclusión. Hoy la escuela toma un lugar central en la difusión y acceso de conocimientos relativos a las TIC al ser considerada como una “única alternativa para la democratización de estas tecnologías” (Filmus, 2003, p. 15), sin embargo asistimos a contextos escolares diversos que no siempre disponen de los medios suficientes para asegurar la accesibilidad a las TIC hacia los jóvenes, generándose nuevas desigualdades sociales en el acceso a las mismas, tanto dentro como fuera de la escuela.

Como sostiene Brunner

En realidad, dada la distribución tan desigual de las oportunidades de acceso —entendiendo como acceso

no la mera presencia de la máquina, sino prácticas que desarrollan los niños y jóvenes con ellas en los distintos estratos de la sociedad—, la pregunta ahora, para la que no tenemos aún buenas respuestas, es si la escuela tendrá un efecto conducente hacia el objetivo de superar la inequidad en el campo de las competencias o si el potencial de las tecnologías genera un riesgo importante de mantener y aumentar la brecha digital. (Brunner, 2008, p. 49).

Podemos decir además que las nuevas tecnologías desafían el tiempo y el espacio, ya que éstas están presentes cada vez en más lugares y a ritmos cada vez más rápidos. Pero la llegada de estas nuevas tecnologías no siempre armoniza con los tiempos manejados por las escuelas. Las mismas estarían representadas por los tiempos, velocidades y ritmos más lentos que no se condicen con la velocidad en la que fluyen y se instalan en el territorio estas nuevas tecnologías al servicio de algunos sectores sociales.

Éstas, y otras inquietudes se plantean al momento de utilizar las TIC en las instituciones educativas en un contexto de numerosos cambios que desafían el tiempo y espacio en los que la escuela, o dicho de otro modo el “territorio escolar”¹, aún continúa definiendo y debatiendo

1. La escuela constituye un territorio usado o apropiado por diferentes actores sociales (docentes, alumnos, directivos, auxiliares), quienes construyen y se apropian de su espacio en función de sus intereses, expectativas, ideas, etc. Este territorio además está sujeto a una regulación administrativa y normativa, ya que las normas definen y regulan la relación entre los diferentes actores que comparten la producción y apropiación de dicho territorio. El mismo a su vez se encuentra atravesado por dos recortes: las verticalidades (producto de su relación con procesos externos) y las horizontalidades (aquello que le es propio, la identifica, y le otorga peculiaridad).

acerca de los propósitos y los medios de la educación en la actualidad.

En los últimos años algunas políticas educativas desarrolladas en nuestro país han otorgado una singular importancia a la incorporación de las nuevas tecnologías en los procesos de enseñanza–aprendizaje en el aula. Desde el Estado Nacional se ha incentivado y promovido la incorporación de las tecnologías de la información y de la comunicación, sobre todo en el nivel de Educación Secundaria. La Ley de Educación Nacional (L.E.N.) sancionada en el año 2006 apunta a la formación de los estudiantes para el acceso y dominio de las nuevas tecnologías de la información (L.E.N., artículo 30, Título VII).²

A su vez, hacia fines del año 2009, a través de un decreto del Poder Ejecutivo Nacional, se lanza el Programa Conectar Igualdad. El mismo consiste en una “iniciativa que busca recuperar y valorizar la escuela pública con el fin de reducir las brechas digitales, educativas y sociales en toda la extensión de nuestro país”, (www.conectarigualdad.gob.ar). Para ello este plan prevé entregar minicomputadoras (netbooks) en

2. ARTÍCULO 100.- El Poder Ejecutivo Nacional, a través del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología, fijará la política y desarrollará opciones educativas basadas en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación y de los medios masivos de comunicación social, que colaboren con el cumplimiento de los fines y objetivos de la presente ley.

ARTÍCULO 101.- Reconócese a Educ.ar Sociedad del Estado como el organismo responsable del desarrollo de los contenidos del Portal Educativo creado en el ámbito del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología, o bajo cualquier otro dominio que pueda reemplazarlo en el futuro. A tal efecto, Educ.ar Sociedad del Estado podrá elaborar, desarrollar, contratar, administrar, calificar y evaluar contenidos propios y de terceros que sean incluidos en el Portal Educativo, de acuerdo con los lineamientos respectivos que apruebe su directorio y/o le instruya dicho Ministerio.

todas las escuelas públicas de nivel secundario del territorio nacional.³ Según datos de una encuesta realizada a las instituciones de gestión pública de la ciudad de Tandil, casi un 70% de las mismas ya han obtenido el equipamiento correspondiente, si bien se prevé completar la entrega para el resto de las escuelas, finalizando con la totalidad de equipos para cada alumno y docente.

Es importante tener en cuenta que este proyecto implica un proceso complejo que no acaba en el momento de la llegada del nuevo equipamiento en las escuelas, sino que requiere del trabajo conjunto entre diferentes actores sociales: Estado Nacional, Estado provincial, docentes, alumnos, padres, auxiliares de gabinetes de informática, entre otros. En este sentido, el Estado (Nacional y provincial) deben garantizar el acompañamiento y apoyo a los docentes (quienes son el nexo entre la tecnología y los alumnos), pues deben asegurar a éstos la capacitación continua a través de instancias de formación y especialización en el uso de estas nuevas tecnologías. Pues la preparación y formación continua de los docentes debe abastecer las demandas de los alumnos en lo que se refiere al manejo del nuevo equipamiento y en el uso y manipulación de la información. En este sentido, es interesante destacar que el rol docente comienza a redefinirse, pues el mismo debe posicionarse como un orientador o guía para el alumno en la búsqueda, selección e interpretación

3. Otros países de Latinoamérica, sobre todo aquellos que forman parte del MERCOSUR están implementando actualmente esta política en las escuelas. Uruguay implementó el Plan "Un chico, una computadora" a partir del cual entregó 385.000 computadoras, Brasil implementó el plan en el año 2004 y Chile, a través del Plan "Yo elijo mi PC" realizó la entrega de 60.000 computadoras.

de la información motivando a los estudiantes en el desarrollo de una actitud reflexiva y crítica para la utilización y producción del conocimiento (Filmus, 2003).

Por su parte

el educando debe convertirse en el protagonista de las acciones formativas. Los alumnos deben disponer de una gran autonomía y control sobre su propio proceso de aprendizaje [...] debe aprender a saber buscar, seleccionar y analizar aquella información en las distintas fuentes de consulta. De este modo lo relevante del aprendizaje no es el desarrollo de la capacidad memorística sino de los procesos de análisis y reflexión. Esto representa el uso inteligente de los múltiples recursos (de tipo impreso, audiovisual, informático). En definitiva el educando no debe desarrollar un aprendizaje mecánico en el que adquiera los conocimientos de forma receptiva, sino que debe ser un sujeto activo y protagonista de su propio proceso de aprendizaje (Area Moreira, 2000, p. 9).

Aspectos metodológicos de la investigación

El presente trabajo se realizó utilizando un tipo de metodología cuanti-cualitativa que se propuso indagar acerca de la accesibilidad

y uso de las nuevas tecnologías en el “Territorio escolar” de la ciudad de Tandil poniendo énfasis en las prácticas de aula de la geografía escolar. Dicha investigación se desarrolló a través de cuatro momentos principales. En una primera instancia se llevó a cabo la discusión de la bibliografía seleccionada sobre el tema a investigar, de este modo se produjo la elaboración del marco teórico y se formularon las primeras preguntas y objetivos de investigación, definiendo los objetivos generales y específicos. Entre las preguntas que orientan la investigación podemos situar las siguientes: ¿Cómo se adapta y qué cambios introduce la escuela frente a la aparición de estas nuevas tecnologías en el proceso de enseñanza–aprendizaje? ¿Cómo se insertan los docentes en este contexto y cuáles son las habilidades que los mismos requieren para incorporar estas tecnologías al aula? ¿Cuáles son los cambios que deberán tenerse en cuenta para trabajar con estos recursos junto a los alumnos? ¿Cuál será el rol de los mismos en el trabajo en el aula? ¿Cuáles son los nuevos temas de la enseñanza de la Geografía y las actividades que se pueden proponer para trabajar en clase con estas nuevas herramientas? En un segundo momento se llevó a cabo el trabajo de campo con el objetivo de producir nuevos datos que pudieran favorecer la interpretación del objeto de estudio. El método de producción de datos fue la encuesta semiestructurada a través de la técnica del cuestionario autoadministrado realizada en las Escuelas de Educación Secundaria Superior de la ciudad de Tandil, cuyas preguntas tuvieron en cuenta aspectos relacionados a la disponibilidad de equipamientos específicos para la utilización de las TIC en la escuela: disponibilidad de computadoras, conexión a Internet, disponibilidad

de sala de vídeo, tipos de usos de las TIC en geografía, entre otras.

La segunda técnica de producción de datos fue la entrevista en profundidad a profesores de geografía para indagar en cuestiones específicas que se detallan a continuación:

1. ¿Utiliza con frecuencia las TIC en las clases de Geografía?
¿Cuáles?
2. ¿Por qué las utiliza (o no las utiliza)?
3. ¿Qué importancia le asigna a las Nuevas Tecnologías de la Información y las comunicaciones para trabajar en el aula?
4. ¿Cuáles serían los aspectos positivos y negativos que considera importantes destacar en lo que se refiere al uso de las TIC en las clases de Geografía?
5. ¿Con qué temas de la materia utiliza las TIC? ¿Qué actividades realiza con ellas?
6. ¿Qué opinión le merece el proyecto impulsado por el Ministerio de Educación denominado “Una PC por alumno”? ¿Considera que el mismo va a contribuir en el mejoramiento del proceso de enseñanza–aprendizaje? ¿Por qué?

En el tercer momento de la investigación se procedió a la sistematización de datos obtenidos y en el cuarto momento de la investigación se produjo la confrontación entre los datos obtenidos a través de las encuestas y entrevistas y el análisis teórico desarrollado al inicio de

la investigación. Allí se incorporaron otras discusiones teóricas que se contrastaron con las opiniones elaboradas por los profesores de Geografía.

La incorporación y uso de las TIC en Geografía: la situación del territorio escolar de la ciudad de Tandil

Específicamente en lo que respecta a la Geografía, en los últimos años las nuevas tecnologías geográficas han producido una revolución tecnológica en la disciplina debido a la disponibilidad de mapas, datos y fotografías e imágenes de Internet. En este sentido es necesario destacar la importancia que adquieren en este contexto los sistemas de información geográfica (SIG) y las tecnologías de investigación geográfica, entre los cuales se anuncian cambios importantes como el crecimiento de datos de gran heterogeneidad y complejidad en tiempo real (*real time data acquisition*, RTDA) y la cartografía en tiempo preciso (*just in time mapping*, JITM) junto a la aparición de ordenadores con pantallas táctiles que plantean la posibilidad de actuar sobre ellos con la voz (Capel, 2009). De este modo, la difusión de la información geográfica en la actualidad es muy amplia, existe información de carácter geográfica digital que se ha incorporado a la vida cotidiana de las personas a través de los atlas digitales (Google Earth, Google Maps), entre otros que proveen de cartografía digital a través de imágenes satelitales.

La necesidad de renovar y reflexionar acerca de los contenidos en la geografía que incluyan el uso de las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones en el proceso de enseñanza–aprendizaje se ha manifestado a través de los diseños curriculares propuestos por el Ministerio de Educación de la Nación, que tienen en cuenta la incorporación de las TIC para trabajar con los contenidos curriculares de la asignatura en el aula.

Aquí se presentan algunos fragmentos que hacen referencia a la incorporación de las TIC en la Geografía en el Nivel Secundario según la organización de contenidos del área de Ciencias Sociales perteneciente a la Dirección General de Cultura y Educación de la Provincia de Buenos Aires, en el marco de la Ley de Educación Nacional N° 26.206 de 2006, y la Ley de Educación Provincial N° 13.688 de 2007, extraídos del Portal de Internet de este organismo público.

Diseño Curricular para 2° año (SB) | Ciencias Sociales

Fuente: www.abc.gov.ar

SOBRE LA ENSEÑANZA DE LA GEOGRAFÍA EN EL 2° AÑO

Algunas consideraciones didácticas.

- Acompañar a los alumnos/as en el uso de herramientas de las nuevas tecnologías para que desarrollen habilidades y capacidades de un acceso crítico a la información que se puedan encontrar a partir de su uso. Internet resulta, probablemente, el máximo exponente de las Nuevas Tecnologías y uno de los espacios virtuales en los que se

puede encontrar la información más actualizada sobre la producción de conocimientos sociales y específicamente geográficos. Es necesario acompañar a los alumnos/as en la exploración del mundo virtual, facilitarles directrices básicas sobre qué, dónde y cómo moverse por la red. Por ejemplo, el acercamiento a muchos sitios de imágenes virtuales y fotografías aéreas sobre la superficie de la tierra, acompañadas de necesarias reflexiones, contribuye a construir una mirada y percepción diferente del espacio geográfico que, inevitablemente, logra activar la imaginación geográfica y las representaciones de los alumnos/as.

Diseño Curricular para la Educación Secundaria Ciclo Superior 4º año

Fuente: www.abc.gov.ar

GEOGRAFÍA, 4º AÑO

Geografía y su enseñanza en el Ciclo Superior de la Escuela Secundaria

Objetivos de enseñanza

- Incorporar con distintos grados de complejidad la enseñanza de la materia a través de las Nuevas Tecnologías de Información y Conectividad (NTIyCx) a los fines de que las mismas sean utilizadas para el desarrollo de preguntas, formulación y tratamiento de problemas, así como para la obtención, procesamiento y comunicación de la información generada.

- Promover el trabajo con la más diversa variedad de mapas (topográficos, temáticos u otros) utilizando la riqueza de sus elementos cartográficos y las interpretaciones que se puedan hacer de ellos para llegar a expresar mediante los mismos el desarrollo y las conclusiones de sus informes y/o investigaciones escolares.

Objetivos de aprendizaje

- Indagar en el conocimiento geográfico, de tal modo que pueda desarrollar mayores y mejores saberes en relación con el manejo de la información escrita, estadística y gráfica, así como las que corresponden a las Nuevas Tecnologías de la Información y la Conectividad (NTIyCx) aplicadas a la disciplina Sistemas de Información Geográfica (SIG).

Los objetivos de enseñanza–aprendizaje que se plantean en estos fragmentos manifiestan el imperativo de implementar las TIC como herramientas indispensables para el trabajo en el aula en la geografía escolar que posibilitan el tratamiento de temas complejos y relevantes en la geografía actual.

Si realizamos un análisis del uso que se realiza en el aula de Geografía en el Territorio escolar de la ciudad de Tandil podemos decir que a través de un relevamiento realizado en las 20 escuelas de enseñanza secundaria superior de la ciudad, en 12 de ellas, es decir un 60%, se manifiesta su uso para trabajar en el aula. Sin embargo

en las restantes 8 escuelas, que alcanzan un 40% de las relevadas, se manifiesta la no utilización de las TIC para trabajar en el aula de Geografía, lo que representa de todos modos un porcentaje elevado. Cabe destacar que el uso que se le da a estas nuevas tecnologías en el aula de Geografía consiste en la realización de las siguientes actividades: búsqueda de información, interpretación de mapas digitales, visualización de imágenes de Google Earth, lectura de textos e información periodística, diseño y armado de trabajos, investigación de datos estadísticos, presentación de trabajos en Power Point, visualización de imágenes digitales, utilización del programa Encarta, visualización de vídeos o CD, etc.

La mirada de los docentes sobre la incorporación de las TIC en la Geografía escolar

A partir de las entrevistas realizadas a los profesores de Geografía sobre el tipo de uso de las TIC en sus clases, podemos analizar sus diferentes miradas con respecto a los distintos aspectos relevados.

Cuando a los docentes se les preguntó si utilizaban las nuevas tecnologías en las clases de Geografía y con qué frecuencia, algunos manifestaron una utilización de aproximadamente una o dos veces al mes, pero dependiendo a su vez de la actividad que se esté desarrollando. Otra docente expresa no utilizarlas por encontrarse con un grupo de trabajo un tanto dificultoso. En cambio otra de las

docentes asume que las TIC son utilizadas por todos los docentes y que por ello la pregunta resulta una obviedad.

"Y... en el mes, un par de veces, una vez. Pensá que geografía tiene una carga horaria de una vez por semana, generalmente, salvo en algunas orientaciones. Así que por lo general es una vez por mes que usamos, algo que tenga que ver con informática que lo usamos en la escuela [...] Utilizarlo en las escuelas a veces depende del grupo que te toque, de la disponibilidad que tengas en el colegio de equipamiento, de la predisposición y la forma que ese grupo trabaje cuando los llevás al aula de informática" (*M. Docente de Colegio Sagrada Familia, Escuela Media N° 3, ESB N° 14*).

"Sí, utilizamos con mucha frecuencia, tenemos una sala de informática a la que vamos por lo menos una vez por mes, también contamos en las dos escuelas con cañón, con cañón multimedia y bueno... y cada alumno también trabaja en su casa con trabajos prácticos. En el caso de que algún alumno no tiene compu (en general todos tienen), pero si alguno no tuviera, tiene acceso en la escuela o puede trabajar en grupo. Los chicos presentan trabajos en power point, hemos usado Google Earth y también vimos con los chicos más grandes algunos trabajos en Arc Gis y en el Atlas GIS..." (*V. Docente del Colegio de las Sierras y Sagrada Familia*).

"Sí, uso las TIC, todos los docentes usamos cañón, proyector... Me parece una pregunta... obvia" (*M. Docente de Escuela Media N° 7*).

“En este curso en particular prácticamente no, no uso las TIC... No puedo lograr que saquen una fotocopia, no puedo lograr que se queden tranquilos escuchando un vídeo, así que demasiadas cosas no podés hacer, por lo menos yo. El grupo es bastante... sí es difícil, es inquieto, seguramente si los llevás a ver algo en computadora rompan algo o tiren una gaseosa arriba o... no sé, miles de cosas. Que se pongan a tomar mate o que... tienen esa actitud” (*G. Docente de Escuela Media N° 4*).

Con respecto a la segunda y tercer pregunta que se les realizó a los docentes que se refiere a justificar por qué el docente las utiliza (o no las utiliza) y qué importancia le otorga a las TIC en Geografía, en parte se pueden apreciar diversas opiniones ya que si bien en su mayoría consideran que las TIC constituyen herramientas valiosas para abordar temáticas geográficas, un obstáculo que se presenta frecuentemente es la falta de infraestructura edilicia (falta de conexión a Internet en algunos establecimientos o débil conexión a la red, lo que implica que no se pueda abastecer a varios equipos a la vez) y la resistencia de algunos docentes a utilizarlas debido a no contar con una sólida formación para su debido uso. Esta resistencia se refiere a los obstáculos que surgen de la implementación de las mismas, debido a que el sólo hecho de que los alumnos estén conectados a Internet en el aula a veces incentiva que los mismos utilicen la herramienta para jugar, navegar en páginas web o comunicarse con otros a través de las redes sociales.

He aquí algunas opiniones de profesores de Geografía sobre la incorporación de las TIC en el aula para el trabajo con sus alumnos:

“Son los jóvenes de la imagen, entonces todo lo que ven en la compu, todo lo que ven en el cañón les queda mucho. Ponele en 4º el otro día, estamos viendo China, la política del hijo único, toda la unidad de población y yo preparé un power con todo el tema del comunismo, de la revolución cultural en China, Mao Tse Tung... ¡Eso les quedó! [...] por todo el tema de los abortos, de los infanticidios en China, bueno eso en Youtube. Para mí es básico... (V. *Docente del Colegio de las Sierras y Sagrada Familia*)

“Yo creo que es fundamental, tiene que ver, para mí, en qué edades, hay que discernir también, primero los materiales; trabajar con libros también es importante, entonces, bueno, pero me parece que cuanto más grandes son tienen que ir incorporándolo ellos [...] También debe haber una preparación previa de los docentes que no la hay. Y a veces hay otros inconvenientes, en algunos establecimientos pasa que entre que necesitás la llave de la sala de informática, que no la pediste con anticipación... es muy burocrático y a veces perdés parte de la hora y desistís por estas cuestiones. Tendría que ser más fácil como para que en el momento en que se necesite utilizarlas y que los docentes estén preparados como para usarlas” (L. *Docente de Escuela Media N° 2, Escuela Polivalente, Escuela de Educación agropecuaria y ESB N° 2*).

“Las tecnologías de la información en sí mismas, digamos, no colaboran en nada con la Geografía salvo que uno vaya desde la Geografía y desde la disciplina hacia las tecno-

logías de la información. Yo creo que es importante porque me parece que hoy por hoy las tecnologías lo que están abriendo es un universo cada vez más amplio para los chicos... no creo que en sí mismas hagan grandes maravillas y me parece que tampoco es un lugar al que tampoco uno se puede acercar desde la improvisación. Me parece que lo negativo de las TIC es ir sin un plan (*M. Docente de Colegio Sagrada Familia, Escuela Media N° 3, ESB N° 14*).

Por último, cuando se les pregunta su opinión con respecto al proyecto impulsado por el Ministerio de Educación "Una PC por alumno" los entrevistados sostienen en su mayoría una postura positiva al respecto, sin embargo aparecen algunas inquietudes relacionadas a cómo las TIC se incorporarán en el proceso de enseñanza-aprendizaje, cómo el docente se posiciona frente a ellas y qué estrategias didácticas diseñe para su utilización en Geografía.

"Si se cumpliera sería fabuloso. Yo sé que hay otras escuelas que ya están averiguando por Internet inalámbrico pero es... si no tenés la computadora el Internet inalámbrico no sirve. Si es para todas las escuelas de la provincia, hay escuelas en las que ni siquiera te llevan una hoja, te imaginas una computadora... entonces ya ahí hay un desfasaje" (*G. Docente de Escuela Media N° 4*).

"Bueno, a mi me parece sumamente positivo, lo veo bien; me parece que tenemos que tratar de equiparnos con otros lugares ahora que el uso de la tecnología es

fundamental, el buen uso de la tecnología; por supuesto que la implementación no va a ser fácil, en el sentido de las cuestiones naturales: del cuidado de la máquina, de la utilización... pero bueno, me parece que es sumamente positivo, me parece que es necesario y por otro lado va a haber resistencia de algunos docentes por esto del no manejo por parte de ellos ¿no? (*L. Docente de Escuela Media N° 2, Escuela Polivalente, Escuela de Educación agropecuaria y ESB N° 2*).

“Si alguien cree, creo yo, que porque cada chico tenga una netbook va a mejorar per se el nivel educativo de la Argentina para mí está equivocado, para mí los problemas que surgen hoy en la educación argentina no pasan por ahí. Democratizar el uso de las TIC creo que lo va a lograr, desde el punto de vista de que hay chicos que nunca prendieron una PC, no saben lo que es. Ahora van a saber lo que es porque van a tener una; eso no va a solucionar los problemas de la educación argentina ni mucho menos” (*M. Docente Colegio Sagrada Familia, Escuela Media N° 3, ESB N° 14*).

“Como positivo es, ya el solo hecho de que todos tengan la accesibilidad ya de por sí es positivo; el tema es ver cómo...Cuál va a ser la utilidad, cómo se incorpora y el uso que se le va a dar, pero el solo hecho de que todos tengan la oportunidad de la accesibilidad es una buena medida, es una buena decisión pero el tema después va a caer cómo nosotros usemos, qué cosas hacemos con esa herramienta

de trabajo y como esa herramienta sea una herramienta más de trabajo, esa va a ser la cuestión a trabajar más adelante ¿no?" (*J. Docente de Escuela Nacional "Ernesto Sábato"*).

Es necesario tener en cuenta que los docentes entrevistados, en su mayoría se desenvuelven en contextos institucionales diversos social, cultural y espacialmente, lo que produce a su vez la utilización de las nuevas tecnologías en forma disímil teniendo en cuenta las desiguales realidades escolares que les toca afrontar.

Habiendo analizado las diferentes miradas de los profesores de geografía en lo que respecta a la utilización de las TIC en las prácticas de aula de la Geografía escolar resta decir que las mismas son consideradas una valiosa herramienta de aprendizaje en el aula para el tratamiento de temáticas geográficas actuales, sin embargo éstas generan algunas incertidumbres en lo que respecta a la falta de actualización y formación docente en la adquisición de habilidades para emplearlas y transmitir la utilización de las TIC a sus alumnos, la falta de disponibilidad de equipamientos vinculados a las mismas (existen escuelas de la ciudad que aún no poseen conexión a Internet) y la ausencia de espacios curriculares para su utilización (el abordaje de temas relacionados al uso de las nuevas tecnologías se realiza en su mayoría en la materia Informática, no todas las instituciones educativas cuentan con un proyecto educativo institucional o al menos un espacio curricular específico que propicie y motive el uso de las mismas). Con respecto a la puesta en práctica de las netbooks como un recurso tecnológico para el trabajo en el aula, resulta necesario

hacer referencia a la oferta de cursos de capacitación gratuitos para docentes de nivel secundario, los cuales han sido impulsados desde la Dirección de capacitación, Dirección Provincial de Educación Superior y Capacitación Educativa y Dirección de Educación Secundaria en el marco del Programa “Conectar Igualdad” a partir del año 2011. Éstos tienen como objetivo apuntar a la formación y actualización de los docentes de diferentes asignaturas en el uso de herramientas tecnológicas innovadoras que puedan ser de utilidad para poner en práctica en el aula. En Geografía, los mismos se han puesto en funcionamiento con el objetivo de capacitar a los profesores de la asignatura en el manejo y uso de diversos recursos tecnológicos, de acuerdo a los lineamientos de la Dirección de Capacitación Educativa y al Diseño Curricular de la Provincia; teniendo en cuenta los marcos teóricos y metodológicos de la disciplina para su enseñanza en la Educación Secundaria actual.

Con respecto al diseño de políticas educativas que en los últimos años han propiciado la implementación de las nuevas tecnologías en la Educación Secundaria (Programa Conectar Igualdad), podemos decir que las miradas de los docentes entrevistados varían entre quienes consideran a este proyecto sumamente positivo y aquellos que aún dudan acerca de sus alcances y objetivos. Esto se debe a que si bien la incorporación de las nuevas tecnologías en la educación promete cambios importantes en los procesos de enseñanza–aprendizaje escolar, no siempre son incorporadas atendiendo las necesidades de cada escuela. Pues el diseño de políticas educativas que prometen cambios rápidos a veces choca con la realidad de las escuelas y de su contexto socio–económico y cultural. (Hepp, 2008).

A modo de cierre

De los resultados obtenidos aparecen como aspectos relevantes a considerar los siguientes: la utilización de las TIC como una herramienta indispensable para el trabajo en el aula que se contradice con la falta de equipamientos e infraestructura edilicia y la demanda de cursos de formación y actualización para los docentes. Cabe destacar que la disponibilidad de nuevas tecnologías en determinadas escuelas no siempre implica su uso en las prácticas de aula de la geografía escolar. Es por ello que resulta de gran importancia motivar la capacitación, actualización y formación docente en el uso de las TIC para trabajar en el aula, considerando a éstas como herramientas innovadoras que permitan motivar la capacidad reflexiva de los jóvenes y la adquisición de ciertas competencias y habilidades para la selección y uso de la información en la producción de nuevo conocimiento.

“El desarrollo de marcos de interpretación, de herramientas de pensamiento que permitan al alumno contrastar y situar la información y el conocimiento acumulado, reconocer los códigos y lenguajes de los distintos saberes y aprender a utilizarlos para expresar sus comprensiones y argumentos, realizar juicios éticos y seguir aprendiendo a lo largo de toda su vida, se presenta como uno de los desafíos fundamentales de una educación formal que no se evada de las problemáticas de su tiempo (Sancho, 1998, p.42)”. Por esta razón, una meta educativa importante para las escuelas debiera ser la formación de los niños y niñas como

usuarios conscientes y críticos de las nuevas tecnologías y de la cultura que en torno a ellas se produce y difunde (Area Moreira, 2000, p. 10).

Bibliografía

Area Moreira, M (2000). "Problemas y retos educativos ante las tecnologías digitales en la sociedad de la información". En *Quaderns Digitals* N° 28. Disponible en: <http://goo.gl/UPqgGs>

Brunner, J. (2008). "¿Una sociedad movilizada hacia las TIC?". En J.C. Tedesco et al., *Las TIC: del aula a la agenda política. Ponencias del Seminario internacional Cómo las TIC transforman las escuelas*. Buenos Aires: UNICEF / IIPE / UNESCO.

Capel, H. (2009). "La enseñanza digital, los campus virtuales y la geografía". En Revista electrónica de recursos en Internet sobre geografía y Ciencias Sociales N° 125, Universidad de Barcelona.

Filmus, D. (2003). "Breves reflexiones sobre la escuela del futuro y presentación de la experiencia «Aulas en red de la ciudad de Buenos Aires»". En D. Filmus et al., *Educación y nuevas tecnologías: experiencias en América Latina*, Buenos Aires: IIPE-UNESCO.

Hepp, P. (2008). "El desafío de las TIC como instrumentos de aprendizaje". En J.C. Tedesco et al., *Las TIC: del aula a la agenda política. Ponencias del Seminario internacional Cómo las TIC transforman las escuelas*, Buenos Aires: UNICEF / IIPE / UNESCO.

Sitios web consultados:

www.me.gov.ar

www.abc.gov.ar

www.conectarigualdad.gob.ar

Lucas Bang

Escenarios de una comunicación portátil

Resumen

En un contexto de profundas transformaciones sociales, políticas, culturales, la emergencia de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), ha recrudecido el debate acerca de las nuevas subjetividades y modos de experiencias que parecen generar los sujetos en la llamada Sociedad del Conocimiento.

Creemos oportuno plantear esta problemática a través de la figura del escenario donde podemos ir delineando dilemas que se presenta cuando la tecnología se relaciona con la comunicación, la educación y la transmisión de la cultura.

Estos dilemas presentados en forma de escenarios se despliegan en un marco donde las tecnologías son un dispositivo que incide en el desarrollo de nuevas formas de lo social, posibilitando y restringiendo los procesos de producción de subjetividad para poder comprender la relación entre el hombre y la tecnología propuesta en estos tiempos.

Desarrollo

Describimos un escenario como ese espacio en que la intervención se desarrolla. Los escenarios se hallan dentro de diferentes territorios que los contienen, y son atravesados por disímiles formas de inscripción de los problemas. Además, permiten mostrar, a través del concepto de cartografía, diferentes recorridos temáticos o argumentales. El escenario permite la inclusión de unos y la exclusión de otros.

La relación entre comunicación, tecnología y territorio, nudo central de nuestro escenario, empieza a configurarse de manera diferente cuando las mutaciones¹ del capitalismo empezaron a ser impulsadas por las tecnologías microelectrónicas, las que se centraron en la reestructuración de la relación capital-trabajo y tiempo de trabajo-valor, proponiendo nuevas prácticas y relaciones sociales pero sin eliminar la totalidad de las prácticas construidas hasta entonces.

En este nuevo escenario, la flexibilización de la producción y de las relaciones laborales, la aparición del término “empresa” como un lugar donde se piensan las relaciones económicas, la deslocalización de éstas para su mejor funcionamiento, el surgimiento del operario² y la precarización de las formas de vida de gran parte de la clase

1. Cuando hacemos referencia a mutaciones estamos hablando del algo que ha cambiado pero que mantiene ciertos aspectos de su estado anterior. En este sentido cuando hablamos de mutaciones del capitalismo hacemos referencia a la mutación desde el capitalismo industrial al postindustrial.

2. Para una mejor comprensión de la palabra operario en los CBC recomendamos “El significado del trabajo en la escuela en un mundo sin trabajo” Grinberg (2003).

obrera, fueron algunas de las acciones de lo que se ha dado en llamar la Tercera Revolución Industrial o Revolución Tecnológica.

Escenario 1: sobre los tiempos actuales

Uno de los cambios producidos en la década de los setenta que afectó a las sociedades occidentales fue la difusión de las microtecnologías y la informatización de la maquinaria en los ciclos productivos. Esto ha jugado un rol crucial en la flexibilización del trabajo y en los procesos de inmaterialización del mismo. En el trabajo inmaterial, la empresa y la economía se basan en el tratamiento de la información. Más que asegurar el dominio del producto y el control de los mercados de las materias primas, la empresa se plantea una estrategia de dominio de la desembocadura del proceso de producción: la venta y la relación con el consumidor. Interesa más la comercialización y la financiación que la producción.³

La producción del trabajo inmaterial es un rasgo que diferencia a la sociedad post industrial de la industrial. Esta sociedad propone nuevas formas de gestión de lo social en una economía apoyada en la producción y circulación de conocimientos, donde aparecen nuevas

3. Esta nueva dinámica capitalista no implica la desaparición del trabajo industrial sino la migración a zonas geográficas donde es posible pagar salarios bajos, y en las cuales la legislación no protege al trabajador y favorece a la libre empresa, incluso en perjuicio del medio ambiente y la sociedad.

formas del trabajador: “trabajadores de cuello blanco” (Bell, 1976; Toffler, 1980, entre otros), el operario (Grinberg, 2003) o el trabajador cognitivo (Berardi, 2007).⁴

La figura de los “trabajadores de cuello blanco” parece ser difusa y hasta inexacta porque

esta idea olvida las formas de precarización laboral y no precisa en qué consisten las actividades informacionales que estos trabajadores realizan, donde se contempla a las cajeras de supermercados, trabajadores del call-centers, docentes, médicos, jueces (Ritzer, 1996).

En cambio la figura del operario y de trabajador cognitivo⁵ se encuentra enlazada en entender a la tecnología no sólo desde un lugar instrumental sino desde un lugar estructural donde la tecnología no sólo son aparatos de usos sino nuevos modos de percepción, de lenguajes y escrituras. Para Chartron (2001) “La tecnología deslocaliza los saberes modificando tanto el estatuto cognitivo como institucional de las condiciones del saber y las figuras de la razón”. Pareciera ser que hay un fuerte emborronamiento de las fronteras entre razón e imaginación, saber e información, naturaleza y arti-

4. Las lecturas de Silvia Grinberg (2003) y Franco Berardi (2007) “Generación post alfa” van en contrapelo de la postura de Bell y Toffler que anuncian todo un mundo nuevo.

5. El trabajo cognitivo es inteligencia y cuerpo. El trabajo tiene una característica física uniforme: nos sentamos frente a una pantalla y movemos los dedos frente a un teclado pero el trabajo es mucho más diferenciado cuando consideramos los contenidos que elabora. Un arquitecto, un abogado y un agente de viajes realizan los mismos gestos físicos pero no producen lo mismo porque aplican conocimientos diferentes.

ficio, arte y ciencia. Lo que la trama comunicativa de la revolución tecnológica introduce en nuestras sociedades no es tanto una cantidad inusitada de nuevas máquinas sino un nuevo modo de relación entre los procesos simbólicos –que constituyen lo cultural– y las formas de producción y distribución de los bienes y servicios.

En consecuencia, poco a poco hemos ido haciendo de nuestra sociedad occidental, en la que la centralidad estaba en el trabajo, una sociedad mediatizada por el consumo (Bauman, 2000). Una sociedad con un mercado de trabajo flexible pero también precario, motivo por el cual no puede sostenerse como espacio de referentes identitarios, pero con la cualidad de un mercado de consumo suficientemente fuerte como para llegar a todas partes y hacer de cualquier estrato social un segmento de consumidores, en el cual es posible que todo el mundo encuentre elementos de identificación.

Es por este motivo que ese modelo de nuestra sociedad no necesita tanta gente disciplinada y adecuada para un mercado de trabajo con necesidades de mano de obra para la producción estables, e incluso en continuo aumento, sino gente apta para el mercado de consumo: gente ocupada en el oficio de obtener placer.

Escenario 2: tecnología y comunicación social

La primera conexión que encontramos tiene que ver con la enorme masificación y popularización de instrumentos de producción tecno-comunicativa que han aparecido en estos últimos treinta años. Por

ejemplo: videocaseteras, impresoras, fotocopadoras, celulares, televisores digitales, MP3 y MP4, notebook, GPS.

Estos ejemplos sirven para entender que los medios de reproducción técnica de mensajes tienen un rol esencial en el devenir social.⁶ En esta etapa la comunicación y la tecnología se unen para vincular el cambio tecno-comunicativo con el campo cultural. Para Berardi (2007) los instrumentos sirven para producir las señales que luego entran en el circuito de la distribución, y son comercializados con costos asumibles, haciendo posible un acceso cada vez más vasto a la producción cultural.

La teoría dominante del campo comunicacional propone una relación entre la tecnología y la comunicación donde se conserva el modelo maquínico del pensamiento de las redes y el contacto. Aquí la comunicación se realiza en el mero cruce y en la inmediatez del contacto. La conexión es lo importante, entenderse no es tan necesario porque prima la inmediatez. La noción de comunicación recae en la necesidad de "sólo estar en contacto" y eso lo posibilita la tecnología.

Esta forma de entender la comunicación tiene de base el desarrollo de los procesos técnicos de hardware y software que posibilitan el surgimiento de los universos portables donde lo "on line" lleva a la reificación de los individuos y a la instrumentalización de las relaciones sociales como una nueva forma de coleccionar experiencias y aventuras que el cuerpo no vive.

La experiencia de vida se comprime y se descomprime según lo que

6. Hasta mitad del siglo XX los instrumentos de producción tecno-comunicativa fueron la radio, el diario, el cine, la televisión. Hoy en la provincia de Santa Cruz el 95,2% de los docentes y el 86,7% de los alumnos tienen teléfono celular. El 100% de los alumnos y docentes tiene televisión por cable.

la tecnología propone, porque la misma ya no sólo ocupa nuestro ambiente laboral y de ocio sino que a través de los *new mass medias*, cuya base material es satelital, crea la posibilidad de un presente continuo donde se crean símbolos nuevos, modelos de vida, formas de conductas; donde todo se homogeneiza por intermedio de los programas informáticos.

Si la experiencia vivida es un flujo continuo, un encadenamiento de retenciones que determinadas clases vivieron, la cual puede ser transmisible entre generaciones, la experiencia mediática rompe esa posibilidad y se presenta de forma discontinua y fragmentada. Tal vez la mayor diferencia entre la experiencia vivida y la mediática es que esta última deslocaliza las relaciones interpersonales y permite “la intromisión de sucesos distantes en la conciencia cotidiana” (Giddens, 1995, p. 41). A lo que agregaría que esa intromisión produce una coincidencia exacta de lo distante con lo cotidiano y da como resultado “el secuestro de la experiencia” tal como se entendió en el contexto moderno.

En consecuencia, aquellos que no pueden generar ese tipo de experiencias mediáticas son vistos como inmigrantes digitales y los capaces de producirlas, como nativos. Ambas nociones permitieron una forma de entender los efectos sobre el mundo que las tecnologías de la información y la comunicación han tenido y la posibilidad de producir mejores resultados.

Por ejemplo, en una entrevista a Télam (5/7/07), señalaba Néstor García Canclini que las sociedades actuales ofrecen “un cambio en las jerarquías sociales tradicionales de conocimiento respecto a las nuevas

tecnologías, donde los jóvenes se sienten «nativos» y los adultos «extranjeros». No obstante, la categoría de “nativo digital” resulta, al menos, problemática. Corre el riesgo de cosificar, bajo un mismo rótulo, subjetividades, prácticas y modos de acceso radicalmente diferentes; por otro lado, disentimos con el autor respecto a que la variable edad pueda determinar oportunidades o limitaciones de uso. Nos parece que ambas nociones describen un mundo inexacto y deben relacionarse con el concepto de generación mas allá de su mirada sociológica; como un concepto que permite definir las características históricas de la conciencia desde las clases sociales. Además proponemos estudiar la noción de brecha digital, paralela a los conceptos de nativo e inmigrante, en coordenada territorial, porque territorio y tecnología parecieran tener una tensa relación.

Una breve explicación empírica

En la Tabla 1 mostramos un indicio de la relación entre tecnología y territorio. Podemos observar la relación entre la conexión a Internet y las clases sociales en la provincia de Santa Cruz. Las ciudades grandes están conformadas por las localidades de Río Gallegos y Caleta Olivia y las ciudades chicas por las localidades de Pico Truncado, Las Heras, San Julián y Río Turbio. Los valores de IPM (índice de privación material) indican la ubicación en una clase social alta (Bajo IPM),

clase social baja (Alto IMP), o alguno de los rangos intermedios. Por lo tanto, a partir del cuadro podemos dar un indicio de la relación indagada.

Tabla 1: Conexión a Internet por parte de los alumnos en sus casas

Internet en casa de alumnos	Ciudades Grandes				Ciudades Chicas			Total
	Bajo IPM	Medio Bajo IPM	Medio Alto IPM	Alto IPM	Bajo IPM	Medio IPM	Alto IPM	
SÍ	61,0%	42,6%	32,2%	23,6%	34,2%	38,0%	16,1%	41,9%
NO	38,2%	55,2%	67,8%	75,6%	58,8%	59,0%	79,6%	56,0%
No responde	,8%	2,2%	,0%	,9%	7,0%	3,0%	4,3%	2,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente PICTO UNPA 31222/08

Algo parecido está ocurriendo en el campo de la educación y su relación con la comunicación y la tecnología. Aquí se está proponiendo reconocer los cambios en los procesos educativos y en los sujetos de la educación, situando la problemática en la necesidad de una nueva pedagogía basada en la interactividad, la personalización y el desarrollo de la capacidad de aprender y de pensar de manera autónoma (Castells, 2002. p. 348).

En la nueva relación entre comunicación, tecnología y educación se introducen formas diferentes de organización y distribución del capital cultural porque se cuestiona el lugar que ocupa el conocimiento en tanto un conjunto de

informaciones acumuladas e inmodificables que pueden ser transmitidas vertical y unidireccionalmente por un lado; y por el otro, el formato de almacenamiento y circulación de ese conocimiento apoyado en el libro (Martín-Barbero, 2004, p. 81).

Para esta nueva relación, el docente se debe volver orientador o guía del aprendizaje, reducir el tiempo de explicación y tutorear alumnos para que éstos generen habilidades de búsqueda para orientar el criterio de acceso, clasificación y selección de información, que supera el mero uso de la computadora.

Esta “nueva forma de lo social” creó diferentes formas de organización y distribución del capital cultural siendo un efecto de esto el desprestigio hacia el almacenamiento y circulación del conocimiento apoyado en el libro. Es más, la redefinición del dispositivo pedagógico se debe a que ahora el docente debe saber usar textos multimediales o hipertextuales, porque eso lo hace estar “actualizado”. La realidad indica que el 74,4%⁷ de los docentes en Santa Cruz utiliza textos o manuales escolares para el dictado de su clase.

En este caso, los manuales incorporan actividades para realizar en el aula y nuevas modalidades en el tratamiento del conocimiento, pero “lo más importante es el lugar destacado de la imagen en el diseño y la incorporación de fotografías e historias de la vida cotidiana filtradas a los efectos del texto” (Perrenaud, 2005).

El texto escolar, como producto a ser consumido y sujeto a la lógica

7. Fuente: PICTO UNPA 31222/08

del mercado, se ha actualizado a partir de la inclusión del marketing y la publicidad, la producción de conocimiento en el marco de las didácticas de las disciplinas, la psicología cognitiva o el desarrollo de las tecnologías aplicadas al diseño y a la diagramación (Grinberg, 2003, p. 50).

De manera que los textos escolares siguen ocupando un lugar predominante en la organización y selección de los contenidos que serán enseñados en el aula.

Escenario 3: Tecnología, subjetividad y transmisión de la cultura

Nos interesa analizar qué está ocurriendo en los procesos educativos y no educativos de transmisión de la cultura, los cuales operan en una sucesión generacional. En un primer momento, esta acción se apoyaba en el saber y la memoria de los ancianos para luego desplazarse hacia los padres que ligaban patrones de comportamiento con sus hijos a partir de lo que ellos recogían y adaptaban de sus padres y abuelos. En un segundo momento aparece la escuela como la encargada de “hegemonizar” culturalmente una forma de transmisión apoyada en el paso a las culturas escriturales, donde surgen varios cambios en la forma de comunicarse de los sujetos, algunos de ellos los podemos encontrar sumamente explicados en Olson (1998), Ong (2002),

Martín-Barbero (1998), entre otros.

El tercer momento y actual, que suponemos que no es fijo sino multi-referencial, nos lleva a detenernos en la aparición de la información y el acontecimiento (Benjamin, 2001, p. 81) como nuevos elementos de la matriz cultural. La aparición de la información transmitida desde los medios, su nueva forma de circulación⁸ y de aplicabilidad como elemento necesario para la construcción de los puntos de vistas sin la necesidad de la comprobación o la autoridad de la persona del relato, rompen con la posibilidad de la producción del acontecimiento que conocíamos y, por ende, con la transmisión en tiempo real y su comprensión.

Parece necesario indagar la relación entre la velocidad del despliegue de los fenómenos de las informaciones y la velocidad de la elaboración cognitiva:

la activación de redes cada vez más complejas de distribución de la información produjo un salto en la potencia, en la velocidad entre el sistema de medios y la mente que recibe. El universo de los receptores, su cerebro, no está en condiciones de elaborar la consciente e inmensa y creciente masa de información que lo rodea (Berardi, 2007, p. 171)

En esta fase capitalista, las industrias culturales han logrado modificar la atención que los sujetos pueden tener en un objeto mental (nuestro cuerpo) porque han implantado la necesidad del *multitasking*, que es la realización en simultáneo de más de una tarea.

8. Por diferentes canales según el medio y a máxima velocidad.

Esto derivó, en los últimos años, en la necesidad de observar lo que Beck (1998) denominó la economía de la atención: cuando el recurso (la atención) se vuelve escaso y debe concentrarse para producir en un tiempo menor.

En consecuencia, si la atención se vuelve escasa o sólo hay “focos de atención”, la transmisión se dificulta hacia generaciones que se forman en un ambiente tecnológico y comunicativo completamente transformado. Por consiguiente, pensar nuevos sentidos para la transmisión cultural supone no reeditar antiguas estrategias en una sociedad transformada, sino construir otras, recuperar el trabajo de educar en la brecha del tiempo. Implica generar un diálogo de saberes entre las distintas culturas que sepa reconocer, comprender y visibilizar los universos simbólicos que le dan sentido y legitiman las acciones políticas concretas, situadas en el tiempo y en el espacio. Y supone plantear el diálogo, vale decir en el acto del dar la palabra cómo una de las tareas centrales de cualquier acción educativa; ello si por dar la palabra entendemos la posibilidad misma del pensamiento y su cuestionamiento para generar espacios donde pensar al mundo y cuestionarlo.

Bibliografía

Bauman, Z. (2005). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Beck, U. (1998). *La sociedad del riesgo: hacia una modernidad*. Barcelona: Paidós

Bell, D. (1976). *El advenimiento de la sociedad post-industrial: un intento de prognosis social*. Madrid: Alianza.

Benjamin, W. (2002). *Ensayos, Tomo I*. Madrid: Editora Nacional.

Berardi, F. (2007). *Generación postalfa*. Buenos Aires: Tinta Limón.

Breton P. (1997). *La utopía de la comunicación*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Castells, M. et al. (2002). *Teorías para una nueva sociedad*. Madrid: Observatorio Análisis de Tendencias.

Chartron, R. (1994). *Pour une nouvelle économie du savoir*. Rennes: Presses Univ. de Rennes,

Giddens, A. (1995). *Modernidad e identidad del yo: el yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona: Península.

Grinberg, S. (2003). *El mundo del trabajo en la escuela: la producción de significados en los campos curriculares*. Buenos Aires: Serie Cuadernos de Cátedra UNSAM (Universidad de San Martín).

-- (2008) *Educación y poder en el Siglo XXI: gubernamentalidad y*

pedagogía en las sociedades de gerenciamiento. Buenos Aires: Miño y Dávila.

Huergo, J. y Fernández, M.B. (2000). *Cultura escolar/cultura mediática: Intersecciones*. Santafé de Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.

Martín-Barbero, J. (1998). *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Convenio Andrés Bello [5ª edición].

-- (2004). "Figuras del desencanto". En *Revista Letra Internacional* N° 80, Madrid.

Mattelart, A. (1998). *La mundialización de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Olson, D. (1998). *El mundo sobre el papel: el impacto de la lectura y la escritura en la estructura del conocimiento*. Barcelona: Gedisa.

Ong, W. (2002). *Oralidad y escritura: tecnologías de la palabra*. México: Fondo de Cultura Económica.

Onetto, B (2004). "Vilém Flusser y la crisis actual de la cultura", Instituto de Filosofía y Estudios Educativos. Escuela de Artes Visuales-Universidad Austral de Chile.

Ortiz, R. (2002). "Globalización/mundialización", en C. Altamirano (dir.). *Términos críticos de sociología de la cultura*. Buenos Aires: Paidós.

Perrenaud, F. (2005). *El oficio del alumno y el sentido del trabajo escolar*. Barcelona: Popular.

Ritzer, G. (2000). *Encantando un mundo desencantado: revolucionando los medios de consumo*. Barcelona: Ariel

Sennet, R. (2009). *La corrosión del carácter: las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama.

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

Natalia Carrizo y Juan Manuel Oyarzún

Comodoro Comunitario: La web 2.0 aplicada a las organizaciones de la sociedad civil comodorenses

Abordaremos aquí el proceso de realización y los resultados de nuestra Práctica Profesional, denominada “La Web 2.0 como Herramienta Comunicacional en las Organizaciones Comunitarias de Comodoro Rivadavia”. En ella nos propusimos principalmente que las instituciones elegidas se apropiaran de las tecnologías de participación (o web 2.0) en su respectiva comunicación institucional.

El trabajo estuvo articulado con la Municipalidad de Comodoro Rivadavia, más precisamente con la Agencia Comodoro Conocimiento, debido a que dicha institución implementaba políticas públicas que hacen al uso de las TIC en la comunidad.

Para la realización de la propuesta tuvimos como antecedente la larga tradición en comunicación popular en América Latina, y pretendimos reivindicar algunos de sus principales aportes. La comunicación popular, también llamada “alternativa”, se opone por definición al modelo tradicional de comunicación ofrecido por los medios masivos de comunicación. Es la “otra” comunicación, la comunitaria, educativa, reflexiva y comprometida con las masas.

Además, tiene que estar al servicio y función de los otros, y no de los intereses comerciales.

Recuperamos el concepto de comunicación popular, debido a que con ella se da una interacción social que se opone al diálogo vertical, autoritario; y supone un compromiso con proyectos de transformaciones sociales. Teniendo en cuenta las premisas de la comunicación popular, elegimos organizaciones de base comunitaria, y armamos un taller, en el cual se pretendió que la comunicación sea horizontal, que genere cambios dentro de las estructuras institucionales, y en sus entornos sociales, y que los participantes se transformen en productores de contenido.

El taller es una actividad de formación que los comunicadores populares llevan a cabo, y en la que deben vincular algún tipo de actividad social, que brinde nuevos conocimientos y habilidades a los participantes, de modo tal que les ayuden a mejorar su trabajo (Ruiz Blanco et al., 2006).

En este trabajo participaron cinco organizaciones de la sociedad civil de Comodoro Rivadavia: la Cooperativa de Maricultores "Frutos del Mar", la Asociación de Rescate Histórico de Kilómetro 5 "Detrás del Puente", la Asociación Civil "Caminemos Juntos", la Asociación de Jubilados, Retirados y Pensionados del Chubut (A.Ju.R.Pe.) y la Asociación de Prevención y Asistencia en Cáncer Comodoro Rivadavia y Rada Tilly.

El proceso de la práctica tuvo varias etapas. La primera fue la selección de las organizaciones participantes: de un universo de treinta se seleccionaron cinco en base a una serie de criterios que

evaluaban sus competencias informáticas, su visibilidad en los medios, el interés de la comunidad, entre otros.

La segunda etapa fue la de diagnóstico en donde se analizaron las necesidades particulares de cada organización en base a un protocolo. La tercera determinó qué tipo de sitios y estructuras deberá tener cada página en función a los datos analizados en la etapa anterior, y a su vez se determinaron cuáles serían las herramientas que se trabajarían en la capacitación. La última etapa fue la de ejecución, en la que se pusieron en funcionamiento los sitios de las organizaciones participantes.

La práctica se dividió en dos partes, la primera consistió en el desarrollo de sitios institucionales para cada organización, y en la segunda se realizó una capacitación para la administración, cuyos destinatarios fueron elegidos en conjunto con cada organización.

Pasos previos a la puesta en funcionamiento de los sitios

Para comenzar con el desarrollo de los sitios se les solicitó a las organizaciones, los datos necesarios para registrarlas en NIC.ar¹ (Network Information Center Argentina), y luego, el material institucional multimedial que quisieran subir a la web. Esto último tenía como

1. Organismo dependiente de Cancillería Nacional en el que deben registrar todas las páginas terminadas en “.ar”.

objetivo distinguir los soportes en los que producían para definir las herramientas y la utilidad que le podrían dar.

Posteriormente, se analizó el diagnóstico de las organizaciones, y junto con el material brindado, se escribió una breve reseña que fue socializada respectivamente, lo cual era un primer acercamiento a pensar el contenido de los sitios.

Luego se les propuso a las OSC pensar en el uso de sus sitios, y en el tipo de información que podrían producir. Por ejemplo, a la Cooperativa se le ocurrió mostrar recetas y dar consejos sobre la selección de mariscos; Prevención y Asistencia en Cáncer pensó en la realización de entrevistas a personas que se recuperaron de la enfermedad y quisieran dar testimonio; Caminemos Juntos propuso subir unos artículos que elaboran para un diario local; Detrás del Puente sugirió subir fotos históricas del barrio Km. 5; y A.Ju.R.Pe. sugirió recuperar los testimonios de los miembros fundadores.

Descripción de Sitios Web

En primera instancia la selección de las plantillas de WordPress y la posterior personalización representó una de las tareas acorde a los resultados del diagnóstico recabados de cada organización.

Frutos del mar

Con la Cooperativa de Maricultores se optó por trabajar lo visual, puesto que contaban con mucho material en vídeo e imágenes. Por

una sugerencia de ellos se priorizó el lugar de las ferias, platos y capacitaciones que realizan.

En la mayoría de las ocasiones alguno de los miembros de la cooperativa documenta la actividad con fotos o videos, y otro se encarga de dar entrevistas a los medios. Esta fue una característica que se quiso aprovechar en el sitio. El vasto material fotográfico que tenían y sus experiencias de trabajo podían ser relatadas en primera persona. También realizan constantes cursos de cocina, lo cual es otro tema de interés a desarrollar, e ilustrar de manera atractiva. Se pensó en producir información de “bien público” para la página, como consejos para reconocer el pescado fresco, y la característica de los ejemplares, revalorizando así la fauna autóctona.

Los documentos fotográficos de la organización fueron la base a la hora de crear perfiles en otros sitios, como *YouTube*, *PhotoPeach*, *Flickr* y *Picasa*. Se consideró el tema de la conexión y se les pidió que acercaran el material a las clases. Además, en la cooperativa eran varios los integrantes que podían publicar por lo que sugerimos crear varios usuarios.

Cabe mencionar que en un primer momento, se consideró como relevante que el sitio tuviera un espacio para el tema del derrame de petróleo que afectó a Caleta Córdova y que fue el motor del surgimiento de la cooperativa, así como otros temas relacionados con su actividad por ejemplo la ecología y la conservación marítima. Sin embargo, con el tiempo, al conocer más a la organización, entendimos que no eran temas que primaban a la hora de pensar en contenido para publicar en su sitio porque se centraban en promocionar el

trabajo realizado, que a su vez es su fuente de ingreso y modo de subsistencia.

El sitio de la Cooperativa tiene una plantilla estilo blog, con una sección superior que rota las últimas entradas y muestra la fotografía utilizada para ese post (*Slide*). Antes de eso están las páginas, que de izquierda a derecha son "Quiénes somos", "Autoridades", "Sobre la Cooperativa", "Caleta Córdova" y "Contacto".

En la parte de abajo se ubican las noticias, que se muestran en un orden cronológico inverso, siendo las últimas las que aparecen primero. En la parte derecha de la pantalla, junto a las entradas, se encuentran los *widgets*. En la selección de estos se optó por algunos pocos para evitar que ralentizara el sitio. Los *widgets* que hay son: Notas anteriores, que sirve para ver los post más viejos, *Flickr* que muestra las últimas fotografías publicadas allí; Etiquetas, los temas de los que hablan las publicaciones; Sitios Amigos, un listado de vínculos con las páginas de las otras organizaciones, Meta que es un atajo para iniciar sesión y una serie de imágenes de un álbum en Picasa que van rotando a medida que la página se recarga.

A.Ju.R.Pe.

El centro de jubilados de empleados provinciales representó un desafío, puesto que no tenían mucho contacto con herramientas informáticas, ni con Internet. La persona responsable de mantener la página fue designada por los dirigentes de la organización, quienes eligieron a la empleada administrativa de la sede y a la tesorera. A

su vez indicaron que tienen como principal público objetivo a sus afiliados. Por esto mismo se utilizó la página como una galería de los servicios que la organización ofrece, además de información útil para los jubilados, como autoridades, horarios de atención y teléfonos útiles.

El sitio debió tener una maqueta sencilla y fácil de entender. Se pidió que no estuviera escrita en inglés.

A.Ju.R.Pe. es una de las más burocráticas en cuanto a la administración organizativa, esto se consideró al momento de armar secciones referentes a la Comisión Directiva, los convenios y la información para los afiliados. El mantener informados a los socios era una de las preocupaciones.

Respecto a los elementos multimedia se tuvo en cuenta que el sitio indexara los distintos perfiles de la organización, por ejemplo el de *Facebook*, como así en los distintos servicios de hosteo de fotos, vídeos y presentaciones.

La tipografía era una de las opciones que no se podía modificar, sin embargo buscamos una plantilla que mejorara el contraste con las letras, y un *plugin* que aumentara su tamaño, teniendo en cuenta que la mayoría de los adultos mayores sufre limitaciones de visión.

Finalmente el sitio quedó distribuido de la siguiente manera. En la parte superior izquierda se encuentran las páginas; en ellas se presentó a la organización y sus objetivos, se creó un formulario de contacto. En una sección especial se informó sobre las autoridades y los talleres para afiliados.

Un poco más abajo está el nombre de la asociación con un fondo

que cambia cada vez que se recarga la página. La plantilla tiene tres columnas: en la de la izquierda y la derecha hay algunos *widgets* y en la del medio se concentran las publicaciones.

Los *posts* se ordenan desde el más reciente primero al más antiguo después. Los *widgets* seleccionados para esta página fueron un álbum de fotos de *Flickr*, un pequeño texto que anuncia horarios y días de los talleres, los demás sitios de las organizaciones, los comentarios de los visitantes y una opción para iniciar sesión.

Prevención Cáncer

Con Prevención y Asistencia en Cáncer se pensaron ciertas secciones que favorecerían la difusión de las campañas de prevención, lo cual fue solicitado desde la organización. Por esto, la plantilla seleccionada resultó acorde a esta necesidad. Se dividió la información en “campañas”, “noticias” y “comunicados”, lo que a su vez tenía distintos destinatarios. Por ejemplo, puede haber una campaña abierta a la comunidad, y comunicados para socios. La organización trabaja con distintos tipos de cáncer por lo que puede interesar a públicos variados, lo cual se tuvo como referente a la hora de pensar el sitio.

Por otro lado, esta organización propuso que su sitio tuviera una sección de páginas de interés en donde estén vinculadas otras instituciones del mundo que traten el mismo tema.

La plantilla es de estilo magazine. Se subieron fotos y vídeos, algunos de elaboración propia y otros realizados con nuestra ayuda. La página tiene en la parte superior el nombre de la organización.

Abajo se encuentran las páginas “Quiénes somos” y “Qué hacemos”, en las cuales se presenta a la organización y sus objetivos, además se creó un formulario de contacto.

También en la portada, debajo de las páginas, se observan las categorías. Más abajo hay un sidebar con las últimas entradas. Los *widgets* seleccionados fueron “Posts Populares”, las últimas fotos de *Flickr*, un vídeo institucional subido a *YouTube*, una nube de etiquetas, una opción para iniciar sesión, un calendario, sitios amigos y un menú desplegable con las categorías. Además la página tiene un *plugin* que conecta al perfil de *Facebook*.

Detrás del Puente

Para la página de la Asociación de Rescate Histórico de Km. 5 elegimos una plantilla del tipo magazine. Detrás del Puente cuenta con una amplia biblioteca fotográfica, además realiza charlas educativas de concientización sobre el patrimonio histórico del barrio Km. 5. Por esto consideramos que deberían tener una página con galerías y que les permita colgar videos realizados con fotos de forma sencilla para ellos.

Para esta organización lo ideal sería tener un *fotoblog*. Sin embargo, la mayoría de las fotos no están digitalizadas, lo cual representa un problema para ese tipo de sitio. Por lo tanto, la plantilla elegida es más abarcativa, en donde pueden publicar todo tipo de material multimedia.

En la parte superior se encuentra el logo de la organización. Abajo

del logo se ubica un menú con las páginas. Luego hay dos columnas, la de la derecha es un slidebar con las últimas noticias y abajo se ordenan en cuadros las entradas, y en la izquierda están los *widgets* seleccionados.

La plantilla tiene cajas en las que diferencia las notas. Son tres segmentos que se distribuyen verticalmente, y como mencionamos, el primero es el slidebar. Luego se encuentran las entradas con imágenes miniaturas y un extracto de la nota. En la tercer caja están los "Post reciente". Los *widgets* que utilizamos fueron un calendario, un menú desplegable con los archivos, una nube de etiquetas, un acceso rápido para iniciar sesión y un listado de sitios amigos.

Detrás del Puente tienen reuniones una vez al mes y allí diagraman las actividades, lo cual afectó a la periodicidad de la publicación en el sitio. Así como también el hecho de que de los 14 integrantes sólo dos o tres sean los que tienen conocimientos informáticos y predisposición para administrar la página.

Caminemos Juntos

La asociación que trabaja con la prevención de adicciones tiene grupos terapéuticos cerrados, a la vez que elabora material concerniente a evitar que más gente se involucre con las drogas. Tienen una columna de opinión en una radio comodorense, publican editoriales en un diario local y realiza charlas educativas en las escuelas. Se pensó que esto podía ser fuente de recursos para armar el contenido

de su sitio y se buscó un sitio que sirviera de soporte para todos los formatos, y la idea era vincular estos dos espacios.

Con respecto a la administración del sitio, se contaba con la ventaja de que las integrantes de Caminemos Juntos tenían competencias informáticas, eran jóvenes y pro activas, lo que proyectaba que la publicación sería constante.

La elección de la plantilla del sitio en este único caso, fue cambiada por la integrante de la asociación que participó en la capacitación. Esto resultó importante y se acordó mantenerla porque es una forma de que la asociación se involucre, apropiándose de la página.

La página tiene un estilo *blog*, con dos columnas. En la parte derecha se encuentran las notas y en la izquierda los *widgets*. Tiene un fondo con diseño lo que la hace atractiva, a la vez que posee una gama de colores muy llamativa.

Los *widgets* que se utilizaron fueron: "Páginas" que crea un menú con las páginas que el sitio posee (fue necesario porque la plantilla no genera un menú), "Comentarios", "Buscar" que genera un cuadro de búsqueda dentro del sitio, y "Sitios Amigos".

Descripción del proceso de apropiación

Con el propósito de que las organizaciones pudieran administrar sus sitios se realizó la socialización de los conocimientos, a partir de la implementación de una capacitación que constó de dos encuentros en

los cuales asistieron las personas designadas por cada organización. Las clases fueron del tipo aula-taller, con una dinámica interactiva teórico-práctico. También se realizaron dos clases de consulta.

Se definió que fuera aula-taller para que la práctica tuviera una participación colectiva sobre los contenidos. Se dictaron dos clases, dos sábados seguidos a fines de Agosto, y dos clases de consulta a mediados de Septiembre.

En el primer encuentro se expuso sobre cómo crear un sitio web, *WordPress* como sistema de CMS, y cómo configurar, publicar y personalizarlo. En el segundo, se trabajó sistemas de republicación, herramientas de gestión de la comunicación y posicionamiento *online*. Posteriormente se realizaron dos clases de consulta.

Se les presentaron los sitios a cada organización. Para todas las organizaciones se eligieron, previamente, opciones estándares de configuración para unificar el estilo de las páginas.

Luego, se continuó con el asesoramiento sobre cómo publicar texto. La idea era que asociaran el cuadro de publicación con el procesador de texto que habitualmente usan, lo cual haría familiar el posteo. Como ejercicio crearon una entrada y subieron un texto, al que le fueron cambiando el formato, tamaño, color y le agregaron hipervínculos. Todos estos cambios eran previsualizados en sus sitios. Se explicó cómo cargar imágenes y editarlas en la entrada que habían creado cuando subieron el texto, a modo de ir complejizando la experiencia.

Después se trabajó en la personalización del tema de *WordPress*, los *plugins* y los *widjets*. Para cada organización se eligió un tema en particular.

En la segunda clase se trataron los sistemas de republicación como *YouTube* (videos), *SlideShare* (presentaciones), *PhotoPeach* (fotos), *Scribd* (textos), *Blip.tv* (video y sonido), *DivShare* (almacenamiento de archivos) y *Flickr* (fotos y videos). Estas páginas representan herramientas útiles para la publicación en el sitio. Son tecnologías 2.0, es decir que su contenido está producido por los usuarios, son gratuitas y populares, a la vez que se pueden conectar con *WordPress* fácilmente.

Con *PhotoPeach* se sugirió aprovechar la gran cantidad de fotografías que tenían para que pudieran publicarlas en su sitio de forma más atractiva. El sistema es poco conocido y los asistentes del taller quedaron sorprendidos con la sencillez del procedimiento. También subieron sus fotos en *Flickr*, un sistema de álbumes online que no usaban.

También se vieron algunos servicios de *Google* como *Gmail*, *Google Docs*, medición y evaluación en *Google Analytics*, posicionamiento orgánico en buscadores, posicionamiento patrocinado *Google AdWords* y *Google Apps*.

En cuanto a la participación de los asistentes, cabe destacar que todos estaban entusiasmados por aprovechar las ventajas de la web 2.0, se mostraron dispuestos a trabajar aunque temerosos también. Al respecto se puede mencionar que todos participaron por igual y los más asombrados por las posibilidades que ofrece Internet eran los participantes de mayor edad, integrantes de Prevención y Asistencia en Cáncer y Detrás del Puente.

Conclusiones

La complejidad de la web llevó a que las audiencias tomen un papel activo en la producción de contenido, redefiniendo su rol. Los contenidos implican un mayor esfuerzo cognitivo. Con este trabajo se pretendió reivindicar la comunicación popular al intervenir en la comunicación institucional de organizaciones sociales y brindarles las herramientas para que puedan producir. Consideramos, también, que la presente propuesta representa un aporte en consonancia con la web 2.0 al compartir el conocimiento.

En primer lugar, es posible elaborar una estrategia de comunicación institucional a partir de herramientas y aplicaciones libres y gratuitas de Internet. En segundo lugar, las organizaciones adoptan las tecnologías, que les son útiles para desarrollar sus actividades, en la medida que las conocen, para posteriormente apropiarse de ellas.

La presencia on line de estas OSC genera múltiples oportunidades como la posibilidad de captar voluntarios, promover en un medio nuevo sus tareas, trascender más allá de la ciudad y la región con su actividad, poner en contacto a personas lejanas y vinculadas con sus temáticas, entre otras.

Respecto del proceso de apropiación podemos decir que existía la posibilidad de haber optado por un foro, un manual de usuario y una serie de formas pedagógicas y comunicativas para desarrollarla, pero optamos por una capacitación aula-taller porque nos permitía interactuar con las personas que conforman estas organizaciones, y avanzar en el contenido según sus necesidades.

A partir de este espacio las organizaciones pudieran observarse a sí mismas como “prosumidores”, a la vez que, interactuaban en la producción con otras OSC con las que no había tenido relación.

Si bien los talleres se presentaron como un espacio de aprendizaje y ensayo, también sirvieron como ambiente creativo para animar a los asistentes a trabajar el contenido y la publicación. Es por esto que consideramos que de continuar estos espacios los resultados podrían llegar a ser más productivos.

Una vez pasada la posta a las organizaciones, los sitios tuvieron cambios parciales. Ellos mismos reconocieron que les resultaba más fácil estar acompañados para producir. A pesar de ello, mostraron predisposición en cuanto a la participación en todo el proceso de desarrollo de la práctica.

Un condicionante para mantener los sitios actualizados es la publicación, y esta tiene varios factores que la determinan: intereses de las organizaciones, motivaciones, proyectos, tiempo institucional, competencias informáticas y personal abocado a la tarea. Los asistentes tenían escasas competencias informáticas, lo cual influyó en la producción que tuvieron en la capacitación y a posteriori. Además, tener un sitio implica un cambio en su comunicación institucional y como todo cambio, cuesta adaptarse.

Cabe aclarar que si bien la continuidad de los sitios una vez terminada la práctica implica un logro, no resta mérito a ello que sólo un sitio –el de Caminemos Juntos– esté desactualizado. En nuestro rol de comunicadores podemos proponer una forma alternativa para su comunicación institucional en Internet, pero eso no nos garantiza

que los destinatarios de nuestras acciones las adopten totalmente. En este sentido nuestra tarea es diferente a otras, como el periodismo tradicional, una práctica comunicacional menos participativa, donde el profesional es el que realiza todo el trabajo.

Bibliografía

Acuña, C. y A. Vacchieri (Comp.). (2007). *La incidencia política de la sociedad civil*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Cicalese, G. (2010). (Coord.). *Comunicación Comunitaria: apuntes para abordar las dimensiones de la construcción colectiva*. Buenos Aires: La Crujía.

Cobo Romaní, C. y H. Pardo Kuklinski (2007). *Planeta Web 2.0: inteligencia colectiva o medios fast food*. Barcelona; México D.F.: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals–Universitat de Vic; Flacso México.

De Ugarte, D. (2007). *El poder de las redes: manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados al ciberactivismo*. Barcelona: El Cobre. Disponible en <http://www.deugarte.com/manual-ilustrado-para-ciberactivistas>

Di Meglio, F. y S. Oregioni (n.d.). "El vínculo entre organizaciones no Gubernamentales (ONGs.) y telecentros en América Latina desde una perspectiva comparada: los casos de Argentina y Perú". Disponible en http://wsispapers.choike.org/soledad_oregioni.pdf

Felicié Soto, A.M. (2006). *Biblioteca Pública, Sociedad de la Información y Brecha Digital*. Buenos Aires: Alfagrama,.

Fernández García, J.J. (2008). *Más allá de Google*. Barcelona: Zero Factory, S. L. Disponible en http://www.infonomia.com/pdf/Mas_alla_de_Google_2008.pdf

Festa, R. et al. (1986). *Comunicación popular y alternativa*. Buenos Aires: Paulinas, OCCI-AL, UNDA-LA, Buenos Aires.

García Delgado, D. y L. Nosetto (Comp.). (2006). *El desarrollo en un contexto posneoliberal: hacia una sociedad para todos*. Buenos Aires: FLACSO / CICCUS.

Graziano, M. (1980). "Para una definición alternativa de la comunicación". En *Revista Ininco*. Universidad Central de Venezuela. Disponible en <http://comunicacionymedios.files.wordpress.com/2007/03/graziano-hacia-una-definicion-alternativa-de-comunicacion.pdf>

Lujambio, D. et al. (2005). *Guía práctica de Internet: acercando el uso de la Red a las Organizaciones Comunitarias*. Rosario: Nodo Tau. Disponible en http://www.tau.org.ar/publicaciones_guia.shtml

Ruiz Blanco, M. y A. Delgado Martínez-Pinillo (2006). "Aproximación Crítica a la Comunicación Popular". Disponible en <http://www.ilustrados.com/publicaciones/EEFlyFEkklgQipCvtA.php>

Sandoval, L. (2011). "Educadores y comunicadores: cruces y encrucijadas". En *Razón y Palabra* N° 77, Instituto Tecnológico de Monterrey.

-- (2012). *Tecnología, comunicación y ciudadanía: usos políticos de Internet y las TICs en la Argentina reciente (1997-2009)*. Buenos Aires: Biblos.

Sanguinetti, L.P. (2008). *¿El fin de los medios?: políticas, apropiaciones y usos de las TICs*. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación, UNLP.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.

Sel, S. (Comp.). (2009). *La comunicación mediatizada: hegemonías, alternatividades, soberanías*. Buenos Aires: CLACSO.

Trejo Delarbre, R. (1996). *La nueva alfombra mágica: usos y mitos de Internet, la red de redes*. México D.F.: Diana.

Uranga, W. (2007). "Prospectiva Estratégica desde la Comunicación: proceso metodológico de diagnóstico y planificación", mimeo.

Vinelli, N. y C. Rodríguez Esperón (Comp.). (2004). *Contrainformación: medios alternativos para la acción política*. Buenos Aires: Ediciones Continente.

Segunda Parte

Un arte enredado: música y literatura
en la convergencia.

Iris Ana Bergero

Convergencia cultural y narrativas transmediales

“En ese instante gigantesco, he visto millones de actos deleitables o atroces; ninguno me asombró como el hecho de que todos ocuparan el mismo punto, sin superposición y sin transparencia. Lo que vieron mis ojos fue simultáneo: lo que transcribiré sucesivo, porque el lenguaje lo es.”

Jorge Luis Borges, El Aleph.

Borges sueña con el libro de los libros en el que están contenidos todos los signos, todas las bibliotecas y todas las disciplinas. Pero la linealidad de la escritura y la imposibilidad de describir lo diverso y simultáneo desafiaban a su creatividad.

Borges describe mundos atípicos de tiempo real –como consecuencia de la escritura lineal–, y su literatura surge como una red de múltiples fragmentos que remite a otros textos que se bifurcan en infinitos laberintos, con entradas y salidas *ad infinitum*, mientras construye mundos diversos mediante un procedimiento enciclopédico. Borges se adelanta, aún sin conocer Internet, y concibe una multiplicidad de mundos diversos y virtuales.

Inmersos en el universo de la convergencia mediática y reafirmando la importancia de las tecnologías de la comunicación, hoy los usuarios construyen y comparten recursos que han ido modificando algunos hábitos y generando un cambio cultural que los anima a buscar nuevas informaciones y a conectar diversos contenidos mediáticos.

La cultura participativa estimula la interacción dinámica tanto de productores como de consumidores, basada en las condiciones establecidas por las nuevas convenciones que circulan en el sistema mediático. En esa complejidad no es posible dejar de considerar el ordenamiento de algunos modos de *lifestreams* o de *cyberstreams*, de acuerdo con las creencias de académicos como David Gelernter acerca de que *el pasado y el futuro salen de nuestras pantallas, y que en el centro está el ahora, y el ahora es de lo que realmente se trata Internet*. Para el profesor de Yale, toda la información del mundo será presentada en un *streaming global público*, y él cree que los usuarios se habituarán progresivamente al empleo de los objetos digitales propios adaptados al *streaming* que *se convertirá en un espejo de la historia de sus vidas en desarrollo*.

Es en la interacción con dispositivos cada vez más avanzados y accesibles, que el consumo se ha convertido en un proceso colectivo y es en los intercambios cotidianos donde se plasma el poder mediático que ejercen los usuarios con mayor intensidad, como consecuencia de un proceso –convergencia– que ocurre en la acción con el otro y que tiene lugar en el cerebro de los consumidores.

La convergencia tal como lo sostiene Henry Jenkins, “no tiene lugar mediante aparatos mediáticos por sofisticados que ellos sean,

se produce en el cerebro de los consumidores individuales y mediante las interacciones sociales con otros” (Jenkins, 2008, p. 15)

Mientras tanto, los cambios de paradigma desplazan viejas formas por nuevas condiciones de acercamiento, intercambio y aprendizajes y, favorecidos con ello, los usuarios se apropian del entorno. Al estar más activos se animan a crear, a producir utilizando los recursos ofrecidos, y a compartir contenidos mediáticos, originando un nuevo proceso social en el que el mundo de los productores parece invadido por el de los consumidores, protagonistas de un rol mediático que rompe, por ejemplo, con la tradicional unidireccionalidad de los medios.

En este nuevo espacio híbrido y seductoramente caótico, triunfan los lenguajes no lineales. El lector actual demanda condiciones de lectura para los textos impresos que se asemejen lo más posible a las condiciones de lectura que obtiene en la web; exige una multiplicidad de cruces, de interfaces al momento de la lectura para asociar, reflexionar, hipervincular, para experimentar una lectura vertiginosa, fragmentada, con saltos a los diversos productos visuales propuestos. En ese sentido, también podemos ver cómo el espectador realiza del mismo modo la lectura en la pantalla televisiva. El *zapping*, el salto de un canal a otro, de un programa a otro, es el ejemplo más usado –y desde hace mucho tiempo– a partir de la posibilidad brindada por los controles remotos. Pero el *zapping* no es solo el pasaje de un canal a otro, significa tal vez la necesidad de no esperar, de encontrar otra información, de continuar la búsqueda y con ello el ritmo de lectura.

Los usuarios están más conectados socialmente, ya no están

aislados ni son predecibles; las condiciones que demandan para hacer una lectura en la web, son las mismas que también exigen al migrar de redes y de medios buscando la mejor elección. Aprenden a convivir con múltiples sistemas mediáticos, en una cultura de convergencia donde la tecnología existe, pero exige desarrollar las competencias necesarias para saber usarlas.

“Resulta cuanto menos interesante analizar cómo las formas interactivas e hipertextuales de la comunicación que caracterizan a los nuevos medios están remodelando los lenguajes de los *viejos medios*” sostiene Carlos Scolari (2008) al creer en las nuevas habilidades y competencias perceptivas y cognitivas de los lectores/espectadores como fruto de las escrituras colaborativas de los *blogs*, de los videojuegos, la literatura de ficciones interactivas, la navegación por la web.

Marshall McLuhan sostenía que el efecto de la televisión y de la tecnología de la computadora borraría las diferencias de tiempo-espacio y anunciaría una nueva era audiovisual. Así afirmaba: “nuestro mundo tiene el sello de la «omnisimultaneidad»”.

Estructuras híbridas

En *Figuras de la Hibridez* Alfonso de Toro nos dice que las estructuras híbridas se caracterizan por la confluencia de diversos sistemas, recurren a diversos tipos de modelos y procedimientos pertenecientes a cualquiera de los campos disciplinarios.

Aparece como una de las categorías que nos interesa destacar, la hibridez como estrategia transmedial definida por el autor mediante el empleo de diversos sistemas, a los que llama:

medios de comunicación u otro tipo de sistemas sígnicos (Internet, vídeo, film, diversas formas de comunicación, técnicas análogas y digitales); estéticas y géneros (literatura, teatro, ensayo), mezclas de sistemas (literatura/Internet, teatro/vídeo/film/instalaciones), productos (paleta de objetos heterogéneos), culturas del gusto, arte (pintura, diseño virtual), arquitectura, ciencias (ciencias naturales, medicina, biología molecular); lingüística (de Toro, 2007, p. 17).

La *estrategia de hibridación* no se define en la reducción sino que por el contrario apunta a potenciar la diferencia, y en ese contexto se ubica la transmedialidad que:

implica y significa una multiplicidad de posibilidades mediales y no sólo el intercambio de dos formas mediales distintas. No se trata de una mera agrupación de medios, ni de un acto puramente medial-sincrético, ni tampoco de la superposición de formas de representación medial. La transmedialidad representa un proceso, una estrategia condicionada estéticamente que no induce a una síntesis de elementos mediales, sino a un proceso disonante y con una alta tensión. La conexión epistemológica entre hibridez y transmedialidad radica precisamente en esta delimitación de las prácticas tradicionales que se derivan de la superación

de discursos universales (géneros, tipos textuales, poéticas normativas) como resultado de un cambio radical de los conceptos de sujeto y realidad. El empleo estratégico de distintos medios no es simplemente un acto formal, sino uno semántico-cultural (de Toro, 2007, pp. 23–65).

Distintos medios audiovisuales, electrónicos, lingüísticos, todos integrados posibilitan un diálogo con otros de signos pertenecientes a sistemas no lingüísticos, gestuales, icónicos (pintura, danza, etc.). El prefijo «trans» *expresa clara y formalmente el carácter nómada del proceso de intercambio medial* (de Toro, 2007).

Estrategias transmediales

Dentro de las tendencias discursivas, la narrativa tiene un lugar destacado en razón de que se accede, a través de ella, al conocimiento y a la comprensión de ideas como así también a distintas estrategias para la creación de otras narraciones de diversos géneros, que han sido material de estudio y análisis de varios autores de la literatura y de otros lenguajes.

En la actualidad, algunas formas de textualidad electrónica construyen otros nuevos géneros como lo es la blogonovela, un género híbrido que permite leerse por Internet y verse además en la televisión.

“Mi querido Klikowsky” de Hernán Casciari, resulta representativa

del género de la blognovela, dado que en él se fusionan el *weblog* y la *sitcom*. Esta última pertenece a un género usado en su origen para la radio aunque luego, se puede encontrar también en la televisión con personajes que viven situaciones de humor en el seno de una familia o en el ámbito laboral.

“Mi querido Klikowsky” aparece en un *weblog* denominado *Orsai* en el año 2005 y narra la historia de Saúl, un joven argentino que se muda de Londres a España para seguir a la mujer de quien se enamora. Cada capítulo de la serie encierra las historias semanales vividas y las reflexiones manifestadas por el personaje. Casciari afirma en su blog que la ayuda de los lectores habituales de *Orsai* hizo del trabajo un juego: “Si navegan el pasado del *blog*, verán que muchos lectores se han puesto en la piel de amigos de Saúl de la infancia, y de este modo la ficción ha navegado en las fronteras de la realidad, o de lo posible.”

La expansión del género produce otros desplazamientos no solo de la blognovela al formato televisivo, también a obras de teatro, y a la edición de papel para los lectores, como se dio en España con el *weblog* “Más respeto que soy tu madre”. Estos nuevos modos que encuentra el lector para transitar por distintos formatos advierten de las posibilidades de participación ofrecidas por estas textualidades de la no linealidad. Muchos lectores, al igual que los de “Mi querido Klikowsky”, hacen que la ficción navegue entre el mundo de la realidad y el de lo posible (Casciari, 2005), y esa construcción colectiva inaugura una estética de la interactividad.

Estos desafíos tienen antecedentes en otros textos que han movi-
lizado a la crítica literaria y a los lectores; basta con mencionar la
primera y original edición de *La vuelta al día en 80 mundos* de Cortázar
con sus páginas partidas o las múltiples combinaciones de *Cien mil
millones de poemas* de Raymond Queneau en versión electrónica.

Algunos escritores argentinos no han podido resistirse al lenguaje
digital como es el caso de *La Ansiedad*, una novela donde Daniel Link
nos da un buen ejemplo de ello.

Algunos aspectos de la obra resultan importantes para analizar.
Podemos decir por un lado, que *La Ansiedad* guarda las formas
tradicionales si tenemos en cuenta su distribución en dos partes
denominadas: *Sujeto experimental*, la primera y *Capitalismo y esqui-
zofrenia* la segunda. Ambas separadas entre sí, por el lapso de una
semana.

Narran una historia de amor entre varones.

Sin embargo, la ruptura con las formas tradicionales de la narrativa
aparece cuando la escritura elige los modos de la comunicación
digital para contar la historia, mediante páginas de *chats* y de *e-mails*
que transcurren entre el 18 de noviembre de 1998 y el 16 de agosto
de 2000.

La ausencia de un narrador que se haga cargo del avance del relato
marca otra diferencia y la acerca a una narrativa no lineal que corta
para decirlo con las palabras del autor “toda esa cháchara amorosa”
y revela un proceso de composición hipertextual.

Esta ruptura de las estructuras tradicionales aparece en los *e-mails*
enviados por Kafka, Umberto Eco, Barthes, escritores por todos

conocidos puestos en personajes de la novela, y en cuyos textos el destinatario trasciende al mismo protagonista de la novela.

Así leemos con el formato de e-mails, fragmentos de obras como *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre* de Marshall McLuhan; *Cartas a Milena*, de Franz Kafka; *Fragmentos de un discurso amoroso*, de Roland Barthes, *Correspondencia*, de Sigmund Freud; *La Montaña mágica*, de Thomas Mann; *La voluntad de saber*, de Michel Foucault.

Un ejemplo:

De: Roland Barthes. *Fragmentos de un discurso amoroso* (trad. Eduardo Molina). Siglo XXI, México, 1982.

Para: manuspitz@hotmail.com

1. La ausencia amorosa va solamente en un sentido y no puede suponerse sino a partir de quien se queda –y no de quien parte–: yo, siempre presente, no se constituye más que ante tú, siempre ausente. Suponer la ausencia es de entrada plantear que el lugar del sujeto y el lugar del otro no se pueden permutar; es decir: “Soy menos amado de lo que amo”.
2. Históricamente el discurso de ausencia lo pronuncia la Mujer: la Mujer es sedentaria, el Hombre es cazador, viajero; la Mujer es fiel (espera), el Hombre es rondador (navega, rúa)... Se sigue de ello que en todo hombre que dice la ausencia del otro, lo femenino se declara: este hombre que espera y que sufre está milagrosamente

feminizado. Un hombre no está feminizado porque sea invertido, sino porque está enamorado. (Mito y utopía: el origen ha pertenecido, el porvenir pertenecerá a los sujetos en quienes existe lo femenino.)

(Link, 2003 p.113)

El diálogo establecido con otros textos construye una semiosis textual. Al ser recibidos por el protagonista van componiendo al mismo tiempo, una escritura hipertextual que permite estructurar la información de una manera no-secuencial, a la manera de nodos interconectados por enlaces.

La información presentada en estos nodos sirve de marco contextual a la escritura insuficiente, mínima, empobrecida del chat. Pensemos que en los chats, foros o listas no es posible reconocer tanto las historias como las representaciones personales a través de los seudónimos y de las fabulaciones empleadas.

De: Sergio Dayrrell Porto. *Sexo, afecto era tecnológica*.
Editora Universidad de Brasilia, Brasilia, 1999.

Para: manuspitz@hotmail.com

La influencia de los medios es tan fuerte que llega a los lugares en que supuestamente se podría hablar abiertamente sobre cualquier asunto: los *chats* [...]. Además de ser repetitivas gran parte de las conversaciones vía *chat* parecen muy efímeras [...]. Es un juego, un pasatiempo.

Una explicación puede encontrarse en la característica de los modos de relación actuales. Las relaciones perduran en la medida en que los participantes sacan provecho de ellas. Incluso en las relaciones de padres e hijos, de amistad o pareja. Es lo que A. Giddens llama modo de relación puro [...]. En ese tipo de relación [...] todo es decidido por los participantes. La relación puede romperse en cualquier momento.

(Link, 2003, p.157)

Es así como cada texto, cada fragmento seleccionado de alguna de las obras de autores citados más arriba, se constituye en marco y contexto de las páginas de chats, abarcando, explicando y describiendo la situación dialógica de sus personajes.

Evocando a Verón, podemos decir que en la materialidad significativa de esa hipertextualidad encontramos al narrador. La escritura hipertextual por medio de páginas de *chats*, *e-mails*, cartas manuscritas, sirve para completar y resemantizar la historia.

Otra ruptura en el recorrido de lectura de novela, está dada por la presencia de huellas propias del lenguaje específico de la comunicación digital: el empleo de los emoticones como signos expresivos de diversos estados de ánimo, la combinación de lenguas como español, inglés, portuñol; errores de sintaxis, el mal uso de algunas palabras que dan cuenta de esa deliberada transformación del lenguaje coloquial, a través de las páginas de la novela.

Session Start: Fri Mar 26 19:07:31 1999

Session Ident: Rocco 32 (nose@tt4-12.edu.ar)

<Rocco32> Acá un boludo me pregunta si estoy haciendo un estudio, porque tengo una dirección de "edu".

<Manu35> El estudio lo hace mi amigo Manuel, decile. Porque como es de provincia, no engancha uno ni a palos.... ;)

<Manu35> Cuando me mudeeeeeeeeeee....

<Rocco32> :))))))

<Manu35> Es paradójico y patético, Rocco. Porque yo he vivido toda la vida acá, en provincia, y solo Internet, que no es un lugar, me demuestra lo lejos que vivo...

<Rocco32> :))))))))))

<Rocco> Claro, tenemos que tener Internet para irnos todos a vivir al Obelisco.

<Manu> ¡Qué Obelisco! ¡Santa Fe y Pueyrredón! :) Me da vergüenza, casi

<Rocco32> Chau.

Session Close: Fri Mar 26 21:15:12 1999

(Link, 2003, p. 47)

De: ManuelSpitz manuspitz@hotmail.com>

Para: Michel Gabineau <m_gabineau@yahoo.com>

Asunto: RE: Respuesta a la invitación

Fecha: Sábado, 24 de junio

You are wrong. Write, better, until the end of our life.

Kisses.

(Link, 2003, p. 111)

Lost es otro ejemplo de transmedia que ha circulado obteniendo gran repercusión en los consumidores; la serie de J.J. Abrams, Damon Lindelof, Jeffrey Lieber y Carlton Cuse, nace como obra televisiva de 121 episodios, se multiplica y produce una expansión narrativa transmediática que alcanza diferentes plataformas. A partir de la primera temporada y hasta llegar a las seis, la historia va creciendo y multiplicándose abarcando relatos que añaden algo más a la historia, y que circulan mediante *blogs*, videojuegos, historietas, series animadas, páginas web, vídeos, incluyendo además, el impacto en redes sociales y foros. Los espectadores animados pueden acceder a otra experiencia que les permite intervenir en la creación de nuevas historias inspirados por algunos de los diversos capítulos de la serie.

Lost es un producto transmediático, en él convergen procedimientos y recursos explicitados o encubiertos del cine, la literatura, el cómic, la música, entre otros. En cada uno de los episodios en las seis temporadas de duración de *Lost*, otras ficciones provenientes de la literatura o del cine son reconocidas por los seguidores de la obra. El espectador, en las distintas asociaciones inter y transtextuales con relatos de naufragios en otras islas, de referencias a máquinas del tiempo, y a otras de realidad virtual, se sumerge en un universo en el

que va descubriendo recursos, lugares, géneros y recordando a otros autores atrapados en la memoria.

Siempre actual, McLuhan concibe la idea de que ya no es posible construir de modo serial o parte por parte, como consecuencia de que la comunicación instantánea asegura que todos “los factores del medio y de la experiencia coexisten en un estado de activa interrelación” (Stevenson, 1995).

Estas narrativas transmediales desafían tanto a los lectores/espectadores obligados a encontrar nuevas significaciones con los conocimientos adquiridos de convenciones ya existentes en los productos de pantallas, como a los autores/diseñadores cuyas creaciones están destinadas a un público que, preparado para la lectura en diferentes formatos y plataformas, exige condiciones cada vez más híbridas y complejas.

Sin duda, un proceso que se constituye además, en un interesante objeto de análisis de semiólogos y estudiosos de la comunicación.

Bibliografía

- Borges, J. L. (1996). *El Aleph*. Buenos Aires: Emecé.
- Casciari, H. (2005). www.orsai.bitacorras.com
- Córdoba, S. e I. Bergero (2011). "La transmedialidad en la cultura de la convergencia". En *Actas de las Jornadas Patagónicas de estudios sociales sobre Internet y tecnologías de comunicación*, Comodoro Rivadavia: UNPSJB.
- de Toro, A. (2007). "Dispositivos transmediales, representación y anti-representación. Frida Kahlo: transpictorialidad-transmedialidad". En *Revista Comunicación* N° 5. Disponible: http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n5/articulos/dispositivos_transmediales_representacion_y_anti_representacion_frida_kahlo_transpictorialidad_transmedialidad.pdf
- Jenkins, J (2008). *Convergence Culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Link, D. (2003). *La Ansiedad*. Buenos Aires: El cuenco de Plata.
- Piscitelli, A, C. Scolari, C. y C. Maguregui (comp.). (2010). *Lostología: estrategias para entrar y salir de la isla*. Buenos Aires: Cinema.
- Scolari, C. (2008). *De los nuevos medios a las hipermediaciones*. Barcelona: Gedisa.
- Stevenson, N., (1995). *Culturas mediáticas: teoría social y comunicación masiva*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Verón, E. (2001). *Espacios mentales: efectos de agenda 2*. Barcelona: Gedisa.

María Cecilia Díaz y Luciana Quintero Ortíz
**Ídolos virtuales, cyborgs y espectáculo:
Hatsune Miku, el primer sonido del futuro**

“La música es profecía. En sus estilos y organización económica, va por delante del resto de la sociedad, porque ella explora, dentro de un código dado, todo el campo de lo posible, más rápidamente de lo que la realidad material es capaz de hacerlo”

Jacques Attali

“Más allá de los límites de la tecnología, acabo de llegar aquí (...). Escucha, date prisa, instálame en tu computadora. ¿Qué sucede, acaso no ves el paquete especial? Yo te digo, Miku Miku lo va a hacer por ti. ¡Escribe más canciones y yo las cantaré!”

Fragmento de “Miku Miku Ni Shite Ageru”¹

1. “Miku Miku Ni Shite Ageru”, interpretada por Hatsune Miku, es una de las canciones más populares en el sitio Nico Nico Douga, contando con más de 8 millones de reproducciones. Cfr. Kenmochi, Hideki. (2010). “VOCALOID and Hatsune Miku phenomenon in Japan”. InterSinging 2010, First Interdisciplinary Workshop on Singing Voice. Tokyo, Japan. October 1–2, 2010.

Al buscar información en internet sobre Hatsune Miku² podemos encontrarnos con tópicos en foros, páginas en la red social Facebook y sobre todo, con abundantes videos musicales que tienen como protagonista a este ídolo virtual. Se trata tanto de videoclips como de presentaciones en vivo, es decir, recitales multitudinarios realizados en estadios. A modo de ejemplo, podemos citar el caso de un video que ofrece un enlace invitando a conocer a esta *idol* tras bambalinas con la siguiente frase: “the singer behind the stage click here”.³ Una vez que entramos, en lugar de encontrarnos con las ya clásicas imágenes de *backstage* a las que nos han acostumbrado programas tales como Behind the Music de VH1,⁴ vemos a un usuario mostrando la primera canción que escuchó interpretada por Miku y la representación gráfica de la misma a través de un piano roll.⁵ Este simple ejemplo nos demuestra que no estamos ante un ídolo pop convencional. En las próximas páginas nos ocuparemos de

2. En Japón los nombres propios se mencionan comenzando con el apellido –que en este caso sería Hatsune– seguido del nombre, Miku. De esta manera, la traducción al castellano sería “Miku Hatsune”. Aquí optamos por emplear el nombre tal como aparece en el idioma japonés porque así figura en el programa Vocaloid.

3. Video de la presentación de Miku Hatsune en el 3º Concierto en vivo de Vocaloid realizado el 9 de marzo de 2010 en Tokyo, Japón: <http://www.youtube.com/watch?v=DTXO7KGHtjI>. El enlace cuya dirección aparece en las anotaciones y que nos invita a conocer a la cantante es el siguiente: <http://www.youtube.com/watch?v=HPuQMY6hZdw>. Consultado el 5 de mayo de 2011.

4. Behind the Music fue un programa de televisión de corte documental, que se emitió entre los años 1997 y 2006. Cada programa se enfocaba en un músico o grupo musical, documentando tanto los éxitos de los músicos como los problemas que enfrentaron a lo largo de sus carreras.

5. El piano roll se incluye en programas para la composición musical que los usuarios emplean a través de una Interfaz Digital de Instrumentos Musicales, esto es, un protocolo de comunicación llamado MIDI por sus siglas en inglés.

ensayar posibles interpretaciones acerca de Hatsune Miku como caso paradigmático de la aproximación al arte en tanto imagen, teniendo en cuenta especialmente la producción colectiva del mismo.

Hatsune Miku es una *idol* virtual que fue lanzada el 31 de agosto de 2007 por Crypton Future Media, una compañía multimedia que empleó el mecanismo de síntesis de voz llamado Vocaloid, desarrollado a su vez por Yamaha Corporation. Este programa, cuyo nombre es un acrónimo de "vocal" y "android", permite que los usuarios sinteticen canciones a partir de la escritura de una melodía y de una letra a elección. Los tres grandes componentes del software son: un editor de partituras o piano roll, es decir, una representación gráfica de una partitura musical donde los usuarios pueden introducir letras y notas; en segundo lugar, una base de datos que contiene voces de cantantes; y por último, un motor de síntesis que recibe las entradas del editor de partituras y selecciona segmentos necesarios de la base de datos, concatenándolos (Kenmochi, 2010, p.1). Uno de los rasgos que creemos primordial en esta aplicación es que las canciones diseñadas gracias al empleo del programa son luego interpretadas por los entes preestablecidos por el mismo, que consisten en la suma de un avatar (una imagen utilizada como representación gráfica de un personaje) y una muestra vocal. Otra de las características notables del software es que "puede cambiar el énfasis de la pronunciación, añadir efectos como el vibrato, cambiar la dinámica y el tono de la z."⁶ Asimismo, cuenta con un *plug-in* o componente llamado Miku

6. Cfr. <http://es.wikipedia.org/wiki/VOCALOID>. Consultado el 4 de mayo de 2011.

Miku Dance, que permite crear videos del personaje partiendo de imágenes prediseñadas.

Miku es el ente más utilizado por los usuarios, el que más sitios creados por fans posee en internet y el protagonista indiscutible de los Conciertos Vocaloid organizados alrededor del mundo.⁷ Su nombre viene de Hatsu (primera), Ne (sonido) y Miku (Futuro), y significa por lo tanto, “el primer sonido del futuro”. Además de su aparición en múltiples videos on-line, Hatsune Miku es el personaje estrella de dos mangas: *Maker Hikoshiki Hatsune Mix* y *Hatsune Miku no Nichijo Roipara!* También aparece en la serie de anime *Sayonara Zetsubo Sensei*, en la versión japonesa del juego online *PangYa*, y en el juego de Nintendo 13-sai *Hello Work DS*. Incluso algunas de sus canciones fueron relanzadas en formato CD por compañías discográficas multinacionales, gozando de un gran éxito de ventas (Kenmochi, 2010, p. 3). Otros objetos vinculados que pueden encontrarse en circulación son figuras de acción, llaveros, etc. Según datos oficiales de la empresa, esta *idol* tiene 16 años, mide alrededor de 1.58 cm, y pesa 42 kilos. Su cabello es largo, de color aguamarina y usualmente está recogido en dos largas coletas. Con respecto a su imagen, podemos decir que los rasgos estéticos de Miku corresponden a los del género discursivo manga. Asimismo, las mangas de su atuendo incluyen generalmente dos ecualizadores, señalando quizás la conexión entre el usuario que crea canciones y el ente que las canta. Como enuncia la letra de la

7. Existen otros entes además de Miku, tales como Leon, Lola, Miriam, Meiko, Kaito, los gemelos Rin y Len Kagamine, Sweet Ann, Prima Big-Al, y Kamui Gakupo. Muchas veces son llamados simplemente “Vocaloids”.

canción que citábamos al comienzo de este ensayo, “Miku Miku lo va a hacer por tí”.

De ídolos y cyborgs

“Descartes no distingue entre humanos y máquinas, entre un mundo orgánico e inorgánico. Cuando su hija murió a los 5 años de edad, encontró una muñeca que se le parecía. Le dio el nombre de Francine y la adoraba. Existió una historia así”

Ghost in the Shell 2: Innocence, de Mamoru Oshii

“... las fronteras entre ciencia ficción y realidad social son una ilusión óptica”

Donna Haraway, Manifiesto para cyborgs

Para abordar el fenómeno de Hatsune Miku hemos tomado el concepto de *cyborg* de Haraway, quien lo define como un “organismo cibernético, un híbrido de máquina y organismo, una criatura de realidad social y también de ficción” (Haraway, 1995, p. 253). Su origen es ilegítimo, dado que se vuelve posible gracias a los desarrollos tecnológicos de la industria armamentista, pero sus posibilidades

para la acción política serían revolucionarias en la medida en que invitaría a pensar en un humanismo no antropocéntrico. Aquí podemos encontrar una relación con los estudios de la performance, que establecen que la conducta restaurada nunca es igual a lo que imita (Schechner, 2000), ya que el *cyborg*, hijo del militarismo, puede subvertir esa carga paterna inicial: "... los bastardos son a menudo infieles a sus orígenes. Sus padres, después de todo, no son esenciales" (Haraway, 1995, p. 256).

La clave está en pensar en términos de construcciones o materializaciones y no en la existencia real e incuestionable de una esencia humana, o de una división tajante entre naturaleza y cultura. En este sentido, los interrogantes a los que da lugar el *cyborg* no tendrían que ver sólo con la cultura, sino también con la construcción de aquello que llamamos "naturaleza". Esta puesta en duda del cuerpo y de la experiencia tal como fueron pensados en la modernidad se produce a partir de la ruptura de tres fronteras: los límites entre lo humano y lo animal, entre organismos y máquinas y por último, entre lo físico y lo no físico.

Hemos definido a Hatsune Miku como *cyborg* porque consideramos que, en tanto imagen, proyección 3D e instrumento para la composición musical, se ubica claramente en las dos últimas fronteras a las que nos referíamos. Éstas ponen en cuestión la distancia entre organismos y máquinas, lo cual vuelve ambigua la diferencia entre lo natural y lo artificial. Pensemos, si no, en la industria protésica, en las máquinas que usamos para vivir día a día y las nuevas experiencias y posibilidades epistemológicas que habilitan para los sujetos. Por otro

lado, cuestionan también la ruptura entre lo físico y lo no físico, que tiene que ver con procesos de miniaturización de la tecnología:

“Nuestras mejores máquinas están hechas de rayos de sol, son ligeras y limpias, porque no son más que señales, ondas electromagnéticas, una sección de un espectro, son eminentemente portátiles (...) La gente, a la vez material y opaca, dista mucho de ser tan fluida. Los *cyborgs* son éter, quintaesencia” (Haraway, 1995, p. 261).

Los atributos de Miku son, precisamente, su existencia como software posible de ser manipulado para la creación artística y su presencia evanescente como ídolo pop gracias al accionar de máquinas y programas de animación y proyección. Esto se conecta con otro trabajo de Haraway (1999) en donde se exploran, entre otros temas, las tensiones conceptuales entre realidad y virtualidad. Allí la autora establece que en contraposición al sentido común que designa como virtual a lo que no tiene ontología propia, es decir, que no es real, lo virtual sería aquello que tiene la virtud o el poder inherente de producir efectos. De esta manera, retoma uno de los significados obsoletos de “virtual” que aludía a la posesión de excelencia o mérito. Al respecto, Haraway dirá: “La virtud de algo es su capacidad, el espacio virtual parece ser la negación del espacio real; (...) pero quizá esta negación es la ilusión real” (1999, p. 151).

Para completar esta idea, podemos decir que la ilusión se construye cuando pensamos que lo virtual no es real, cuando separamos la técnica y la tecnología de la naturaleza. Hatsune Miku es un ídolo

virtual no sólo porque existe en tanto código y representación numérica, sino porque produce efectos y participa en las vidas de los usuarios que la eligen para interpretar sus creaciones musicales y audiovisuales.

Técnica, tradición estética y recepción: Hatsune Miku en clave benjaminiana

En su ensayo “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica” escrito en 1936, Walter Benjamin analiza cómo mutan las obras de arte al facilitarse su reproducción en gran escala a través de nuevas técnicas, prestando atención también a los cambios en la experiencia de los hombres y a las sensibilidades que acompañan dicha mutación. Así, enuncia como objetivo principal la elaboración de una “tesis acerca de las tendencias evolutivas del arte bajo las actuales condiciones de producción” (1989, p. 18). Dado el carácter acotado de nuestro trabajo sólo emplearemos el concepto de obra de arte según tres aspectos que el autor considera como importantes en su evolución, a saber: la *técnica*, que permite que una forma de arte determinada se desarrolle en detrimento de otras; *tradiciones artísticas y estéticas* que trabajan en pos de conseguir efectos que luego la nueva forma artística alcanzará plenamente; y *condiciones sociales de percepción y recepción* que favorecen el impulso de las formas artísticas nuevas. A continuación realizaremos un análisis

exploratorio de estos tres puntos, a modo de ejercicio teórico que tal vez sugiera algunas líneas para futuras pesquisas.

La técnica, de acuerdo a Benjamin, es tanto una forma de construir los objetos que habitan el mundo, como de producir uno nuevo. El caso de Hatsune Miku es paradigmático porque en el modo particular de creación de su repertorio, en la tecnología utilizada en sus shows, y en las distintas vías de difusión de la obra de este personaje, se evidencia un proceso de colectivización de la creación artística altamente relacionado con los distintos aspectos técnicos propios del software del cual ella es producto.

Como mencionamos previamente, Vocaloid es un programa de síntesis de voz que proporciona al usuario la capacidad de sintetizar canciones simplemente escribiendo letra y melodía, ya que utiliza muestras reales de voces de cantantes o actores como patrón vocal. Tras haber finalizado su composición, el usuario puede compartir su creación en su totalidad –o alguno de sus segmentos– a través de un *host* ReWire para ser editada en tiempo real por otros usuarios. ReWire es un protocolo de software que permite el control remoto y la transferencia de datos entre la edición de audio digital y el software relacionado. Es una herramienta técnica de uso extendido desde el año 1998 en programas de producción de música electrónica, que posibilita la oportunidad de editar las composiciones y arreglos con otros usuarios a través de internet.⁸ De manera que podemos decir que gracias a este protocolo, al componer con Vocaloid no sólo

8. ReWire permite la transferencia simultánea de hasta 256 pistas de audio y 4080 canales de datos MIDI.

se están generando canciones sintetizadas y arregladas por computadora, sino que la edición de las mismas se está realizando de forma colectiva.

Aquí intentaremos dilucidar cuáles técnicas anticipaban el advenimiento de un fenómeno artístico como el de Miku. Sin pretender realizar un diagnóstico definitivo, podemos hablar brevemente de tecnologías de (re)producción musical, animación y proyección de video. En el plano musical, serían un claro antecedente los programas de sampleo y mezcla de música por ordenador de los que habla Yúdice:

Las nuevas tecnologías facilitan varios modus operandi de grabación y producción musical (...): desde las prácticas "hazlo tú mismo" (do it yourself o DIY) y "cortar y pegar" (cut 'n paste) —características del punk, del bricolage vernáculo y de movimientos artísticos previos que usaron el collage (2007, p. 27).

Al sampleo —presente de manera analógica en la escena del rap de los '70 y realizado a partir de los '90 por medios digitales—, se le añadiría el *mash up*, que consiste en la mezcla de fragmentos de canciones distintas. La circulación de las producciones resultantes se realiza actualmente en sitios para compartir música online.⁹

Al hablar de animación, debemos hacer referencia a los software de edición y animación de video surgidos a mediados de los '80,

9. Aquí podemos mencionar a You Tube, Vimeo y My Space, entre otros. Las producciones vinculadas con Hatsune Miku se difunden principalmente en el sitio web Nico Nico Douga.

tales como Flash, Maya y Animation Master.¹⁰ Para entender su anclaje histórico es importante referirnos al concepto de “imágenes técnicas” introducido por Flusser en *Filosofía de la caja negra*, quien las define como imágenes producidas a través de programas que no reproducen el mundo tal como es, sino que materializan conceptos con respecto a éste y al proceso mediante el cual son creadas: “La fotografía en lugar de registrar automáticamente impresiones del mundo físico, transmuta determinadas teorías científicas en imagen, o transforma conceptos en escenas” (Machado, 2000, p. 3). La era digital permitiría, entonces, visibilizar el proceso de codificación icónica que tiene lugar en estas imágenes técnicas. Por otra parte, el cine 3D es un claro antecedente de la tradición técnica que posibilita actualmente los Conciertos Vocaloid, ya que implica la proyección de películas que pueden ser percibidas con sensación de profundidad gracias a la visión binocular o estereoscópica propia de los seres humanos. Así, en el proceso de filmación se emplean dos cámaras de video de forma simultánea para crear dos imágenes en movimiento superpuestas entre sí; durante la proyección del film, mientras tanto, los espectadores emplean un filtro para que ambas imágenes sean percibidas independientemente por cada ojo, y así generar la sensación de tridimensionalidad. En el caso de los conciertos protagonizados por Miku, se trata de una proyección en una pantalla transparente y no se precisa de estos filtros para la audiencia. Sin

10. Una lista más completa de software de animación está disponible en <http://dreamers.com/animation/enlaces/software.php>. Consultado el 5 de mayo de 2011.

embargo, podemos considerar la tecnología del cine 3D como un antecedente en el sentido de que crea una ilusión óptica de volumen.

En cuanto a la segunda línea que Benjamin considera como constitutiva de las obras de arte, destacamos dos formas estéticas que anticipan el fenómeno de Hatsune Miku: el anime –término con el que la animación japonesa es conocida en occidente– y los conciertos de rock en estadios. El anime es un fenómeno de la cultura popular que adquiere fuerza en Japón a partir de la Segunda Guerra Mundial, cuando fueron producidos los primeros largometrajes de este tipo. Sin embargo, de acuerdo a Napier,

Tal vez la fecha más importante en la historia de la animación japonesa (...) es 1963, el año en que apareció la primera serie animada para televisión en Japón, la legendaria *Astro Boy* de Osamu Tezuka (Napier, 2001, p. 16).

Es importante reconocer el vínculo del anime con las historietas japonesas (manga), en la medida en que por lo general las historias surgen del medio gráfico y luego, de acuerdo a su éxito, son llevadas a la pantalla. El caso de Miku sería una excepción a esta regla, ya que aparece primero como avatar de un programa para luego convertirse en personaje de manga, anime y videojuegos, tal como dijéramos en apartados anteriores.

Al hablar de rock de estadios (en inglés, *arena rock* o *stadium rock*), debemos aclarar que en este caso no estamos haciendo referencia a una forma musical específica, sino a un dispositivo de presentación que permite la asistencia multitudinaria de fans y la organización de

espectáculos a gran escala, en espacios amplios y con producciones artísticas de altos costos. De esta manera, si bien en sus orígenes estaba asociado a géneros musicales específicos tales como el *heavy metal* o el rock progresivo, podríamos decir que actualmente no se trata de un atributo de la música producida por un grupo en particular, sino que constituye una tradición construida en torno a la presentación en vivo de piezas musicales acompañadas de espectáculos de luz láser, humo y pantallas gigantes de video. Antecedentes claros de los recitales de Hatsune Miku serían los conciertos organizados por la banda virtual británica Gorillaz, en los cuales cada integrante está representado por un avatar en 2D.¹¹ La diferencia entre este tipo de producción y la surgida de Vocaloid, radica en que tras cada avatar de Gorillaz existe un músico de carne y hueso.

Creemos que el denominador común de la animación japonesa y del rock de estadios en tanto formas estéticas se encuentra en el modo de producción de vida dominante del que habla Debord cuando enuncia que “El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social de las personas mediatizada por imágenes” (Debord, 1968, p. 38). Otro aspecto en común, quizá más visible, es la presencia de una banda de músicos que tocan en vivo detrás de la pantalla transparente en la que es proyectada Miku.

Por último, para referirnos a las condiciones sociales de percepción y recepción que permiten el establecimiento de una forma artística

11. Cfr. Gaiman, Neil. (2005, julio). Keeping It (Un)real. Página web de la revista Wired, N° 13.07: <http://www.wired.com/wired/archive/13.07/gorillaz.html>. Consultado el 4 de mayo de 2011.

en particular como la de Hatsune Miku, debemos hacer mención de los procesos de creación colectiva de escenas y mundos vinculados a consumos específicos de productos de la cultura de masas, la organización de *comunidades interpretativas* (Jenkins, 2009) en torno a los mismos, y su visibilización a través de convenciones, foros en internet y reuniones semanales en varios lugares del mundo. Así, los fans de Miku, de quienes hablaremos en el próximo apartado, son los que producen la mayor parte del contenido en torno al personaje:

[Hatsune Miku] no se limita a una simple creación musical. Una persona a la que le gustó una de las composiciones originales comienza a agregar voluntariamente un video diferente a su música favorita y lo repostea. Otra persona a la que le gustó la música cambia las letras, hace un remix del tema y lo vuelve a postear. (...) Otro hace un ranking semanal de videos empleando los videos originales. Las personas usan el contenido para hacer nuevos contenidos originales, y repiten esto muchas veces (Kenmochi, 2010, p. 3).

Recordemos que Benjamin, cuando hablaba de la reproductibilidad técnica del arte en los años '30, establecía que las multitudes desempeñaban un papel primordial en el desmoronamiento del aura de la obra de arte, al reclamar la aproximación humana y espacial de las cosas.

A modo de cierre

“Quitarle su envoltura a cada objeto, triturar su aura, es la signatura de una percepción cuyo sentido para lo igual en el mundo ha crecido tanto que incluso por medio de la reproducción le gana terreno a lo irrepetible”

Walter Benjamin, Pequeña Historia de la fotografía.

Tras este sucinto análisis, en el que buscamos ensayar diversas aproximaciones al fenómeno de Hatsune Miku, podemos concluir que la existencia de este ídolo virtual en el mundo de la música y del espectáculo expresa y produce una exacerbación de los procesos sociales y de las sensibilidades que reclaman la mayor aproximación de las obras de arte, a las que hacía referencia Benjamin. Esto se revela en la injerencia de los fans de Miku en su proceso de elaboración de canciones y videos –y constante reelaboración– mediante el uso de los programas disponibles, en las actividades en foros de discusión y por último, en la asistencia masiva a sus recitales. En este sentido, también observamos una imbricación en los procesos de producción, distribución y consumo de la música mediante un software de síntesis audiovisual, y una tendencia marcada por parte de las empresas a aprovechar las producciones de los aficionados. Benjamin anticipaba esto de cierto modo cuando advertía, con respecto al cine, que la trituración de la obra del arte implicaba una evolución hacia la colectivización de la producción artística y la modificación en la distinción artista/público. En definitiva, los fans de Miku no pueden

ser pensados sólo como público, ya que el repertorio de los conciertos de Vocaloid surge de un ranking de los videos más vistos en internet que son, a su vez, creados por los usuarios.

Asimismo, este fenómeno musical pone en cuestión las fronteras convencionales entre los polos finalmente no tan opuestos, de naturaleza/tecnología y realidad/virtualidad, anticipando tal vez la necesidad de pensar en nuevos modos de teorizar el arte y la vida. Así, aunando los marcos conceptuales que hemos empleado, podríamos pensar que Miku es virtual porque su proceso de creación lo es, y porque representa, en cierta manera, a la multitud de usuarios que la crean colectivamente.

Bibliografía

Attali, Jacques (1995 [1977]). *Ruidos. Ensayo sobre la economía política de la música*. México: Siglo XXI Editores.

Benjamin, Walter (1989 [1936]). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. En *Discursos Interrumpidos I*. Madrid: Taurus.

Benjamin, Walter (2007 [1931]). Pequeña historia de la fotografía. En *Conceptos de filosofía de la historia*. La Plata: Terramar.

Debord, Guy (1999 [1968]). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pretextos.

Jenkins, Henry (2009). *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.

Haraway, Donna (1995). "Manifiesto para cyborgs: ciencia, tecnología y feminismo socialista a finales del siglo XX". En *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Valencia: Ediciones Cátedra.

-- (1999). "Las promesas de los monstruos: una política regeneradora para otros inapropiados/bles". *Política y Sociedad* N° 30, Madrid, p. 121-163.

Hine, Christine (2004 [2000]). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC.

Kenmochi, Hideki (2010). *VOCALOID and Hatsune Miku phenomenon in Japan*.

InterSinging 2010, *First Interdisciplinary Workshop on Singing Voice*. Tokyo, Japan. October 1–2, 2010. Disponible en: http://www.isca-speech.org/archive/int_singing_2010/papers/isi0_001.pdf, n.d.

Machado, Arlindo (2000). Repensando a Flusser y las imágenes técnicas. *En El paisaje mediático*. Buenos Aires: Libros del Rojas.

Napier, Susan (2001). *Anime from Akira to Princess Mononoke. Experiencing Contemporary Japanese Animation*. New York: Palgrave. Disponible en: <http://www.scribd.com/doc/17713608/NAPIER-Susan-Anime-From-Akira-to-Princess-Mononoke>.

Schechner, Richard (2000). *Performance. Teoría y prácticas interculturales*. Buenos Aires: Libros del Rojas.

Yúdice, George (2007). *Nuevas tecnologías, música y experiencia*. Barcelona: Gedisa.

Esau Salvador Bravo Luis

La música como materia prima de socialización en las redes sociales: el caso myspace.com

Introducción

En el presente texto se abordarán algunas de las nuevas formas de construcciones sociales en torno al consumo musical a partir del desarrollo y utilización de los sitios multimedia de intercambio de contenidos, particularmente, en el que tal vez comience a ser uno de los referentes históricos en esta materia, pues desde la primera década de este siglo, y a hasta la fecha, continúa con una fuerte influencia principalmente en los sectores juveniles mediante una marcada presencia en la red; hablaremos entonces del sitio conocido como Myspace.com,¹ espacio de conglomeración, socialización e intercambio virtual juvenil.

1. Sitio web de servicios de red social, constituido por perfiles personales de usuarios que incluye redes de amigos, música, fotos, video, cine, televisión, noticias, clasificados, karaoke, boletines, grupos y encuestas. Desde hace casi una década myspace.com ha venido ganando y perdiendo terreno paulatinamente entre los usuarios, en 2005 paso de ser la red social mas importante del mundo con una tasa de crecimiento de más de 230.000 usuarios nuevos al día, a ocupar el cuarto lugar por detrás de Facebook, YouTube y Twitter, aunque se ha mantenido como la primer red social que abrió la posibilidad de alojar perfiles de músicos y bandas consolidadas e independientes, situación que lo dotó de una identidad hasta ahora inquebrantable.

Partiremos entonces desde una primera revisión de los conceptos sociológicos clásicos comparados con las actuales formas de dinámicas globalizadas y los nuevos procesos del capitalismo actual, en donde el papel del individuo al interior de la construcción de nuevas economías de distribución, repercute necesariamente en un nuevo régimen de distribución pública de las ideas y contenidos culturales; en la segunda y tercera parte, observaremos que después de un largo proceso de domesticación de la computadora como artefacto ligado a nuestra cotidianidad sociocultural y de Internet como derrotero, surge entonces un catalizador ineludible de la imaginación que forma parte de la cotidianidad del sujeto que interactúa en red. Así las cosas, resulta imperiosa la conformación de una matriz de análisis cultural que nos obliga a indagar elementos del saber cotidiano al seno de dispositivos electrónicos conectados a la red por parte de algunos sectores juveniles; los mismos que en su día a día, han secularizado su conocimiento virtual en instancias cercanas a las funciones de una moneda corriente, que, de apoco, fluctúa su valor mediante una ecuación que multiplica habilidades por cantidad de saberes, dando como resultado “otras” nociones de auto-reconocimiento social que facultan un posible quebranto de la profesionalización académica tradicional y avalada por el Estado: hacia una orientación de gestión/administración del conocimiento mediante una transición entre saber virtual versus valor de cambio condicionado por habilidades puntuales al interior de Internet.

Un campo de acción largamente sedimentado

Históricamente, desde la transformación de las sociedades occidentales en el siglo XVIII, la participación ciudadana se ha vuelto más activa en el surgimiento y consolidación de la clase media como parte de un engranaje clave para la movilidad, desarrollo y consumo de productos culturales. No podemos ignorar, entonces, que desde la aparición de Internet –y en particular desde la creación de plataformas de intercambio musical como Napster, en 1999–² han cambiado algunas de las reglas de consumo en las industrias culturales y particularmente en la industria musical, pues al parecer la inclusión del ciudadano concebido como usuario en la toma de decisiones y acciones concretas para la producción, distribución y el consumo de bienes culturales, ha permitido que a más de dos siglos de distancia, Internet sea considerado un medio sumamente dúctil para la transmisión de información. A diferencia de la radio y la televisión tradicionales que no permitían un *feed back* instantáneo con el emisor, la implementación de la web 2.0 ha permitido, entre otras cosas, rediseñar estrategias para la difusión, organización y consumo de bienes culturales, así como de colectivos de acción y trabajo conjunto, dislocando la creación de espacios y *microsociedades* en donde principalmente los jóvenes implementaron no sólo *nuevas formas de estar juntos*, en términos de Martín-Barbero, sino nuevas formas de consumo condicionado por las habilidades de navegación a través de la red.

2. Pionero en la distribución de archivos en formato mp3.

Tomando prestado el concepto de *habitus* de Bourdieu (1971), damos cuenta de tensiones que se gestan en el seno de la producción musical entre aquellos que tienen el control dentro del campo (las discográficas multinacionales como Sony BMG, EMI, Warner, Universal) y los nuevos creadores de contenidos, usuarios de plataformas de creación e intercambio musical como *Myspace*, *Grooveshark*, *Last fm*, *Spotify* y, recientemente, *Indabamusic*. En este mismo tenor damos cuenta también de la construcción del músico amateur asumido como un intelectual artístico contemporáneo, dador y proveedor de capital cultural musical posicionado desde la “navegación” cotidiana en la red, y que aparentemente ha sedimentando de a poco (o de a mucho en casos específicos) nociones de valor de cambio y poder dentro de la industria musical; catapultando la materia prima para el intercambio, la producción, difusión y consumo de contenidos, tensiones cristalizadas en las dinámicas económicas de un mercado voraz, condicionado por la oferta de bienes y la demanda de los mismos, en una disputa por un público sediento de contenidos.

Después de un largo proceso de domesticación de Internet en las últimas dos décadas (Silverstone, Hirsch y Morley, 1996), el computador catapultó la explosión imaginativa de los usuarios como un elemento proveedor de dinámicas de producción de “trabajo” (Bourdieu, 1990) entendiéndolo como el resultado de los cruces entre imaginación, ocio y domesticación tecnológica (Silverstone, Hirsch y Morley, 1996); en este sentido el resultante de esta mixtura sería de una matriz económica instaurada como una mercancía o servicio, que, aunque no represente costos económicos directos e inmediatos

por parte del consumidor o del productor, implica una valoración y una remuneración simbólica por el producto que arroja. Así las cosas, podríamos estar hablando entonces de la construcción bourdiesana de campo, entendiendo al desarrollo de habilidades y conocimiento cognitivo en Internet como capital común entre algunos sectores juveniles, así como el objeto en disputa representado por un mercado musical creciente en la web.

Si aludimos a este principio de domesticación tecnológica generado mediante un proceso de autoinclusión del sujeto interactuante en un ecosistema previamente familiarizado mediante un tránsito constante y cotidiano, entenderemos entonces a la interfaz como el escenario apropiado por el usuario para potenciar sus habilidades concretas. En este punto, la interfaz se convertiría en el único marco de interacción del cual se genera un valor de cambio en tanto se domine su usabilidad; es decir un desprendimiento inconsciente de la relación hombre-máquina complejizando la interacción a medida que se inserta profundamente en las funcionalidades que cada plataforma le imponga; estas acciones se encuentran estrechamente ligadas a la impronta social de la cibercultura (Scolari, 2004).

En este mismo tenor, la metáfora del hombre y su extensiones, propuesta por McLuhan (1962), alude a una aceleración relacional en la concepción dialógica entre sujeto y ordenador. La aguda evolución tecnológica que, en su momento, desplazó la utilización de gráficos WIMP basados en una interfaz gráfica de usuario que permitía interactuar con el ordenador a través de los medios de un dispositivo "señalador" como un *mouse* para seleccionar las palabras

de menús desplegables como iconos en la pantalla que representaban a los comandos de movimiento, activación o alguna otra acción; es decir con una dinámica casi lineal de interacción, da lugar ahora a la tecnología basada en la interacción directa piel-pantalla, (*skin-screen*), complejizando la lectura del desarrollo de lenguajes en tanto habilidades, pero también evidenciando parte importante de su evolución.

Desde el siglo XVIII el papel de la imaginación sedimentó terreno junto al proceso de alfabetización escolar con una creciente intervención del Estado en la educación (Bourdieu, 1971). A partir de ese momento, no solo comienza a existir público, lectores y gente capacitada para leer y consumir distintas producciones artísticas, sino que también, en su proceso natural de innovación, las sociedades se apropian del alfabeto y surgen cambios significativos en la apropiación de sentido. La pertenencia, la producción conjunta en espacios virtuales y el consumo de sus propios productos, ejemplificaría la apropiación del alfabeto traducido a las habilidades cognitivas que permiten una transición entre saber y valor de cambio, fenómeno cultural moderno que permite acciones que van más allá del intercambio monetario y de bienes físicos.

Para que las personas se apropien de la cultura dice Habermas "tienen que surgir situaciones de la vida cotidiana, cambios en la esfera de la cultura y cambios a nivel subjetivo". Tomando esta tesis, el saber y la concepción de lo social da luces a cuestionamientos sobre la construcción de una nueva burguesía electrónica anclada en el conocimiento que es explotado de formas tradicionales pero

con condiciones distintas de remuneración, permitiendo elaborar otras escalas de posicionamiento social en torno a lo virtual. Para Brea (2007), la generación de la riqueza se basa en la gestión del conocimiento, y es en la gestión, en donde sectores juveniles están marcando postura en la valorización del conocimiento, gestado por habilidades y procesos cognitivos vinculados al uso de tecnologías. Un ejemplo se da en el ámbito musical en línea pues la producción, distribución y consumo evidencian, desde hace al menos una década, una crisis y un rompimiento en la concepción de las normas de consumo tradicionales, así como de la construcción social de las clases vinculadas a éste.

Ahora bien, retomado la revisión inicial de los conceptos sociológicos clásicos comparados con las actuales formas de dinámicas globalizadas y los nuevos procesos del capitalismo actual, el papel del individuo en la construcción de nuevas economías de distribución repercute también en un nuevo régimen de distribución pública de las ideas y contenidos culturales. En nuestros días, la transición interactiva del *hand to hand* al *post to post*, alude a la fabricación masiva de conocimiento cognitivo, traducido en habilidades que condicionan de forma genérica la cultura y su significado, es decir que la capacidad cognitiva ayuda a replantear acciones comunes, que para este caso se vierten en producciones al frente de un computador, ubicadas al centro de canales multidireccionales potenciados por habilidades y prácticas instauradas en el usuario, dotando de sentido y orden a necesidades que aparentemente carecen de conexión, relación y significado entre ellas.

Algunos factores determinantes

Para mediados de esta década las generaciones más jóvenes consideran a Internet un medio inteligente, entendiendo como inteligencia a los principios de relación entre cosas y personas aparentemente dispersas o distantes; en este sentido, un click sería considerado como un principio de coherencia. De esta manera, el potencial cultural otorgado al click nos obliga a replantear algunas prácticas juveniles contemporáneas que determinan procesos y condiciones de producción y distribución “globalizantes” más recientemente denominadas como *do it yourself*. Así las cosas, los jóvenes categorizados como nuevo sujeto intelectual artístico en términos de Bourdieu (1971) representan un sector que se encuentra más optimista y participativo en la creación de códigos, lenguajes, habilidades y conflictos en su interacción cotidiana en la Web 2.0. Luego entonces la categoría *juventud* nos permite establecer dinámicas de acción colectiva y resistencia entre nuevos creadores/productores de contenidos, pues desde siempre, la juventud ha tenido intereses colectivos propios para la conformación de grupos y resistencias (Bourdieu, 1990), gestando formas generacionales y contemporáneas de convivencia, de agregación e integración por gustos y similitudes, generando factores de interdependencia entre los miembros de algún grupo, en lo que el mismo Durkheim llamaba solidaridad orgánica o integración por diferencia, históricamente marcada por procesos de individualidad, donde el sujeto se va integrando por necesidades construidas en las diferencias de las funciones que cumple cada uno al

interior de la sociedad a la que pertenece, en este caso, representada con prácticas globales, debido a las funciones propias que establece como usuario en internet, y puntualmente dentro de la plataforma myspace.com y posteriormente con las demás mencionadas.

A partir de la década de los sesenta, los jóvenes han sido uno de los primeros grupos sociales en globalizarse (Feixa, 2003) manifestando ideas y gustos en común, desdibujando roles y geografías; redefiniendo mediante prácticas colectivas, condicionamientos e imágenes culturales determinadas socialmente *a priori*, estableciendo para sí huellas generacionales que *a posteriori* permitieron el acondicionamiento de roles y status en determinados contextos espacio temporales. Es decir, que algunos de los elementos comportacionales, visuales e incluso fisionómicos que definieron patrones culturales de juventud, comenzarían una dinámica de ruptura geo-histórico-cultural, condicionando elementos constitutivos que en algún momento fueron concebidos como locales, para hacerlo globalmente. Nos referimos a elementos como la moda y la música, parafernalia que determina y condiciona patrones de selección para integrar grupos de afinidad y nuevas formas de consumo, tomando en cuenta contextos geográficos, históricos, políticos y temporales (Bourdieu, 1971). De esta manera asumimos que, desde la génesis de las plataformas de consumo e intercambio musical como myspace.com, el grueso de sus usuarios han marcado comportamientos establecidos mediante la domesticación de los mismos, considerando elementos que por *default* brinda la arquitectura multimedia de los sitios, y que concederían "igualdad" de condiciones a todos sus miembros

mediante una plantilla homogénea para la distribución de su información, con lo cual, la noción de diferencia por estratificación social, pasaría a otro término (pero no por ello menos importante) entendiendo que, para la domesticación de estos bienes culturales, resulta imperativo identificar una matriz social y económica que permita posicionar al sujeto, como creador, distribuidor y consumidor de sus propios productos culturales así como de los de sus pares.

Por tanto, en la práctica, la capacidad y “habilidades” de un usuario detrás de un computador, así como la fluidez de “movimientos” en Internet, en las redes sociales, en los servidores de descarga y en el desarrollo de complementos desdibuja o agudiza desventajas; pues el uso de diferentes dispositivos y programas como los teléfonos inteligentes, las tablets, y los motores de búsqueda estarían dotándolos de ciertos niveles de experticia, siendo capaces de transformar sus habilidades multimediáticas en valor de cambio y por tanto de poder. Así nuevos estándares de riqueza estarían determinados por el quehacer juvenil contemporáneo, ligado al ocio, al entretenimiento y estrechamente vinculado a las condiciones actuales de consumo; entendido éste como condicionante primario del comportamientos social contemporáneo, prevaleciendo como un eje que determina la producción de contenidos (Appadurai, 2001).

Históricamente los contextos culturales, económicos, políticos, espaciales y temporales, han definido la construcción de “juventud” y viceversa. Desde la segunda mitad del siglo XX, han existido diferentes maneras de vivir y representar la juventud, en nuestros tiempos, elementos de construcción y delimitación de espacios de interacción

juvenil han comenzado a desdibujarse. No es raro, entonces, suponer que las habitaciones de los jóvenes se estarían convirtiendo en territorio fértil de relaciones y conflictos, el computador personal e Internet serían caldo de cultivo de pequeños microcosmos dentro de los cuales encuentran refugio y dónde construyen el mundo en el que viven³ y que a la vez es el mundo que compartimos con ellos.

Nuevas dinámicas y formas de construcción cultural juvenil, han creado para muchos de ellos una necesidad intrínseca de comunicación y consumo mediante la utilización de elementos y dispositivos conectados a la red. Partiendo de este punto, no es irresponsable establecer que las diferentes formas de agregación y consumo musical contemporáneo están representadas sobre todo por sectores juveniles; los mismos que, como ya hemos apuntado anteriormente, responden a ciertos estándares socioeconómicos y culturales, manifestados con actitudes que, en un principio, se establecían como “contraculturales” entendiéndolas no como actitudes en contra, valga la redundancia, sino como una serie de acciones con la pretensión de avanzar a contracorriente, pero que paradójicamente, son parte de la misma;⁴ en este caso particular, sobre una oferta musical hegemónica.

3. No podemos dejar de lado que el acceso a la tecnología y el equipamiento tecnológico condiciona y determina de manera tajante las formas de agregación y consumo entre los jóvenes, en el mejor de los casos es caldo de cultivo para la generación de nuevas prácticas emergentes de consumo gestionado por y para ellos, pero para efectos de este trabajo y las condiciones de extensión, en esta ocasión, las dejaremos para otra oportunidad.

4. Cabe recalcar que mucha de esta actitud de navegar a contracorriente se hace sobre la plataforma de la cultura institucional ofrecida por el mismo Estado y las industrias culturales, convirtiéndose en una dinámica un tanto irónica.

A manera de conclusión

Para muchos la invención y el uso de la radio por Internet en 1993, visualizó la punta de la lanza que modificó las formas de producir, escuchar, consumir y difundir desde un mismo dispositivo. Con la primera transmisión en línea de la llamada "Internet Talk Radio", de Carl Malumud, concebida como la primera "estación de radio" online del mundo, en 1995 Radio HK del Reino Unido se consolidó como la primera estación con programación online las 24 horas. Este par de iniciativas, materializados en "estaciones de radio" sentaron las bases para que ocurriera un fenómeno de migración del consumidor de música hacia y desde el interior de su hogar. Poco tiempo después, para la primavera de 1997, la incursión de Winamp⁵ y Napster⁶ originaron que a principios del 2000, comenzaron a gestarse las condiciones para pensar en una plataforma más "participativa" y codificada para resaltar construcciones simbólicas y potenciar habilidades. En ese tenor en el año 2003 surgió myspace.com, sitio web de servicios de red social, constituido por perfiles personales de usuarios que incluye redes de amigos, música, fotos, vídeo, cine, televisión, noticias, clasificados, karaoke, boletines, grupos y encuestas. Desde hace casi una década myspace.com ha venido

5. Considerado el primer reproductor multimedia "estable" (en términos informáticos) creado para las plataformas de Microsoft Windows. Fuente www.winamp.com

6. Napster es considerado el primero de los sistemas de distribución de archivos P2P de alcance y popularidad masivo mediante una red centralizada y un servidor principal para mantener su lista de contactos conectados y permitir archivos compartidos por cada usuario. Fuente: www.napster.com

ganando y perdiendo terreno paulatinamente entre los usuarios, pues a lo largo de su historia y puntualmente en 2005 pasó de ser la red social mas importante del mundo con una tasa de crecimiento de mas de 230.000 usuarios nuevos al día, a ocupar el cuarto lugar por detrás de Facebook, YouTube y Twitter, aunque se ha mantenido como la primer red social que abrió la posibilidad de alojar perfiles de músicos y bandas consolidadas e independientes, situación que lo dotó de una identidad hasta ahora inquebrantable. En su devenir ha sufrido dos cambios importantes en su interfaz mediante el desarrollo y actualización de su plataforma de intercambio de datos, pero continúa siendo un referente en la red en cuanto a portales especializados en materia musical, pues independientemente de su futuro, su irrupción, ha marcado un pasaje importante en la historia como referente de nuevas plataformas de intercambio que abrieron espacios y nuevos nichos de interacción juvenil y de consumo de bienes culturales, colaborando con los usuarios a “desempeñar” acciones concretas en la difusión musical a través de la red; acciones en donde la dinámica clásica de emisor–mensaje–receptor–canal podría estar cobrando un verdadero significado, o al menos uno más complejo, pues en el trabajo de la imaginación juvenil, considerada elemento constitutivo de la subjetividad moderna, podemos argumentar que ha existido un quiebre en la transformación originada por los medios electrónicos a los medios masivos de comunicación tradicionales. Así las cosas, Internet y las redes sociales colaboran en la transformación del campo de mediación masiva porque ofrecen nuevos recursos y nuevas disciplinas para el establecimiento y construcción de uno

mismo, de la imagen del mundo y de nuevas necesidades para la coexistencia en él (Appadurai, 2001).

Si bien la música tiene la fuerza de apelar a las emociones, de conformar lenguajes sumamente articulados y complejos, de construir escenarios de diálogo y conflicto juvenil, permite también potenciar su creatividad en la multiplicidad de códigos utilizados como identificadores y diferenciadores. Situación que nos interpela para repensar una conceptualización cultural que nos permita leer conflictos que si bien aluden a un espacio y tiempo determinado en nuestra realidad contemporánea, también comparten ciertos rasgos socioculturales históricos que nos ayudan a distinguirlas. Debemos entonces estar atentos a estos nuevos escenarios de socialización físicos y virtuales, deslocalizados en su mayoría, pero tan cercanos como cualquier práctica cotidiana. Así, para los efectos de esta reflexión, la música ha sido el pretexto perfecto y un eslabón por demás importante que nos permitió unir esta cadena.

Bibliografía

Appadurai, A. (2001). *La modernidad desbordada: dimensiones culturales de la globalización*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica

Baudrillard, J. (1990). "Videosfera y sujeto fractal". En G. Aneschi et al. *Videoculturas de fin de siglo*. Madrid: Cátedra.

Bell, D. (1989). *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Madrid: Alianza.

Bourdieu, P. (1971). "Campo Intelectual y proyecto creador". En M. Barbut et al. *Problemas del estructuralismo*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Brea, J.L. (2007). *Cultura RAM: mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica*. Barcelona: Gedisa.

Jameson, F. (1999). *El giro cultural*. Buenos Aires: Manantial.

-- (1991) *La lógica cultural del capitalismo tardío*. Barcelona: Paidós.

Feixa, C. (2003). "Del reloj de arena al reloj digital". En *JOVENes Revista de Estudios Sobre Juventud*, N°19, Instituto Mexicano de Juventud, pp. 6-27.

García-Canclini, N. (2008). "Libros, pantallas y audiencias ¿qué está cambiando?". En *Comunicar. Revista científica de comunicación y educación* N° 30, pp. 27-32.

-- (1995). *Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.

-- (1990). *La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu*. En P. Bourdieu, *Sociología y cultura*. México: Grijalbo.

Grossman, E. (1998). "A adolescência através dos tempos". En *Adolescencia Latinoamericana*, Vol. 1, N° 2, pp. 68–74.

Morley, D y R. Silverstone (1990). "Domestic communication: technologies and meanings". En *Media, culture & society*, N° 12, pp. 31–55.

Portillo, M. (2006). "Juventud, identidad y ciudad: algunos apuntes para la reflexión". En *Andamios. Revista de Investigación Social*, Vol. 2, N° 4, Universidad Autónoma de México, pp. 219–238.

Sassen, S. (2007). *Una sociología de la globalización*. Buenos Aires: Katz.

Scolari, C. (2004). *Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Paidós.

Sennet, R. (2006). *La cultura en el nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama.

Silverstone, R., E. Hirsch, y D. Morley (1996). "Tecnologías de la información y la comunicación y la economía moral de la familia". En Silverstone, R., y E. Hirsch, *Los efectos de la nueva comunicación*. Barcelona: Bosch.

Florencia Nieto

Rock 2.0: nuevas propuestas, música y ciberespacio

Introducción

El Rock 2.0 es una categoría que abarca la distribución de contenido simbólico a través de distintas Tecnologías de Información y Comunicación. Durante el primer momento de Internet, en el auge de la web 1.0, las bandas de rock debían firmar un contrato con alguna compañía discográfica importante para tener su sitio en la web o que personas de todo el mundo pudieran conocerlos. Una de las grandes críticas a la Industria Discográfica consistía en una suerte de denuncia y crítica hacia la conveniencia de la misma. O sea, los sellos discográficos del mundo distribuían según el grado de posibilidad de comercialización de la música. Así, dejaban fuera del espectro a otras bandas que debían buscar medios alternativos de difusión para poder llegar con su música al público. Esto cambió con el avance de las nuevas tecnologías de comunicación. Gracias a la web 2.0 bandas y solistas independientes pueden compartir su música y llegar a un público amplio, si existe el correcto manejo de las TICs.

Tim O'Reilly en su artículo *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, señala que la

Web 2.0, más allá de ser una tecnología, es una actitud. Sostiene que es una plataforma y que posee arquitectura de participación. Justamente, la Web 2.0 es la que posibilita a los usuarios compartir contenido. Es Rock 2.0 tecnología y actitud, es mostrar lo que se genera de lo micro a lo macro. Las bandas independientes encontraron en la Web 2.0 su espacio para difundir su música de manera gratuita y sin costo de distribución. Resulta económico ya que no se necesita soporte material para el contenido sino soporte virtual. Además, resulta conveniente y llamativo para los jóvenes ya que el disco compacto va quedando de a poco en el olvido. Esto, sumado a los alcances de Internet, produce cierto detrimento en la Industria discográfica y explica sus intentos por frenar su caída. El Rock 2.0 resulta una actitud, una valoración, ya que el contenido se regala: la banda obsequia el disco, su música, su esfuerzo sin pedir nada a cambio; sólo ser escuchados.

El Rock 2.0 es una categoría que surge de la combinación entre la técnica con el rock como movimiento cultural contextualizado. Es sumamente interesante citar a José Luis Brea en *La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post) artísticas y dispositivos neo-mediales*. Él sostiene que toda forma artística nace irreversiblemente ligada a un desarrollo de lo técnico. Afirma:

Una forma artística no nace, entonces, por la mera aparición de un desarrollo técnico –sino sólo cuando los desplazamientos de tales desarrollos de lo técnico en el mundo determinan transformaciones profundas que afectan a la forma en que los sujetos experimentan su

propio existir individual tanto en relación a la comunidad de la que forman parte como a su propio darse en lo temporal. Cuando ello ocurre, la necesidad colectiva de darse el relato que pueda dar cuenta de tales desplazamientos (y la insuficiencia que para pensarlos afecta a las formas preexistentes) presiona a favor de su aparición. Pero éste es un proceso necesariamente lento.

La Web 2.0 significó un cambio de paradigma para la distribución de bienes simbólicos desde las posibilidades del desarrollo de las tecnologías de comunicación. Este cambio de paradigma fue acompañado por significaciones y resignificaciones que lograron generar movimientos y fenómenos nuevos, como el Rock 2.0.

El Rock 2.0 puede ser redituable para los productores de contenido simbólico en tanto y en cuanto sean reconocidos mundialmente. Básicamente porque, al tratarse de bandas de culto, los fanáticos están dispuestos a pagar por la valoración de la banda o el solista en sí. En este caso, el valor que se busca es otro, no posicionarse sino mantenerse, renovarse. Una de las bandas que más ha entendido el concepto de ruptura durante su historia es Radiohead. El caso Radiohead es un excelente ejemplo de la posibilidad de lucro con el Rock 2.0 dentro de la esfera mundial.

Caso Radiohead

En el 2007 la banda británica anunció que lanzaría su CD *In*

Rainbows a través de internet y que cada fan podría pagar lo que considerara justo por el material discográfico. Esta propuesta fue recibida de diferentes maneras por el público: algunos pagaron grandes sumas de dinero y otros lo descargaron de manera gratuita. A pesar de la posibilidad de la descarga sin costo, durante la primer semana se vendieron un millón doscientos mil álbumes, siendo esta cifra mayor que la suma de ventas de los tres discos anteriores en sus primeras semanas. A su vez, el precio promedio fue de US\$8. En las dos primeras semanas Radiohead generó US\$10 millones, con unos US\$2 millones de ganancias por integrante. No existieron gastos en publicidad ni intermediarios, no hubo mayor marketing que el de avisar en la página web que el disco estaba listo para ser descargado. Según *Billboard Magazine*, las regalías del artista y compositor son de US\$ 1,99 en un disco que vale US\$ 16,98. O sea, las compañías discográficas le pagan al artista el 11,7% del precio de cada álbum que venden. Para ganar US\$ 10.000.000 en dos semanas, Radiohead debería haber vendido más de cinco millones de CDs con intermediación en ese lapso de tiempo.

Hugo Pardo Kuklinski, en *Geekonomia. Un radar para producir en el postdigitalismo*, sostiene que la industria de la intermediación es la que impulsa Copyright con mayor presión diseñando barreras legales y técnicas para dificultar el acceso a la información digital. Todo ello con el propósito de lograr que el hecho de compartir un archivo no resulte atractivo ni sencillo. Pero la batalla está perdida de antemano porque se les hace muy difícil controlar el enorme mercado de la distribución que significa Internet. Me gustaría agregar que poco

pueden hacer los defensores del Copyright en detrimento del Rock 2.0 porque son los autores del contenido simbólico quienes deciden compartirlo a través de la web. El Rock 2.0 es una actitud y una visión que supera al Copyright, sin mencionar que suena un tanto ilógico aplicar las mismas leyes para el contenido tangible e intangible, o virtual.

Caso Smashing Pumpkins

Smashing Pumpkins es una banda de rock alternativo icónica de los años noventa. En septiembre del 2009, Billy Corgan, su vocalista, anunció en su blog personal (<http://billycorgan.livejournal.com/>) que sacarían un nuevo disco titulado *Teagarden by Kaleidyscope*. La verdadera novedad de este lanzamiento fue su modo de distribución: se trata de cuarenta y cuatro canciones nuevas que estarían disponibles para descargar de manera gratuita a medida de que se vayan finalizando. No se puede descargar el álbum completo, sino canción por canción desde la página oficial de la banda (www.smashingpumpkins.com). Una vez que se completara la lista de cuarenta y cuatro canciones terminadas, estaría a la venta una edición de lujo del disco.

El Rock 2.0 puede resultar perjudicial para la Industria musical tradicional porque significa saltar los procesos estandarizados de distribución y producción de bienes tangibles y, por supuesto,

una pérdida económica y una desestabilización del mercado de la música. Además, deja afuera de la escena a especialistas en imagen, publicidad y marketing ya que los artistas se encargan de su propia difusión. Estos modelos suelen ser muy creativos y personalizados ya que son los mismos músicos quienes se dirigen hacia la audiencia. El Rock 2.0 es una amenaza para las grandes corporaciones pero, sin duda, es una ventaja para las bandas independientes.

Caso Don Nadie

Don Nadie es una banda under joven de Uruguay, tienen tres discos y la gran novedad fue que anunciaron en su página de Facebook que el primero de octubre del 2010 lanzarían su tercer álbum gratis en internet. La modalidad era suscribirse en la página web (www.donnadie.com.uy) y en cuanto estuviera listo para bajar llegaba un mail que avisaba. El disco se llamó *Oferta*.

Un contador en la página anunciaba cuantos días, horas, minutos y segundos faltaban para poder descargar el disco. Cuando el momento llegó, los integrantes de la banda, a través de su página web señalaron:

Esta vez decidimos volver a regalarles el disco porque creemos que es la forma más directa de llegar a la gente. Desde tu casa y con un solo Click! Nos tenés en tu fonoteca.

Esta vez se dio así. Hoy nos conmueve y nos llena de orgullo saber que fue un disco enteramente llevado a cabo por nosotros. Desde la composición, la producción artística, la grabación, la edición, la mezcla, el master, la web, el arte, los videos, la producción ejecutiva, las reuniones, los ensayos, cambiarle las cuerdas a las violas, cargar los equipos y seguir con energías para enfrentar los altibajos de la vida del artista.

En las primeras 15 horas contaron con 450 descargas y en menos de un año 3000 personas descargaron el material discográfico, lo que resultó una verdadera sorpresa ya que la banda no era muy conocida en el under uruguayo.

También, el día del lanzamiento del disco Don Nadie explicó en su página oficial: por qué llamarlo *Oferta*:

porque además de su hondo contenido lírico, que hace referencia a la problemática social y al incierto rumbo que ha tomado la humanidad, competiríamos con libros, shampoo, pendrives, camisetas, bebidas alcohólicas, paquetes mensuales, etc, etc, etc.

Don Nadie demuestra perfectamente las características del Rock 2.0: no necesita el apoyo de una gran discográfica para grabar un álbum de calidad, subir un videoclip y tener una página web propia. Por supuesto no poseen un respaldo multinacional que les garantiza masividad, pero tienen la Web 2.0 y las estrategias para hacerse conocidos dependen de ellos mismos y su manera de avanzar, de planear

los movimientos. Luego del lanzamiento de *Oferta* y el cambio de imagen de su página web, toda la discografía de la banda puede ser escuchada o descargada gratuitamente de la web. Es un caso a ser destacado ya que son los mismos productores de contenidos quienes deciden compartir su creación de forma libre y gratuita.

Música en ausencia de copresencia

En el 2011 Don Nadie, asociado con Peloloco Estudio Corporation, llevó adelante un proyecto mediante el uso de las nuevas tecnologías. Con cuatro artistas invitados grabaron canciones en ausencia de copresencia, por medio de micrófonos y cámaras. Los temas están disponibles para descargar gratuitamente en la página de la banda y todos los videos se pueden ver en el sitio web y en Youtube. Los músicos invitados fueron figuras consagradas del rock uruguayo: Emiliano Brancchiari (No Te Va Gustar), Gonzalo Brown (Abuela Coca), Federico Braña, Nico Mora y Sheffa Giorgieff. En cuanto a los videos en Youtube, en tres meses: "Dolores" con Gonzalo Brown de la Abuela Coca fue visto 1252 veces, "Ser Humano" con Nico Mora, 544. "Oferta" con Fede Graña, 1086 y "Caminare" con Emiliano Brancchiari, fue reproducido 2459 veces. No resulta llamativo que el último haya sido el más visto ya que No Te Va Gustar es una banda emblemática del Rock Latinoamericano y su vocalista representó un gran foco de atracción mediante su participación.

Caso Cuatro Pesos de Propina

Cuatro Pesos de Propina es una banda uruguaya que surgió en el año dos mil como consecuencia de un grupo de amigos que se juntó a tocar. En el 2010, sacaron su segundo disco titulado Juan, disponible para bajar en su página web (www.cuatropesos.com), si se hace click en descargar se abre una ventana con un enlace de Megaupload para bajar el disco. La banda aclara en su sitio web: *“Si no conoces la banda.....te propongo que te consigas los discos y saques tus conclusiones.....de quienes son estos seres..... Donde lo conseguís???.....si no tenés una disquería a mano...o una que tenga el material, bajatelo!!!.....si si bájatelo de esta misma página!!!! Otra cosa que esta banda no te va a cargar es con una mochila de moralina ni de culpabilidades.....esas cargas te las ponen otros.....Salu!”*. Con un lenguaje corriente y expresivo, el grupo le habla directamente al público y aprueba la modalidad de difusión.

Si bien el Rock 2.0 se trata de compartir y una actitud determinada, responde a una necesidad. Esto refiere a que, en algunos lugares, los discos no llegan. Por ejemplo, en los negocios de discos en Comodoro Rivadavia, rara vez se consigue material de bandas de Montevideo y viceversa. El Rock 2.0 supera las barreras espaciales para lograr una mayor circulación de música. El Rock 2.0 se corresponde con las nuevas tecnologías que permiten más información y contenido.

Caso Andando Descalzo

Andando Descalzo es una banda argentina, proveniente de Mataderos, que se formó en 1995. Es un grupo reconocido en el under porteño, cuenta con presentaciones en Cemento, La Trastienda, El Teatro Flores, El Teatro Colegiales, tocaron en el Gessell Rock 2005 y en el Pepsi Music del 2006 y 2008. El 27 de septiembre del 2010, Andando desczalzo lanzó su quinto disco titulado La Quinta Armonía. El método de difusión de este contenido fue lanzado mediante Taringa (<http://www.taringa.net/posts/musica/7130686/Nuevo-disco-de-Andando-Descalzo—Descarga-Oficial.html>) y le otorga al público la posibilidad de elegir el método de descarga: mediante la página de Benditas Producciones, Megaupload, Rapidshare, Freakshare, Mediafire, Hotfile y Fileserve. O sea, distintas plataformas virtuales de almacenamiento de datos. El post de Taringa fue subido por la cuenta oficial de Benditas Producciones, una empresa argentina formada en el 2001 que se encarga de producir y distribuir contenido de bandas nacionales e internacionales. El post de Taringa, en un año, tuvo setenta y tres comentarios de usuarios. Esto, sin contar aquellos usuarios que descargaron el disco pero no pudieron comentar dada las reglas de la página ya que para hacerlo se requiere dejar de ser novato. Un extra del post de Taringa es la posibilidad de descargar el video del Backstage con material inédito. Además, apunta en dónde se puede conseguir el disco en formato tradicional y su costo.

Caso Cosecha Especial

Cosecha Especial es una de las bandas más conocidas del ambiente rockero de Comodoro Rivadavia. Una característica que distingue a Cosecha Especial es el lema *Música libre*. El 24 de mayo anunciaron que la reedición de *Libera Ritmos* estaba lista para descargar vía internet. Además, a pedido del público, adjuntaron un archivo de texto con todas las letras de las canciones. El 28 de mayo del 2011, el disco de Cosecha Especial fue recomendado en el suplemento del diario *Hoy* de La Plata. El 24 de junio del mismo año el grupo se presentó en vivo en los estudios de La de Dios, programa de radio de Reggae de Rock & Pop. Esta banda, además de tener éxito en Buenos Aires, genera un verdadero suceso cuando toca en Comodoro Rivadavia. En el verano del 2011 llenaron Estación 23 de jóvenes que fueron exclusivamente a verlos tocar. El disco se puede bajar de manera gratuita en <http://www.megaupload.com/?d=FH3ZAEHM>. Cosecha Especial es una banda en crecimiento de La Patagonia y el lema *Música Libre*, los está ayudando a posicionarse entre la juventud.

Con el caso Radiohead se ve claramente cómo el Rock 2.0 puede ser redituable. Ahora bien ¿Qué sucede con las bandas independientes? Es simple. Como señalé anteriormente el artista compositor gana el 11,7% de cada CD vendido. Indudablemente no hay mucha ganancia allí. Entonces ¿De qué viven los músicos conocidos mundialmente? La respuesta es sencilla: de los recitales. Las bandas independientes no ganan dinero con el Rock 2.0 en sí. Sin embargo, como señalé previamente, es un método de difusión. Esto significa que cuantas

más personas descarguen y escuchen a determinada banda, más atractivos se vuelven para las grandes productoras de eventos que organizan ciclos musicales y recitales. De su éxito y convocatoria depende el cachet que cobren por presentarse. Más atractivos se vuelven para, en un principio los pubs, luego los teatros y, si les va de maravilla, los estadios.

2.0 Rock llega para quedarse...

En *Cultura Libre. Cómo los grandes medios están usando la tecnología y las leyes para encerrar la cultura y controlar la creatividad*, Lawrence Lessig sostiene que el atractivo de compartir archivos musicales fue el crack del crecimiento de Internet. Impulsó la demanda para accesos más poderosos a Internet mucho más que cualquier otra aplicación. En la primera instancia se compartía música de artistas consagrados, luego la Web 2.0 comenzó a utilizarse como herramienta para difundir bandas independientes: eso es Rock 2.0. El cambio de paradigma, alejado de la Web 1.0, permite la creación de un nuevo escenario virtual en dónde millones de personas pueden compartir, opinar y expresarse. Este nuevo escenario es libre y posible. Hasta el momento se hizo referencia únicamente a las ventajas del Rock 2.0 sin embargo también existen desventajas con respecto al acceso: la famosa brecha digital. Si bien la Web 2.0 permite un acceso ilimitado al contenido y a la información, se necesita la tecnología

adecuada para acceder. Lo mismo sucede con el Rock 2.0 pero a mayor escala: no sólo se necesita acceso a internet, el software y el hardware propicio sino, que también es fundamental contar con la tecnología para crear música y contenido audiovisual: consolas de sonido, programas de grabación multipista, micrófonos de calidad, cámaras, programas de edición audiovisual, etc. Y, por supuesto, el conocimiento para utilizar la tecnología o contar con el dinero para delegar el trabajo a un profesional. Si bien, el Rock 2.0 puede sonar romántico, supone muchas barreras económicas que la mayoría de las bandas independientes no pueden costear. Sin embargo, si existe una correcta organización, se puede! : la mayor evidencia tangible es que la difusión de música independiente a través de internet cada vez es mayor.

La segunda desventaja del Rock 2.0 también se relaciona con la brecha digital pero desde el enfoque del público. Todos no poseen acceso a la tecnología que requiere estar conectado a internet, por lo tanto, todos no cuentan con la posibilidad de descargar un disco. Sin embargo, las notebooks o netbooks no son inaccesibles y la conexión a Internet inalámbrica cada vez es más frecuente en espacios públicos como colegios y universidades. Si se tiene en cuenta que es mucho más común bajar un disco que comprarlo en formato tangible, se puede observar que se puede acceder (acortando la brecha) desde cybers, casas de amigos, espacios públicos.

El Rock 2.0 no es compartir música, es que las mismas bandas compartan sus producciones. El Rock 2.0 es comprender los cambios en la Industria musical. El Rock 2.0 es la respuesta de muchas bandas

independientes que no tienen acceso a un contrato discográfico y emprenden su propio camino hacia el éxito y el reconocimiento. El Rock 2.0 genera más intercambios, más voces, más bandas. El Rock 2.0 recién comienza...

Bibliografía

Brea, J.L. (2002). *La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post) artísticas y dispositivos neomediales*. Salamanca: Consorcio Salamanca/Centro de Arte de Salamanca (Argumentos I).

Lessig, L. (2004). *Cultura Libre. Cómo los grandes medios están usando la tecnología y las leyes para encerrar la cultura y controlar la creatividad*. Traducción de Antonio Córdoba/Elástico con licencia de Creative Commons.

O'Reilly, T. (2007). What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. *Communications & Strategies* N° 65.

Pardo Kuklinski, H. (2010). *Geekonomia. Un radar para producir en el postdigitalismo*. Barcelona: Col·lecció Transmedia XXI. Laboratori de Mitjians Interactius/Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.

Ignacio Jacobo

Historietas 2.0: nuevas formas de producir y consumir historietas

Introducción

Internet ha planteado grandes cambios en la manera en que generamos y consumimos productos culturales y la historieta no es ajena a esta transformación. Desde la digitalización del material impreso, pasando por la posibilidad de dibujar y colorear utilizando una computadora, hasta la aparición de distintos dispositivos móviles para facilitar su lectura, los distintos avances tecnológicos han representado verdaderos cambios significativos en el ambiente de la historieta.

Este trabajo es parte de las reflexiones alrededor de mi trabajo de tesis de Maestría¹ en la que se analiza el sitio de Internet “Historietas Reales” ubicándolo como ejemplo de una nueva forma de producir y difundir historietas por afuera de las industrias editoriales, a través de un medio alternativo de comunicación como es Internet. En este trabajo, se intentarán mostrar las principales características que presentan las historietas en Internet, tanto en su producción como en su consumo.

1. La misma se titula “Historietistas 2.0: del fanzine al blog” y es dirigida por la Dra. Laura Vazquez

Tecnología digital a escena

Las nuevas tecnologías y herramientas informáticas han ampliado los límites en la creación y difusión de productos culturales. En el ambiente de la historieta, la utilización de la computadora y sus periféricos (tabletas digitales, lápices ópticos, etc.) y distintos programas (*Adobe Photoshop*, *Adobe Ilustrador*, *Corel Draw*, etc.) han generado una verdadera evolución en materia creativa. Tal como sostiene Diego Levis, el acercamiento a una computadora puede deberse a dos búsquedas: la (re)producción a partir de una herramienta o la experimentación pura:

En ocasiones la computadora se utiliza para crear obras concebidas para ser exhibidas sobre algún soporte físico. Pintura sin pigmento, pincel sin pelo, lápiz sin grafito, cincel sin metal, lapicera sin pluma que permiten crear sobre la pantalla de la computadora imágenes deudoras de otras técnicas representativas. Otros artistas, en cambio, buscan en la computadora un modo de decir propio, un lenguaje para este tiempo pautado por las tecnologías digitales (*Levis*, 2003, p. 18).

Este pensamiento sigue la línea de Scott Mc Cloud (2007, p. 152), quien sostiene que: “Los ordenadores reemplazan a un montón de medios físicos con un solo entorno de trabajo, pero al hacerlo, extienden muchísimo la paleta de resultados virtuales, una paleta que va creciendo más cada día que pasa...”

También debe mencionarse que la tecnología ha permitido que distintas etapas del proceso de elaboración de una historieta (el coloreado o sombreado por ejemplo) puedan ser realizadas digitalmente, lo que representa un verdadero cambio en materia de trabajo. En definitiva, lo que en un momento se realizaba mediante distintas herramientas y variadas técnicas, hoy en día puede encontrarse en la punta de un dedo: al alcance de un click.

Ahora bien, no solo los cambios se notan a la hora de la producción, también la distribución ha encontrado un nuevo canal masivo y gratuito: los blogs. Surgidos a fines de los 90 y popularizados masivamente a comienzos del siglo XXI, los blogs permiten a cualquier persona administrar su propio sitio Web y publicar en él cualquier tipo de material: texto, imagen, foto o video que confluyen y se vinculan entre sí generando diversos contenidos multimedia. A su vez estos sitios permiten una actualización constante de lo publicado, lo cual facilita al lector mantenerse informado al instante sobre las novedades y –por otra parte– el aspecto más interesante quizás de los blogs gire en torno a la interactividad entre lector y productor, como menciona Amaia Arribas Urrutia:

Puesto que los blogs se actualizan frecuentemente y permiten a los visitantes responder a las entradas, estos funcionan a menudo como herramientas sociales, para contactar con personas que están interesadas en los mismos temas y con los que llegan a formarse verdaderas comunidades, siendo los valores más destacados los de la participación y la independencia (2008, p. 2).

Así es como los historietistas se encontraron con un nuevo canal de difusión que contiene una serie de características novedosas: la posibilidad de generar contenido multimedia, la actualización constante y en vivo del contenido y el contacto directo entre lector y productor, lo que genera una conexión, un *feedback*, directo entre ambos.

Webcomics, experimentación completa

Estas nuevas herramientas y estos nuevos canales de difusión generaron el ámbito propicio para gestar un nuevo modo de hacer historieta: *los webcomics*.²

Es tal la variedad existente que si uno busca en Google la palabra *webcomic* encuentra más de seis millones de páginas que hacen referencia a ese término, pero si se focaliza la búsqueda en imágenes, encontramos que el resultado sigue siendo abrumador, 1.300.000 imágenes de *webcomics*: más de un millón de variedades.

Es que, en definitiva, Internet representa una verdadera paradoja: por un lado facilita herramientas al alcance de todos, en este sentido los “prosumidores”³ son los nuevos actores en este mapa donde

2. En términos generales, podemos definir a los *webcomics* como aquellas historietas creadas para ser difundidas a través de Internet.

3. Este concepto fue elaborado por el escritor Alvin Toffler, quien en su libro “La tercera ola” define “prosumidores” como la fusión entre productor y consumidor (1980).

consumen y a la vez pueden crear sin demasiados inconvenientes su propia historieta, pero a la larga ésto genera una verdadera saturación: si cada uno crea su propio blog y sube su propia historieta, la variedad es enorme y parece no tener techo alguno. Veremos luego como el surgimiento de sitios Web que son verdaderas revistas digitales actúan como “faros” para guiar al lector.

Ahora bien, ¿Qué novedades traen estos webcomics al mundo de la historieta? ¿Se generan verdaderos cambios radicales con la introducción de Internet en el ambiente de la historieta? Por empezar, debemos destacar que estamos frente a un fenómeno que, a grandes rasgos, tuvo sus inicios a principios de los 90, yendo de la mano con los avances que en materia de informática tuvieron lugar. Se puede tomar como el primer webcomic a la obra elaborada por Hans Bjordhal en el año 1992, “Where the Buffalos roam”.⁴ Según Francisco Molina Arcas a finales de los 90 se produce un profundo cambio en el ambiente de los webcomics:

El acceso a Internet ya era algo al alcance de la mayor parte de la población de los países desarrollados, lo que unido a la existencia de servicios de *hosting* gratuitos (o muy económicos), al acceso a ordenadores cada vez más potentes capaces de trabajar con imágenes de gran resolución y a periféricos como escáneres y tabletas digitales, hizo posible el nacimiento de cientos de webcómics por parte de autores anónimos que veían en la red una

4. Bjordhal, H. “Where the Buffalos roam” Consultado el 04 de Agosto de 2011 de <http://www.shadowculture.com/wtbr/index.html>

posibilidad de difundir sus obras entre un público potencial de millones de personas (Molina Arcas, 2007, p. 4).

Entre los ejemplos de webcomics que tomamos como muestras de nuevas formas de producir y consumir historieta, destacamos "The Worm World Saga"⁵ de Daniel Lieske. En esta obra, el autor plantea un sentido de lectura vertical, donde el lector con el *scroll del mouse* va leyendo de arriba hacia abajo. Este es un ejemplo de cómo se puede lograr cambiar el sentido de lectura tradicional occidental (de izquierda a derecha) por uno no tan convencional, más perteneciente al modo de lectura digital (de arriba hacia abajo).

Otro caso es el de "His face all red"⁶ de la autora Emily Carroll, sigue el mismo sentido de lectura que el trabajo de Lieske, pero en este caso uno debe "pasar" de paginas. Por otra parte "Ada Starfield"⁷ de Darcie Frederick, puede ser considerada una verdadera novela grafica online, en la que se aprecia como la autora logra romper con la idea de los globitos clásicos que encierran el dialogo o pensamiento de los personajes, para aprovechar todo el espacio y utilizarlo a su gusto: Texto e imagen se unen y forman un contenido.

Por último tomamos el caso de "Hobo Lobo of Hamelin"⁸ de Stevan

5. Lieske, D. "The Worm World Saga" Consultado el 04 de Agosto de 2011 de <http://wormworldsaga.com/>

6. Carroll, E. "His face all red" Consultado el 04 de Agosto de 2011 de <http://emcarroll.com/comics/faceallred/01.html>

7. Frederick, D. "Ada Starfield" Consultado el 04 de Agosto de 2011 de <http://www.latercomics.com/ada/ch1/>

8. Živadinović, S. "Hobo Lobo of Hamelin" Consultado el 04 de Agosto de 2011 de <http://hobolobo.net/>

Živadinović, una obra en la que a medida que vamos trasladándonos de izquierda a derecha van apareciendo en escena distintos personajes y objetos. Por otra parte, es interesante que el autor ponga a disposición del público el código fuente a través de la licencia de Creative Commons para que la gente pueda utilizarlo a la hora de crear su propia historieta. En todos estos trabajos, se notan verdaderas metamorfosis en la composición de las viñetas, una demostración de que la utilización del espacio y los recursos parece no tener límite, y en este aspecto la tecnología muestra uno de los desafíos más interesantes.

La barrera entre historieta y arte parece difuminarse a medida que vamos asistiendo a la aparición de obras que apuestan cada vez más a la experimentación. Por otra parte el monitor (o dispositivo) es una ventana, en la que uno puede viajar para cualquier lado: ya sea el sentido tradicional de lectura, de manera vertical, horizontal, etc. Citando a Mc Cloud (2007, p. 230) "los comics digitales pueden ofrecer soluciones potenciales para casi cualquier desafío narrativo, a diferencia de lo que ocurre con la imprenta"

Revistas digitales

Frente a la aparición de los webcomics, también comenzó a tener lugar el surgimiento de sitios online que recopilan y publican distintas obras, generando verdaderas revistas digitales. En algunos casos, son una demostración más de cómo los autores se mantienen actualizados

en materia de novedades tecnológicas y buscan sacarles su propio provecho. En otros casos, representan una alternativa sumamente viable para que los autores puedan difundir sus trabajos.

En nuestro país existen varios ejemplos de estas auténticas “revistas online”, casos como los de “Historietas Reales”⁹ o “Cuadritos, periodismo de historieta”.¹⁰ En el primero uno puede acceder a trabajos de distintos autores que tienen un calendario de publicación determinado, por lo que día a día uno puede consumir una gran variedad de historietas. Cuadritos, en cambio, es un sitio que promueve un variado contenido en torno a la historieta: sitio de reflexión sobre esta, promoción de nuevas publicaciones o actividades relacionadas y últimamente también se ha volcado a publicar producciones.

Por otra parte, Ediciones Noviembre difunde “Revista Noviembre”,¹¹ siendo una publicación tanto online como en papel que recopila el trabajo de distintos autores.

En materia internacional cabe destacar el trabajo que lleva adelante el sitio “El Estafador”,¹² quienes plantean una suscripción vía correo electrónico donde uno puede recibir los distintos números de esta publicación, en la que diferentes autores de habla hispana muestran sus trabajos.

9. Historietas Reales. Disponible en <http://historietasreales.wordpress.com/> Consultado el 04 de Agosto de 2011

10. Cuadritos, Periodismo de historieta. Disponible en <http://avcomics.wordpress.com/> Consultado el 04 de Agosto de 2011

11. Ediciones Noviembre. Disponible en <http://edicionesnoviembre.blogspot.com/> Consultado el 04 de Agosto de 2011

12. El Estafador. Disponible en <http://elestafador.com/> Consultado el 04 de Agosto de 2011

La aparición de los blogs y sitios como los mencionados que actúan como revistas digitales generan verdaderos cambios en los hábitos de lectura. Es interesante el análisis que realiza Rodrigo Otávio dos Santos en cuanto a los beneficios que plantea Internet para los autores:

[...] varios artistas comenzaron a producir grandes arcos de historias, que se extienden por varios días y, a veces durante meses. Gracias al archivo, sin embargo, sus lectores no necesitan ir muy lejos para comprender toda la historia. Es suficiente un hipervínculo que le indique al lector cual es la tira cómica que comenzó la historia para saciar su curiosidad y, lo más importante, para que no deje de leer gracias al desconocimiento de los hechos que ocurrieron hasta el momento (Otávio dos Santos, 2010, p. 3, traducción del autor).

La introducción a la idea de un archivo es algo novedoso: la mayoría de los sitios ofrecen la posibilidad de poder acceder a distintas bases de datos que acumulan un registro de todo el trabajo que realiza cualquier autor, lo que simplifica enormemente, como señala Santos, la posibilidad de que el lector pueda acceder a la totalidad de la obra o leer lo que más le interesa.

Por último, cabe mencionar que estos sitios sirven como una verdadera alternativa frente a la falta de oferta por parte de las editoriales para publicar revistas o libros de historietas en papel. Por otra parte, la posibilidad de mostrar su trabajo a través de Internet sirve como

vidriera para que el autor pueda difundir sus trabajos e intentar captar alguna oferta de un sello editorial.

Este punto abre una serie de preguntas ¿El blog es tomado como una vidriera de profesionalización buscando ser encontrado por alguna editorial? ¿Es una cuestión netamente económica o será que las costumbres están cambiando y la digitalización es la nueva manera de “hacer” historietas?

También debemos mencionar que con la utilización de Internet se abre la posibilidad de promocionar trabajos (como realiza Ediciones Noviembre) o distinto tipo de *merchandising*.¹³

Nuevos dispositivos, nuevos mercados

Hasta aquí hemos visto como la aparición de Internet, la utilización de los blogs y la posibilidad de utilizar herramientas de computación han generado verdaderas (re)evoluciones en el campo de la historieta. En este punto debemos detenernos a analizar el tema de los soportes: del papel al monitor fue el primer paso, hoy en día la aparición de las tabletas, las consolas portátiles, las netbooks y los

13. Tal es el caso de la tira “Cyanide & Happiness”, que posee una tienda online (<http://store.explosm.net/>) en donde uno puede adquirir distintos productos relacionados con la tira cómica: remeras, peluches, libros, aplicaciones para celulares, etc.

celulares *smarthphone* han transformado por completo el hábito de lectura¹⁴.

Si bien es cierto que con la revista la movilidad siempre estuvo presente, con el surgimiento de la digitalización de las historietas y los webcomics, la posibilidad de poder leer en todas partes en un primer momento se vio limitada por los dispositivos existentes.

Los nuevos dispositivos plantean nuevas fronteras de lectura (y nuevos mercados también). El ejemplo de la consola portátil de Sony PSP sirve para explicar estos cambios: por un lado, la PSP permite a los usuarios leer historietas en todas partes: subte, colectivos, colegios, etc. Cualquier lugar que el lector elija como su espacio de lectura es posible. En esta misma sintonía se mueven las tabletas, era cuestión de tiempo que luego de la aparición de los e-books aparecieran los e-comics.¹⁵

Los grandes sellos norteamericanos (Marvel, DC, Darkhorse, etc.) vieron en los e-comics un nuevo mercado para explotar y así fue como

14. En materia de celulares vale la pena mencionar la obra de Sergio Carrera "Buenos Aires Eterna", la primera historieta nacional que fue adaptada para ser visualizada a través de los teléfonos I-Phone. Para más información, consultar el trabajo de E. Klopman (2010) "El medium es el mensaje. Buenos Aires eterna de Sergio Carrera: Una historieta argentina en la frontera de los medios" En: Actas del Primer Congreso Internacional de Historietas Viñetas Serias (Buenos Aires 23-25 de septiembre de 2010) Disponible en http://www.vinetas-sueltas.com.ar/congreso/pdf/Historieta_Mercado_y_Nuevas_Estrategias_De_Edicion/klopman.pdf. Consultado el 20 de Octubre de 2010

15. E-comics se utiliza para hacer mención de aquellas historietas que surgen en papel y luego son comercializadas a través de versiones digitales en tiendas virtuales.

paulatinamente comenzaron a ofrecer las historietas a través de sus propias tiendas virtuales.¹⁶

Colectivos digitales

Más allá de las innovaciones tecnológicas y los nuevos dispositivos que promueven la lectura, debemos mencionar aquellos proyectos que surgen como verdaderas novedades y que buscan llevar la historieta a otro nivel y vincularla con la creciente participación del internauta en las redes sociales.

En este caso, mencionamos el novedoso trabajo que realiza el historietista Kenneth Moore llevando adelante "Atwomic": la unión de la historieta y *Twitter* da sus primeros pasos.

La idea de Moore es novedosa y llamativa, pretende que mediante 140 caracteres se puedan gestar distintas escenas que forman parte de un guión y estas sean llevadas al papel a través de cualquier historietista que posea cuenta de *Twitter*. Este medio lo que posibilita es que haya tantas interpretaciones como historietistas se pongan en contacto, a través de su cuenta (@Atwomic) se puede seguir el trayecto de este proyecto, que ya posee un primer capítulo.¹⁷

16. Hace poco tiempo Marvel anunció que a partir del mes de Abril de 2012 se podrán adquirir las distintas historietas en papel y en formato digital al mismo tiempo. (http://www.comicdigital.com/3796_1-Marvel_se_digitaliza.html)

17. Puede leerse en http://issuu.com/atwomic/docs/atwomic_seq_1 . Consultado el 04 de Agosto de 2011

Ejemplos como los de Moore demuestran como los historietistas encuentran en Internet nuevas formas de expresión, realmente estamos en presencia de un momento en el que los paradigmas de producción y consumo de historietas van cambiando a la par de las innovaciones tecnológicas. Como sostiene Laura Vazquez (2010, p. 319), se produce un verdadero desdibujamiento de las fronteras: “[...] la pregunta ya no es tanto hacia donde va la industria de la historieta, sino qué es la historieta, cuáles son sus límites y cuáles los contornos de su lenguaje”.

Conclusión

En este breve artículo he tratado de mostrar, a grandes rasgos, las nuevas tendencias en materia de historieta; entiendo que la utilización de la computadora como una herramienta e Internet como medio de difusión han generado una verdadera revolución en materia de producción, consumo y circulación. En este sentido, la aparición de nuevos dispositivos digitales ha generado que los historietistas busquen adaptar su obra a nuevos modos de lectura, lo cual presupone un desafío.

Los avances tecnológicos han abierto una puerta en la producción y el consumo de las historietas. Artísticamente existen las más variadas herramientas para crear y en materia de consumo la diversidad de productos es asombrosa.

Propuestas como las de Kenneth Moore realmente nos interroga sobre la esencia misma de la historieta: ¿lo que llamamos hoy en día *historieta*, es el mismo producto cultural del siglo pasado? ¿Estas nuevas producciones multimediales, pueden ser tomadas como historietas?

Indudablemente, la historieta como producto de la Industria Cultural, se adapta a los cambios del mercado. Al expandirse los límites, la historieta puede experimentar libremente, manteniendo su esencia invariable o empujando sus fronteras hasta llegar a convertirse en verdaderos productos culturales multimedia.

Bibliografía

Arcas, F. M (2007). *Historia y evolución de la presencia del cómic en Internet*. Obtenido el 06 de Diciembre de 2011 de <http://webcomiqueros.files.wordpress.com/2009/02/historiaevolucionweb.pdf>

Dos Santos, R.O (2010). "Webcomics e o Arquivamento Digital: A Revolucao Do Acervo". Disponible en: *Actas del Primer Congreso Internacional de Historietas Viñetas Serias* (Buenos Aires 23–25 de septiembre de 2010). Obtenido el 20 de Octubre de 2010 de <http://www.vinetas-sueltas.com.ar/congreso/pdf/HistorietaMercadoyNuevasEstrategiasDeEdicion/dossantos.pdf>

Levis, D. (2003). *Arte y Computadora, del pigmento al bit*. Buenos Aires: Norma.

Mc Cloud, S. (2001). *La revolución de los cómics*. Barcelona: Norma.

Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Bogotá: Ediciones Nacionales.

Urrutia, A. A. (2008). "Los blogs en la comunicación empresarial". Obtenido el 01 de Noviembre de 2010 de www.dialogosfelafacs.net/76/articulos/pdf/76AmaiaArribas.pdf

Vazquez, L. (2010). *El oficio de las viñetas*. Buenos Aires: Paidós.

Tercera Parte:
Medios, agendas
y prosumidores.

Alejandro Rost
**Periodismo y redes sociales:
por qué y para qué¹**

La velocidad de los cambios

Cuando uno se pone a revisar y estudiar la breve historia de Internet, y la Web en particular, hay un aspecto central que a mí me llama mucho la atención: es *la velocidad* en la que se producen los cambios.

Todo transcurre muy rápido. Tan rápido que a veces no nos detenemos a pensarlo. Y además, lo hace cada vez *más* rápido.

Basta sólo revisar las fechas de inicio del funcionamiento de los sitios con mayor cantidad de visitas en el mundo para visualizar lo que digo:

1. Google: 27 de septiembre de 1998
2. Facebook: febrero de 2004 (aunque recién fue abierta a todos desde septiembre de 2006).
3. Youtube: febrero de 2005
4. Yahoo: enero de 1994

1. Una versión similar de este artículo fue publicado en el libro del 4to Foro Internacional de Periodismo Digital en Rosario, que se realizó en junio de 2011.

5. Blogger: agosto de 1999
6. Baidu.com: fines de 1999
7. Wikipedia: 15 de enero de 2001
8. Hotmail: 1996
9. Twitter: marzo de 2006

Aclaro que este ranking de sitios es de Alexa (del 3 de junio de 2011), que tiene un sistema de medición de visitas objetable metodológicamente. En realidad, no tenemos buenos sistemas de medición de tráfico en Internet. Así que estos datos no nos permiten hilar muy fino, pero nos sirven al menos para describir un panorama general.

Haciendo esta salvedad, entre estos nueve sitios podemos identificar tres grupos según su antigüedad. Hay dos que son los más antiguos: Yahoo y Hotmail (la antigüedad en la Web son 15 ó 17 años). Hay un segundo lote de sitios que fueron creados hace 10 y 12 años, aunque parece que estuvieran con nosotros desde toda la vida: Google, Wikipedia, Baidú (buscador chino) y Blogger. Y los más nuevos que tienen apenas cinco o seis años de existencia: Facebook, Youtube y Twitter.

En síntesis, la mayoría no existían hace sólo 12 años.

La totalidad de estos sitios existen por el aporte de contenidos de los usuarios. Son plataformas abiertas en las que los contenidos los generan miles o millones de personas. Los ejemplos más claros de esto son la *Wikipedia*, *Facebook*, *Twitter*, *Youtube* y *Blogger*.

La Web social

Estos sitios han dibujado otra geografía en la Web. Y esta transformación se ha producido a partir de la participación creciente de los usuarios y de la innovación tecnológica.

Por eso surge el término Web 2.0 que intenta maniatar y congelar esta realidad en una foto y ponerle nombre a estos cambios. Como toda foto, muestra algunas cosas y deja de lado otras.

Porque no hay tampoco un reemplazo lineal de una web por otra. Como bien dice Carlos Scolari, "las nuevas tecnologías no desplazan a las anteriores ni se suceden linealmente en una cuenta regresiva hacia el paraíso digital, sino que transforman el ecosistema al interactuar entre sí y dar lugar a nuevas configuraciones" (2008, p. 201).

Lo cierto es que la Web social de hoy se parece muy poco a la de hace algunos años atrás. Las páginas en la Web comenzaron imitando las páginas de un libro o un diario. Como una web estática, invariable, una web de datos.

Ahora predomina una Web de flujos, mucho más dinámica. Cada página es un contenedor alimentado por múltiples fuentes y usuarios. Hay diálogos, intercambios, interacción constante, comentarios, contenidos aportados por los propios usuarios. Las redes sociales, particularmente, son el mejor ejemplo de ello.

Es una Web para ser escrita, no sólo para ser leída, como anticipaba ya hace unos años Dan Gillmor (2004).

Muchos de estos sitios que veíamos como los más visitados encarnan a esta Web social. Pero, hasta ahora, tampoco han llegado

a reemplazar a la otra Web, sino que conviven y se transforman mutuamente.

Todos estos cambios tienen un origen sociotécnico: es decir, tienen tanto una base de innovación y desarrollo tecnológico en el medio como también una base social, dado por el uso que se le da a cada herramienta.

Es decir, no hay una relación unidireccional de la tecnología con la sociedad. Sino una relación de mutua influencia. Esto es importante tenerlo en cuenta para no caer en reduccionismos y en un determinismo tecnológico. No es solamente la tecnología que le hace "cosas" a la sociedad sino también qué hace la sociedad con esa tecnología. Hay infinidad de ejemplos de tecnologías que se crean para darle un uso determinado y terminan siendo utilizadas con un fin y una apropiación totalmente distinta. La misma Internet es ejemplo de ello.

Cuatro etapas en el periodismo participativo

Y ¿qué tiene que ver todo esto con el periodismo? Bueno, mucho.

La Web es un territorio de actuación del periodismo cada vez más importante. Está ocupando un lugar central no sólo para recoger información sino para publicarla, difundirla, compartirla e interactuar a través de ella.

Podemos identificar cuatro etapas en la implementación de

opciones de interactividad comunicativa en los 15 o 16 años que llevamos de periodismo en Internet. No me voy a extender en esto, sólo las voy a enumerar rápidamente para poner los hechos en contexto.

La primera etapa de la participación en los primeros sitios web es de presencia institucional o corporativa, donde los medios ofrecen escasas posibilidades de participación. Los sitios importan las clásicas cartas de lectores de los diarios impresos y suelen publicar no más de una dirección de correo electrónico. En el mejor de los casos, introducen alguna encuesta o foro.

La segunda etapa es de participación marginal, que empieza a partir de 1999 aproximadamente, con la consolidación de los foros y las encuestas, donde los usuarios participan en lugares más bien apartados de las noticias. Sin embargo, la opinión de los lectores no se mezcla con los contenidos propios del medio; incluso, en muchos casos, ni siquiera se vincula hipertextualmente. El discurso del medio va por un lado y el discurso de los usuarios va por otro y pocas veces estos caminos se cruzan (Rost, 2006). Los medios admiten la expresión del lector pero le dan la espalda a lo que exponen.

Y luego vienen las dos últimas etapas, que son las más interesantes. La tercera se da desde 2006 aproximadamente, cuando los medios absorben tres opciones interactivas "nuevas": los blogs, los comentarios debajo de cada noticia y los canales de periodismo ciudadano. Este cambio es notable para el periodismo porque el usuario común se comienza a mezclar con los periodistas en la construcción de la actualidad. Los lectores se vuelven más visibles y todo esto genera

también un sinfín de problemas, despierta muchos abusos, muchas críticas y mucha resistencia en las redacciones.²

Y la última etapa es la que se da a partir de 2009 y es cuando los sitios de noticias comienzan a utilizar las redes sociales en una doble dirección: por un lado, las introducen dentro de sus propias páginas y, por otro, vuelcan sus propios contenidos dentro de estas mismas redes sociales para ser distribuidos a sus seguidores y fans.

Y digo “vuelcan” porque en general los medios vuelcan automáticamente los mismos contenidos de sus webs en Facebook y Twitter. Se da el mismo proceso que ocurría con los primeros periódicos digitales que volcaban los contenidos de la edición impresa en la Web sin ninguna adaptación hasta que poco a poco comenzaron a crear contenidos propios que explotaran las posibilidades del medio. Ahora, se vuelcan los de la Web en Facebook y Twitter hasta que poco a poco tengamos contenidos adaptados específicamente para cada red social.

Estos cuatro momentos no son taxativos sino que sólo constituyen una categorización que persigue un fin analítico. No es una fotografía de todos los sitios de noticias sino, en todo caso, de los más influyentes. Una nueva opción interactiva no necesariamente reemplaza a otra sino que usualmente se acumulan o transforman mutuamente (Rost, 2010a).

En este recorrido, puede advertirse una tendencia de los sitios de noticias a abrir nuevas posibilidades de participación, sincrónicas

2. Sobre las preguntas que genera la participación y algunas posibles respuestas, véase Rost (2010).

y asincrónicas. Los lectores se han hecho más visibles y están más cerca de los contenidos periodísticos. No obstante, el medio siempre mantiene el control final de los contenidos (Hermida y Thurman, 2008; Domingo et al., 2008).

Los medios están valorando cada vez más las redes sociales aunque no siempre saben cómo utilizarlas. A principios de este año, participé en una investigación dirigida por Elvira García de Torres en la que analizamos el uso de las redes sociales por parte de 27 sitios de noticias locales y regionales de distintos países de Iberoamérica. Entrevistamos a 22 directores de estos medios y encargados de las redes. Allí pudimos ver que las redes son altamente apreciadas, en especial Facebook y Twitter, por varias razones:

1. Para recoger información
2. Para diseminar información
3. Para llegar a lectores localizados fuera de la región
4. Para llegar a gente joven o aquellos que no leen los periódicos en un formato tradicional (García de Torres et al., 2011).

¿Por qué son importantes las redes sociales para el periodismo?

El periodismo trabaja en la construcción de la actualidad.

Contribuye a crear un “presente social de referencia”, como definía Lorenzo Gomis (2000) a la actualidad.

Y resulta que una parte importante de nuestro presente social de referencia se está construyendo cada vez más a través de lo que contamos y compartimos en la Web y, particularmente, en estas redes sociales.

Ahí conviven contenidos socialmente significativos con contenidos irrelevantes para muchos pero quizás interesantes o incluso importantes para un grupo de individuos.³

Allí se mezclan contenidos públicos y privados, en una línea difusa que cada vez resulta más difícil de diferenciar. Lo privado se hace público en las redes y lo público se “privatiza” de alguna forma en cada perfil de Facebook o de Twitter.

Si mucho de lo que nos sucede, nos preocupa, nos afecta, nos alegra, nos entristece... se comparte en la Web y, especialmente, en las redes sociales, el periodista tiene que estar ahí. Por tres razones:

- Recepción: buscar información e ideas para sus noticias
- Difusión: Publicar y difundir sus contenidos en forma personalizada
- Interacción: Interactuar con otras personas (periodistas, lectores, fuentes).

Una aclaración importante: no es que toda la actualidad de pronto

3. Un hecho es “interesante” cuando genera comentarios en la gente. Y es “importante” cuando genera consecuencias en la vida de las personas (Gomis, 2000).

pase por ahí. De hecho, casi la mitad de los argentinos no se conecta nunca a Internet y una cuarta parte de los que se conectan no tiene Facebook, por ejemplo (datos de mayo 2011). Si bien no hay una correlación lineal en esto (esa masa de gente puede contarnos muchas cosas), si sólo nos guiáramos por lo que pasa allí, nos quedaríamos sin ver lo que le sucede a mucha gente.

La calle sigue siendo la principal fuente de información, la calle es el lugar que nos muestra en forma más completa lo que pasa. Y todas las calles, no sólo las del centro. Estar en el lugar donde suceden las cosas, hablar en forma directa y cara a cara con los protagonistas de cada historia en su propio contexto de actuación nos aporta una cantidad de información que, por lo menos hasta ahora, la tecnología no ha podido sustituir.

Pero está claro que en la Web pasan cosas, circula mucha información y el periodista no puede obviarlos. Tanta información que agobia, nos inunda y nos sobrepasa por todos lados. Y nos obliga a tener los mejores filtros para que nos llegue lo que realmente pueda ser interesante e importante para cada uno.

Y si para el periodismo, Internet es el factor de cambio más importante que le ha pasado en las últimas décadas, para Internet, las redes sociales son el cambio más destacado de los últimos años.

Porque las redes han generado un escenario de actuación en el que los usuarios y usuarias se sienten con mayor comodidad para expresarse y para interactuar socialmente. Esto obliga al periodista a involucrarse en las redes para comprender su lógica de funcionamiento y su lenguaje. No se puede entender las redes si no se usan.

Periodismo en tuits: los casos más resonantes

De las redes sociales disponibles, sin duda que Facebook y Twitter son, actualmente, las más importantes para el periodismo. Ambas son cajas de resonancia de acontecimientos sociales, espacios de difusión personalizada y de interacción.

Facebook es la de uso más extendido (15 millones de usuarios en la Argentina en mayo 2011) y permite llegar a mayor cantidad de gente. Por eso es la más valorada como canal de difusión de contenidos.

Twitter, con una cantidad de usuarios 10 veces menor, es el canal de las primicias y de un contacto que no exige reciprocidad. Es, quizás, la más usada por los periodistas y la más valorada como canal de recepción de noticias.

Twitter se ha ido inclinando cada vez más hacia el espacio de lo público. De hecho, se intenta mostrar como “una red de información en tiempo real” antes que una red social, tratándose de diferenciar así de Facebook.⁴ Produce mayor cantidad de contenidos socialmente relevantes. Y el periodismo, como decíamos, trabaja con contenidos que son socialmente relevantes, ya sea por su importancia, por el interés que despiertan o por ambos factores.

De todos modos, todo depende de quién la use y cómo se use. Facebook puede aportar usos periodísticos muy interesantes. Y, a la inversa, Twitter puede ser usado sólo como un diario personal sin mayor impacto en la construcción de la actualidad.

4. “Twitter es más que una red social, es una red de información de tiempo real motorizado por gente alrededor del mundo”, se autodefine en su propio blog. En Twitter Blog (2010) “Fútbol y blog”. 18 de mayo. Disponible en: <http://blog.es.twitter.com/2010/05/futbol-y-twitter.html>

Me voy a detener en la historia de Twitter y los momentos más destacados que ha tenido para el periodismo.

Marzo 2006: el primer tuit

Fue de Jack Dorsey, uno de los fundadores de esta red social: "Inviting coworkers", decía.⁵ Fue el 21 de marzo de 2006, hace apenas cinco años. Todavía ni se llamaba "Twitter" sino "Twttr" y se empezó a usar como proyecto de comunicación interna de una pequeña empresa en San Francisco. Recién en octubre de ese año se abrió al público en general.

"El primer modelo de Twitter puede ser resumido como una red social para pocos contactos, basada en los mensajes cortos para celulares, y concentrada en decirle a tus contactos dónde estabas y qué actividad estabas llevando a cabo", recuerda Jorge Gobbi (2010). Sin embargo, los usuarios "en lugar de usar los SMS como principal canal de actualización, se volcaron a la interfaz Web. Y en lugar de aceptar la definición de los desarrolladores, comenzaron a darle diferentes usos: una forma rápida de crear un blog –y de allí viene la palabra "microblogging", que todavía se usa para definir a Twitter–, un chat asincrónico, una herramienta de marketing para promover productos, un canal para contar primicias y noticias, y muchos otros usos" (Gobbi, 2010).

5. <http://twitter.com/#!/jack/status/29>

Bombay , noviembre 2008: primeras experiencias

Uno de los primeros hechos con repercusión periodística en Twitter fue el de los atentados de Bombay en la India en noviembre de 2008. En ese momento se alcanzó un flujo de 500 mensajes por minuto con la etiqueta #mumbai.⁶ Fue entonces “cuando la marca Twitter se dio a conocer en todo el mundo”, según Gabriel Sama, consultor de Innovation International Media (Sama, 2009: 58).

Es interesante contrastar con lo que ocurrió el 2 de mayo pasado, cuando fue el asesinato de Bin Laden. Se alcanzó allí un pico 612 veces mayor al de Mumbai ya que se llegaron a publicar más de 5100 tuitos por segundo (306 mil por minuto) con una tasa sostenida durante casi cuatro horas de 3440 mensajes por segundo.

Hudson, enero 2009: el tuit bisagra

La foto del avión amerizando sobre el río Hudson en enero de 2009 fue el primer caso de fuerte impacto periodístico. La publicó en Twitter un usuario común y luego fue levantada y llevada a la tapa de muchos diarios en Estados Unidos.

“Hay un avión en el Hudson. Estoy en el ferri yendo a rescatar a la gente. Loco”, publicó Janis Krums con un iPhone.⁷

A partir de ese momento, Twitter se empezó a consolidar como caja de resonancia y amplificación de las revueltas políticas, elecciones,

6. <http://www.hoytecnologia.com/noticias/Twitter:-mensajes-minuto-sobre/87450>

7. Todavía se conserva ese tuit: <http://twitpic.com/135xa>

desastres naturales y acontecimientos que involucren a personas famosas. De ser una red social para amigos y familiares pasó a constituirse en una red para compartir información permanentemente actualizada.

Diez meses después, en noviembre de 2009, modificó su pregunta disparadora: “qué estás haciendo” (más vinculada al ámbito de lo privado), por el “qué pasa” (más orientada a lo público, lo social). Oficialmente lo explicaba así: “El modelo imprescindiblemente abierto de Twitter ha creado un nuevo tipo de red de información que ha superado el concepto de actualizaciones personales de estatus. Twitter te ayuda a compartir y descubrir lo que está pasando ahora mismo con las cosas, personas y acontecimientos en los que estás interesado. ¿Qué estás haciendo? ya no es la pregunta adecuada. Empezando por hoy mismo, lo hemos reducido en dos caracteres. Twitter ahora pregunta: “¿Qué pasa?”.⁸

Revueltas políticas: la red para la acción

Junio 2009: Irán y Honduras

Por la misma época se produjeron dos protestas importantes. Una contra el régimen iraní, en la que Twitter sirvió de plataforma para organizar las movilizaciones. Proliferaron los avatares verdes

8. Twitter blog (2009) “¿Qué pasa?”. 29 de noviembre. Disponible en: <http://blog.es.twitter.com/2009/12/que-pasa.html>

que simbolizaban el apoyo a los manifestantes. Y desde allí se difundieron las imágenes de Neda, la joven estudiante de filosofía que fue asesinada en las protestas y fue filmada en plena agonía. Esas imágenes subidas a Youtube dieron la vuelta al mundo (Gonzalo, 2009).

Casi al mismo tiempo se producía un golpe de estado en Honduras y otra vez Twitter se convirtió en canal de información sobre el conflicto político. Cientos de personas volcaron mensajes informativos bajo los hashtags #honduras y #crisishn (Arcos, 2009).

En ambos casos, había censura, los canales tradicionales de comunicación no operaban con libertad y muchos sitios web estaban bloqueados. Incluso en Irán muchos periodistas se habían ido porque no les habían renovado las visas.

30 septiembre de 2010, Ecuador: todo el espectro de fuentes

Un año después, en Ecuador ocurrió un Golpe de Estado al presidente Correa. Es muy ilustrativo analizar este caso porque allí el poder de Twitter se manifestó a través de gran parte del espectro posible de fuentes. En este hecho podemos encontrar:

1. Diversidad. Una pluralidad de fuentes iban contando lo que sucedía desde la calle. Cuando hay tantos protagonistas en tantos lugares en forma simultánea, el periodismo requiere de muchas voces para armar una composición de lo que está pasando.

2. Testigos directos y privilegiados. Pero también permitió acceder a fuentes privilegiadas y directas que estaban en el lugar preciso

donde sucedía lo más importante. Como el caso de la periodista Susana Morán que tuiteó desde el baño del hospital donde estaba “detenido” el presidente Correa.⁹

3. Fuentes oficiales. El gobierno de Ecuador fue relatando lo que ocurría desde Twitter. Es más, anunció el Estado de sitio a través de Twitter, algo inédito. Los presidentes latinoamericanos emitieron declaraciones a través de esta red.

4. Anticipación. La información llegaba antes por Twitter, como ya sucedió luego en todos los últimos hechos de relevancia mundial o nacional. Por ejemplo, las fotos llegaban antes a las redacciones por Twitpic que por agencia. Aún así, entre ambas se complementaban, como decía un periodista del diario La Nación.¹⁰ Las declaraciones en directo de Correa desde el hospital también tenían otro poder de propagación a través de Twitter.

Es decir, fuentes oficiales, fuentes no oficiales, testimonios directos, testimonios diversos: todos los protagonistas estaban contando en tiempo real lo que estaba sucediendo (Rost, 2010b).

Enero–mayo de 2011: Revoluciones árabes

En las revoluciones en los países árabes (Túnez, Argelia, Egipto, Siria...) también las redes han sido un tejido importante para la organización y la expresión en las calles de millones de personas. El

9. Véase: <http://twitter.com/#!/susanamorg/status/26037749529>

10. <http://twitter.com/#!/fernandezpm/status/25999132005>

sociólogo Manuel Castells ha llegado a decir que las redes fueron una condición necesaria para que estas protestas se produjeran (Rost, 2011b). No sé si hasta ese punto, pero sí que su importancia ha sido indiscutible en estas sociedades para “perder el miedo”, pensar en la posibilidad del cambio y trasladar la protesta a las calles.

Algunos medios llevaron a sus páginas esa conversación pública. Al Jazeera lanzó *The Stream* (<http://stream.aljazeera.com/>) como un agregador de fuentes, en el que los medios sociales son los principales protagonistas (Lajas, 2001; Lupo Sonnenbend, 2011).

Algo similar ocurrió recientemente en España con las acampadas en las plazas de las distintas ciudades. Era interesante ver cómo los manifestantes iban cambiando de hashtag (etiqueta) para mantener siempre el tema entre los más mencionados en Twitter (Rodríguez, 2011).

2 de mayo de 2011: asesinato de Bin Laden, la primicia

El asesinato de Osama Bin Laden se conoció primero en Twitter. Desde Abbottabad en Pakistán, un consultor tecnológico, Sohaib Athar, fue el primer testigo de la operación militar contra el líder de Al Qaeda con sus tuiteos, aunque sin saber de quién se trataba.¹¹

Keith Urbahn, jefe del gabinete de Ronald Rumsfeld en el Departamento de Defensa del gobierno de George W. Bush, adelantó con un tuit la muerte del terrorista más buscado.¹²

11. <http://twitter.com/#!/ReallyVirtual/status/64912440353234944>

12. <http://twitter.com/#!/keithurbahn/status/64877790624886784>

Fue antes de que el director de Comunicación de la Casa Blanca, Dan Pfeiffer, anunciara a los periodistas acreditados, enviara SMS a los medios y publicara en Twitter la inminente aparición del presidente para dirigirse a la Nación (Varela, 2011).

El asesinato de Bin Laden registró además la tasa de tuitos más alta “de forma sostenida” en la historia de la red social.

Desastres naturales: la red en alerta

Twitter se vuelve fundamental para acontecimientos que protagonizan en forma simultánea muchas personas, en las que cada una de ellas puede ser una fuente posible de información por lo que le sucede en carne propia o ve con sus propios ojos.

Así ha ocurrido con los últimos tres desastres naturales:

- Terremoto en Haití (12 de enero de 2010)
- Terremoto en Chile (27 de febrero de 2010)
- Tsunami en Japón (11 de marzo de 2011)

En el caso de Japón, se registraron 5530 tuits por segundo. Los videos tuvieron un alcance increíble.

Twitter sirve acá como red de ayuda, de alerta. Y también, como red distribuida de información.

Elecciones: red de “corresponsales”

Urnas 2009, 28 de junio de 2009

Las elecciones son una excelente oportunidad para utilizar las redes sociales. Porque son acontecimientos que, como los desastres naturales, tienen cientos o millones de protagonistas. Cada elector puede contar desde su lugar cómo se están desarrollando los comicios y, sobre todo, qué información conoce a las 18, cuando se cierran las mesas.

Las elecciones legislativas del 28 de junio de 2009 en la Argentina fueron las primeras en las que Twitter tuvo una presencia destacada como herramienta para la crónica política en vivo. Fue una cobertura distribuida minuto a minuto. *La Nación* y *Perfil* acordaron un hashtag común (#urna2009) y luego se sumaron otros medios (Rost, 2009a).

Las próximas elecciones presidenciales van a ser otra ocasión para testear el comportamiento de los medios sociales.

Declaraciones políticas: red de difusión de uno a muchos

A partir de 2010, hubo una explosión de dirigentes políticos, funcionarios y famosos que abrieron sus cuentas en las redes sociales. La de la presidenta Cristina Kirchner es del 30 de abril de 2010 y tuvo

algunas intervenciones picantes que despertaron mucha polémica.¹³

También son muy activos en Twitter, el canciller Héctor Timerman (<http://twitter.com/#!/hectortimerman>, desde el 25 de mayo de 2010) y el ministro Aníbal Fernández (<http://twitter.com/#!/fernandezanibal>, desde el 5 de marzo de 2010)

Los dirigentes de la oposición también lo utilizan diariamente: Ricardo Alfonsín (<http://twitter.com/ricalfonsin>), Mauricio Macri (<http://twitter.com/MAURICIOMACRI>) y Fernando Solanas (<http://twitter.com/fernandosolanas>).

Pero también hay músicos, actores, conductores de televisión, deportistas.¹⁴

La dificultad en estos casos –como también en otros– es chequear que sea la cuenta verdadera de quien dice ser. Hay mucha usurpación de identidad.

Deportes y espectáculos: Twitter como caja de resonancia

Hubo muchos otros sucesos en los que las redes, y Twitter en particular, tuvieron gran participación como caja de resonancia de

13. Una de esas intervenciones fue cuando se refirió a los ingleses como piratas. Véase, Página/12 (2010). “@CFKArgentina: ‘piratas for ever?’”. 9 de octubre. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/subnotas/1-49700-2010-10-10.html>

14. Algunos de los deportistas argentinos con más actividad son Manu Ginobili <http://twitter.com/manuginobili>, Luis Scola <http://twitter.com/LScola4>, Sergio Kun Agüero <http://twitter.com/aguerosergiokun> y, últimamente, el Checho Batista <http://twitter.com/#!/batistachecho>.

acontecimientos. Los deportes y los espectáculos masivos son un buen abono para la conversación en Twitter.

Durante el Mundial de Sudáfrica del año pasado, los grandes medios hicieron muchas infografías que ilustraban esta participación. Y cada clásico o partido de importancia se comenta y sigue en las redes.

La muerte de personajes famosos repercute con fuerza. La de Michael Jackson fue uno de los temas del momento (*“trending topics”*) más notables: se llegaron a enviar 456 tuits por segundo. Y los programas de televisión de mayor audiencia ya no se conciben si no es con la compañía de las redes.

Twitter en el espacio regional

Es notable ver cómo las redes también van ganando presencia a nivel regional y local.

En la Norpatagonia, el primer hecho con repercusión en las redes fue un congreso de comunicación a nivel nacional que organizamos en la Universidad Nacional del Comahue en septiembre del 2009: el 7mo Enacom. Con el hashtag #enacom, participaron 53 personas de las cuales el 55% nunca estuvieron físicamente en el encuentro. Se escribieron en total 1302 tuits en once días, aunque la gran mayoría se concentró los tres días del encuentro (Rost, 2009b).

También hubo una actividad creciente en los dos últimos Roca Blog

Day (abril de 2010 y abril de 2011), que es un encuentro de bloggers, periodistas y, en general, gente que desarrolla trabajos en la Web.

Pero más allá de estos encuentros específicos de comunicación, los primeros hechos de actualidad con resonancia pública en Twitter se produjeron en febrero y marzo de este año con las elecciones internas de los partidos políticos que están en el poder en Río Negro y Neuquén desde 1983. Primero del MPN (Movimiento Popular Neuquino) y luego de la UCR rionegrina. La etiqueta #eleccionesucr, por caso, se convirtió en una plataforma privilegiada para ofrecer impresiones, declaraciones y, sobre todo, los últimos resultados en cada rincón de la provincia (Rost, 2011b).

Periodismo en profundidad

Esta Web del tiempo real ha acelerado la circulación de contenidos. Hoy todo fluye mucho más rápido. Las noticias y sus comentarios circulan cada vez a mayor velocidad. El mundo –el que está conectado– late al unísono y conversa en tiempo real, como nunca lo había hecho antes.

Las redes sociales aceleran el pulso noticioso, los buscadores dan más prioridad al tiempo real en los resultados de las búsquedas y cada vez vemos más transmisiones en vivo en video de acontecimientos lejanos. El periodista no puede perder ese pulso.

Pero al mismo tiempo son necesarios medios y periodistas que paren

la pelota, que analicen, que interpreten, que relacionen, que pongan los hechos en contexto para poder entender este flujo imparable. Se hace necesario un periodismo en profundidad, un periodismo que ayude a pensar.

Sea en el medio y por el soporte que fuere.

Conclusiones

- La velocidad de los cambios es la nota distintiva cuando estudiamos Internet. Hace sólo doce años no existían la mayoría de los sitios web que hoy son los más visitados en el mundo. Hace seis años no estaban ni Facebook, ni Twitter, ni Youtube. ¿Qué pasará dentro de, digamos, cinco años? ¿Seguiremos con este mismo ritmo de cambio? ¿Será que todavía no se inventaron los sitios que más vamos a usar dentro de tan poco tiempo? ¿Cómo influirán los dispositivos móviles en el Internet que se viene?
- El cambio entre la Web que conocíamos hace una década y esta otra no es un cambio menor. La de ahora es una Web mucho más conversacional. Es una web de flujos. Es una web en la que no sólo se lee sino que también se escribe.
- Ni Facebook ni Twitter fueron redes creadas para hacer periodismo. Sin embargo, hoy son dos herramientas imprescindibles para cualquier periodista. Los sitios pueden ser concebidos para un

propósito pero los usuarios pueden darles luego un uso totalmente diferente. Esto se ha visto en toda la historia de la tecnología.

- Twitter, como hemos visto, ya tiene un breve pero fructífero historial de usos periodísticos. Es una red de primicias: de casi todo nos enteramos antes en Twitter. Es una red de acceso a fuentes diversas, sobre todo en hechos que tienen muchas personas afectadas. Es caja de resonancia inmediata de lo que sucede. Es un medio de difusión que tiene un alcance personalizado. Es una red de alertas y plataforma de acción.

- Las redes sociales le imprimen una velocidad mayor a la circulación de noticias. Pero hace falta un periodismo que también detenga la marcha, que explique los hechos, que los interprete, que los analice y que ayude a pensar. Porque para eso debe servir el periodismo: para ayudarnos a tomar decisiones en un mundo cada vez más interrelacionado y complejo.

Bibliografía

Domingo, D. et al. (2008). "Participatory journalism practices in the media and beyond: an international comparative study of initiatives in online newspapers". En *Journalism practice* 2 (3), pp. 326–342.

García de Torres, E. et al. (2011). "See you on Facebook or Twitter? How 30 local news outlets manage social networking tools". *12 International Symposium on Online Journalism*. Texas (EEUU). Disponible en: <http://online.journalism.utexas.edu/2011/papers/Elvira2011.pdf>

Arcos, E. (2009). "Con Honduras, Twitter nuevamente se convierte en vía de comunicaciones de una crisis". En *Alt 1040*. Disponible en: <http://alt1040.com/2009/06/con-honduras-twitter-nuevamente-se-convierte-en-via-de-comunicaciones-de-una-crisis>

Gillmor, D. (2004). *We the Media: grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol (California): O'Reilly Media Inc. Disponible en: <http://www.oreilly.com/catalog/wemedia/book/index.csp>

Gobbi, J. (2010). "Twitter: entre Flexibilidad Interpretativa y los usuarios como agentes de cambio". *VIII Jornadas Latinoamericanas de Estudios Sociales de Ciencia y Tecnología*, Buenos Aires, 20 a 23 de julio. Disponible en: <http://vidavacia.com.ar/2010/07/22/twitter-los-usuarios-como-agentes-de-cambio/>

Gomis, L. (2000). "Los géneros periodísticos como modos de interesar en la actualidad". Curso de doctorado 1999–2000.

Universidad Autónoma de Barcelona. Sin publicar.

Gonzalo, M. (2009). «*La importancia del periodismo ciudadano en Irán: "Neda Agha Soltan"*». En *Periodismociudadano.com*. Disponible en: <http://www.periodismociudadano.com/2009/06/25/neda-agh-soltan-se-convierte-en-simbolo-del-periodismo-ciudadano/>

Hermida, A. y J. Thurman (2008). "A clash of cultures: The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites". En *Journalism Practice* 2 (3), pp. 343–356.

Lajas, J. (2011). "The Stream, periodismo ciudadano y medios sociales en Al Jazeera". En *Periodismociudadano.com*. 14 de abril. Disponible en: <http://www.periodismociudadano.com/2011/04/24/the-stream-periodismo-ciudadano-y-medios-sociales-en-al-jazeera/>

Lupo Sonnanbend, N. (2011). "Periodistas destacan el papel de Internet en el seguimiento de las revueltas árabes". En *ElPaís.com*. 13 de abril. Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/tecnologia/Periodistas/destacan/papel/Internet/seguimiento/revueltas/arabes/elpeputec/20110413elpeputec_5/Tes

Rodríguez, D. (2011). "Los virales de la #spanishrevolution". Blog *Trending Topics* de *El País*. 19/05 <http://blogs.elpais.com/trending-topics/2011/05/los-virales-de-spanishrevolution.html>

Rost, A. (2011a). "Conferencia de Castells sobre comunicación y poder". En *Periodismoyotrasyerbas*. 19 de abril. Disponible en: <http://periodismoyotrasyerbas.blogspot.com/2011/04/conferencia-de-castells-sobre.html>

-- (2011b). "Twitter se instala en el periodismo de la Patagonia". En *Periodismoyotrasyerbas*. 14 de marzo. Disponible en: <http://periodismoyotrasyerbas.blogspot.com/2011/03/twitter-se-instala-en-el-periodismo-de.html>

-- (2010a). "La participación en el periodismo digital: muchas preguntas y algunas respuestas". En F. Irigaray, D. Ceballos y M. Manna (Eds.), *Periodismo digital en un paradigma de transición*, Rosario: Universidad Nacional de Rosario. Disponible en: <http://www.scribd.com/doc/34900936/Periodismo-Digital-en-un-paradigma-de-transicion>

-- (2010b). "Ecuador, y la importancia de que un periodista tenga Twitter". En *Periodismoyotrasyerbas*. 1 de octubre. Disponible en: <http://periodismoyotrasyerbas.blogspot.com/2010/10/ecuador-y-la-importancia-de-que-un.html>

-- (2009a). "Las elecciones argentinas, en vivo por Twitter". En *Periodismoyotrasyerbas*. 29 de junio. <http://periodismoyotrasyerbas.blogspot.com/2009/06/las-elecciones-argentinas-en-vivo.html>

-- (2009b). "Un congreso de comunicación visto y contado desde Twitter". *1er Congreso Internacional de Cyberperiodismo y Web 2.0*. 11, 12 y 13 de noviembre. Universidad del País Vasco.

-- (2006). *La interactividad en el periódico digital. Tesis doctoral*. Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en: <http://periodismoyotrasyerbas.blogspot.com/2006/11/la-interactividad-en-el-peridico.html>

Sama, G (2009). "Los periódicos pueden aprovechar Twitter para recoger y distribuir noticias". En Erbsen, C. et al., *Innovaciones en periódicos 2009: informe mundial*. Pamplona: Innovation.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.

Varela, J. (2011). "La muerte de Bin Laden se anunció en Twitter (reflexiones para el periodismo)". En *Periodistas21*. 2 de mayo. <http://periodistas21.blogspot.com/2011/05/la-muerte-de-bin-laden-se-anuncio-en.html>

Daniel Pichl

La Investigación Científica en la agenda de dos Medios Gráficos de Chubut

Introducción

Este trabajo analiza la cobertura informativa de los temas de *investigación científica* en dos medios gráficos de Chubut. A partir de un análisis de contenido de las noticias publicadas en los matutinos *Crónica* y *El Patagónico* que se editan en Comodoro Rivadavia. Se pretende determinar: 1) la frecuencia informativa; y 2) la jerarquía de este *issue* para cada medio.

La ciencia y la tecnología están estrechamente ligadas al desarrollo socio económico de los países y a la generación de cambios sobre áreas como: salud, educación, economía, alimentación, producción, comunicación, entre otras. La investigación científica comenzó a ocupar un espacio en la agenda de los medios y el periodismo científico se transformó en un puente que permite a la sociedad entender estos nuevos avances. A esto se suma la obligación de las instituciones científicas de comunicar sus hallazgos y el derecho del ciudadano a saber qué se hace en las instituciones del estado.

La comunicación pública de la ciencia es central en el sistema científico tecnológico ya que permite a los grupos de investigación

obtener el reconocimiento social y académico que incluye más citas, mayor consideración de los pares y garantizar así el acceso a programas y proyectos que permiten obtener subsidios para investigar.

En relación a lo anterior, cabe preguntarse si existe relación entre la agenda de los diarios locales de la ciudad de Comodoro Rivadavia con las noticias de investigación científica que se producen en la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco (con sede central en esta ciudad). El análisis del vínculo entre las noticias de investigación científica y la agenda de los medios de comunicación social no es nuevo, aunque si lo es el ámbito específico de este trabajo: la manera en que los diarios *Crónica* y *El Patagónico* construyen las noticias de investigación científica.

Antecedentes del problema

¿Deberían ser los científicos también los comunicadores o deberían dejar esta labor en manos de profesionales de la comunicación?. Este interrogante es recurrente y no parece haber sido contestado a lo largo de estos años, ni el problema haberse resuelto.

En este sentido la UNESCO estableció en la Conferencia Mundial de Ciencia de 1999 que:

1. El conocimiento científico debe ser compartido;
2. Se necesita un trabajo cooperativo real entre los

gobiernos, la sociedad civil, el sector empresarial y los científicos;

3. Los científicos deben regirse por los correspondientes estándares éticos.

De la misma manera, en Reino Unido el *Science and Technology Committee of the House of Lords*¹ recomendó un diálogo directo de los científicos con el público en el año 2006. Estas recomendaciones surgieron luego de que la sociedad Británica (y Europea) perdieran parte de su confianza en el gobierno y en la ciencia misma, luego del escándalo de las “vacas locas”² que alcanzó su pico de rating en los medios masivos en el año 1996.

En este sentido Jane Gregory y Steven Miller (1998) reflexionan sobre el efecto de la ciencia en el público resaltando la importancia de la comunicación, la cultura y la credibilidad como los motivos que guían al científico a comunicar su actividad al público, según los autores estos elementos se pueden agrupar por las siguientes razones:

- Entusiasmo (el investigador se siente apasionado por el campo en el que trabaja y quiere compartirlo con otros).

1. <http://www.publications.parliament.uk/pa/ld/lordsctech.htm>

2. La enfermedad de las vacas locas, o encefalopatía espongiforme bovina, es una enfermedad causada por priones, y que se puede transmitir a los seres humanos a través del consumo de partes de animales infectados, sobre todo tejidos nerviosos. Los primeros casos de animales enfermos se declararon en el Reino Unido en 1986. En 1996 se detectó en el humano una nueva enfermedad, una variante de la Enfermedad de Creutzfeldt-Jakob, que se relacionó con la epidemia de EEB en el ganado vacuno.

- Mejorar las habilidades de los destinatarios.
- Mejorar los procesos democráticos existentes o propiciar su creación si no existen.
- Prevenir la alienación de sectores específicos de la sociedad.
- Servir los intereses de la comunidad científica y los cuerpos que la financian.

Leonardo Moledo y Carmelo Polino, (1997) plantearon que para rastrear este problema, no es inadecuado volver a una de las posturas clásicas, fiel exponente de lo que muchos pensaron y siguen pensando al respecto de la divulgación científica y tecnológica: que es la postura de Philippe Roqueplo (1983) en el libro "El reparto del saber" donde, de alguna manera, se plantearon las líneas fundamentales de este dilema.

La sociedad en general se ve beneficiada por la difusión pública del conocimiento, debido a que es un elemento democratizador. Además, el "conocimiento del conocimiento" puede contribuir al desarrollo económico y al bienestar del país.

De esta manera el conocimiento que no es limitado a un grupo selecto, se esparce y genera nuevas preguntas de investigación, no solo en el mismo campo, sino también en otras áreas e incluso crea nuevas disciplinas dentro de la comunidad científica.

La carencia de transparencia produce miedo, mientras que la transparencia genera confianza dentro del público. Además, si una

persona no se comunica, siempre habrá alguien más que lo hará, y no siempre de la misma manera, con la misma intención o claridad con la que podríamos haberlo hecho nosotros mismos: la comunicación pública de la ciencia adopta miles de formas, algunas de ellas con extraordinaria expresividad y belleza artística. Algunos trabajos de divulgación se encuentran expresados en múltiples formas: libros, fotografía, ilustraciones, gráficos, videos, documentos.

Todavía es más interesante preguntar directamente a los científicos las razones para comunicarse con el público. Un estudio llevado a cabo en España, por el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (2006) en base a un cuestionario realizado a 167 profesionales (investigadores, técnicos, personal de apoyo y académicos), que han participado en actividades relacionadas con la circulación de información científica entre el 2001 y el 2004, señala que investigadores de alto nivel reconocen un gran sentimiento de deber/obligación (este grupo asumió que comunicarse con el público forma parte de sus obligaciones), mientras que los más jóvenes frecuentemente dicen que sienten satisfacción personal y disfrutaban esas actividades.

Sandra Murriello (2012), plantea que en Francia el 80% de los investigadores han comunicado ciencia y tecnología en medios, en Italia el 50% publicó artículos en el periódico *Corriere della Sera*, en UK el 25% de los artículos de los medios publicados son científicos, mientras que en EEUU la mayoría de los investigadores han comunicado investigación científica en los medios.

En Argentina, el Observatorio Nacional de Ciencia, Tecnología e

Innovación Productiva³ realizó un análisis en 2009 sobre la oferta informativa de ciencia y tecnología en los principales diarios argentinos y reveló que los argentinos tenemos una visión positiva de los que hacen ciencia y tecnología, si bien estos temas nos resultan ajenos y no forman parte de nuestras preferencias de consumo informativo.

Existen otros canales de divulgación científica, pero están orientados a un público restringido y no masivo. Ejemplos de ello son las revistas o newsletters de las diferentes instituciones científicas que se distribuyen internamente.

Construcciones teóricas previas

A partir de lo planteado por Maxwell McCombs y Donald Shaw, quienes realizaron una investigación en el marco de las elecciones presidenciales de 1968 en Estados Unidos para corroborar si existía correlación significativa entre los temas enfatizados por los medios y las cuestiones mencionadas como principales preocupaciones por la población de Chapel Hill, Carolina del Norte, la hipótesis inicial de la teoría de Agenda-Setting fue que los medios de comunicación son capaces de establecer qué asuntos serán percibidos como importantes por la opinión pública mediante la selección y el énfasis de ciertos temas y la omisión de otros (McCombs y Shaw, 1972).

3. http://www.mincyt.gov.ar/publicaciones/index.php?id_tipo=6

Para la definición de los temas se tienen en cuenta las operaciones de tematización, a las que la teoría del Establecimiento de la Agenda presta especial atención. La tematización es una construcción que los medios de comunicación realizan, la mayoría de las veces, sin que el público sea consciente. El medio “decide ofrecer y jerarquizar unas determinadas informaciones a la opinión pública y eliminar otras” (Fontcuberta y Borrat, 2006, p. 55).

El temario, señalan Fontcuberta y Borrat (2006), es un conjunto estructurado y estructurante de todo periódico, articulación de los sistemas político, social, económico y cultural en una serie de secciones que el periódico comunica a sus lectores. A partir de esta selección de hechos noticiables, los mismos se convierten en temas de actualidad.

Si en la investigación previa se les atribuía a los media la capacidad de generar efectos conductuales a partir de estímulos que generaban respuestas individuales de corto plazo, el nuevo abordaje plantea la existencia de efectos cognitivos, acumulativos a largo plazo asociados a los medios. “El contenido se filtra, aunque la gente no esté dispuesta a él y aunque asegure que no le presta atención” (Lang y Lang, 1966, citado en Casermeiro, 2004, p. 49). En efecto, el cambio de perspectiva implica comprender que “las comunicaciones no median directamente el comportamiento explícito; más bien tienden a influenciar la forma en la que el destinatario organiza su propia imagen del ambiente” (Roberts, 1972, p. 361).

En este sentido, los medios de comunicación ejercen una actividad constante de inclusión, exclusión y jerarquización de los temas que forman parte de la agenda mediática. La abundancia de información

hace necesario que los periodistas determinen cuáles serán los acontecimientos que recibirán un tratamiento noticioso (Tuchman, 1977). Pero este proceso de selección no es absolutamente autónomo. Asociados a los procesos de estandarización y rutinización de las prácticas productivas entran en juego ciertos criterios de noticiabilidad que tamizan los posibles hechos que ingresarán en la agenda informativa. Los mismos son definidos como “un conjunto de requisitos que se exigen a los acontecimientos para su categorización como noticias” (Wolf, 1987, p.216). Por su parte, esta tarea se apoya en un sustrato ideológico y editorial que se inscribe tanto en lo que se selecciona como en lo que se omite (Igartua y Humanes, 2004).

Años más tarde, luego de estudios en diferentes contextos, los autores concluyeron que la gente depende tanto de las ideas y las imágenes como de los asuntos para hallar el sentido de las cosas y poner en orden el mundo. En su sentido más pleno, por tanto, una agenda no puede considerarse como una lista restringida de cosas que hay que hacer, sino más bien debe ser considerada como un modo de ordenar lo que es importante y prominente en el mundo (McCombs y Evatt, 1995, p. 15).

De esta forma, los medios ofrecen a sus lectores una perspectiva por encima de otras, encuentran ciertos factores como causantes de un asunto, desestiman otros y se inclinan hacia una solución de preferencia respecto a una cuestión o problema. En el presente artículo se analiza la frecuencia informativa; y la jerarquía que otorgaron *Crónica* y *El Patagónico* a las noticias de investigación científica.

El caso puntual

El método del análisis de contenido se destaca por permitirle al analista realizar inferencias reproducibles y válidas sobre fenómenos distintos a los directamente observados. Mediante mecanismos lógicos, el analista saca deducciones sobre la porción de la realidad a la que alude la información disponible, así como el contexto en que dicha información es producida (Krippendorff, 1990).

Para el caso bajo análisis se aplicó esta técnica para el análisis de todas las tapas que incluyeron informaciones sobre investigación científica que hacen referencia a la UNPSJB, publicadas por los diarios *Crónica* y *El Patagónico* en el transcurso del segundo semestre de 2006. La muestra implicó analizar 240 periódicos que se editaron en 120 días; los temas de investigación científica de la UNPSJB constituyeron parte de la agenda a través de 52 notas publicadas.

La decisión de analizar los artículos que formaron parte de las primeras planas de los diarios se justifica en que “las noticias de portada del diario tienen unas dos veces más lectores que las que aparecen en las páginas interiores. Las que llevan gráficos atractivos y titulares grandes atrapan la atención de más lectores” (McCombs, 2006 p.107).

Las notas de investigación científica en cada uno de los periódicos y en el total se exploraron a partir del análisis de tres ejes: a) la cantidad de títulos dedicados al tema; b) la cantidad de tapas en las que apareció el *issue* y su relación con la totalidad de las tapas del período bajo estudio; c) la evolución en la frecuencia de aparición del tema a lo largo de los seis meses que abarca dicho período.

De los datos observados se desprende que el 7,8% de los títulos publicados sobre el tema en tapa durante los 120 días analizados, le correspondió a *Crónica*, mientras que el 5,58% fue publicado por *El Patagónico*. *Crónica* ubicó el 9,6% de las notas sobre investigación científica en las páginas centrales contra el 11,5% de *El Patagónico*.

Ahora bien, ¿Por qué los medios dedican tan pocas tapas a la investigación científica? ¿Por qué en las noticias no abundan los análisis que exploren la relación entre ciencia y desarrollo?

Hoy se reconoce, como apunta Elaine Reynoso (2006), que la divulgación va más allá de la simplificación del discurso de la ciencia para hacerlo accesible al gran público. De entrada las propias nociones de comunicación y de información remiten a una multiplicidad de teorías que deben tener en cuenta las exigencias específicas de la comunicación científica.

En términos generales, los investigadores se preocupan por las dificultades que implica convertir una cierta información científica en un material que resulte apto para su difusión pública en medios de información general. En el estudio de la expresión de los contenidos científicos para el público confluyen un conjunto de disciplinas: lingüística, semiótica, lógica, sociolingüística; ética, sociología, psicología, antropología; las teorías de la información y de la comunicación; la filosofía y la historia de la ciencia; las artes plásticas y gráficas, y la literatura; las tecnologías de la comunicación, y un largo etcétera.

Mario Albornoz, (2003) afirma que en los últimos quince años se ha ido configurando un escenario en el cual se ha convalidado el presupuesto de que la participación democrática en el mundo

moderno necesita de una mayor comprensión de la ciencia y la tecnología por parte de los ciudadanos. Tal situación favoreció que prosperaran discursos que sostienen la crucial importancia de que el público esté informado, conozca y comprenda la ciencia, lo cual implica un conocimiento sobre la naturaleza y la dinámica de la investigación científica. El denominador común de estas propuestas indica que toda la sociedad debiera ser partícipe de los logros científicos, y que además, toda la sociedad debería estar en condiciones de discutir los dilemas que la investigación científica plantea.

La comunicación pública de la ciencia se lleva a cabo por una minoría del personal académico y en un grado mucho menor que la publicación científica. A pesar de las pocas recompensas asociadas con el publicar para públicos no especializados, los datos sugieren que el personal académico de las publicaciones populares tiene niveles más altos de la publicación científica y el rango académico. (Bentley, P. y Kyvik, S. 2011).

La *Royal Society* examinó los puntos de vista y experiencias de los científicos e ingenieros con respecto a la comunicación de la ciencia y el compromiso público y en su informe final plantea que muchos de los científicos encuestados consideran que el objetivo a lograr con el público es educarlos en lugar de debatir con ellos, escuchar y aprender como parte de un diálogo genuino. Lo anterior sugiere que gran parte del enfoque actual sobre la promoción de estas actividades por el gobierno del Reino Unido, las sociedades científicas y los financiadores de la ciencia están teniendo solo una influencia marginal sobre las actitudes de los científicos y sus comportamientos.

Dentro de los retos de la región en estudio se encuentran: el fortalecimiento de la investigación sobre la comunicación pública de la ciencia, la adecuación de las estrategias en ciencia y tecnología a los requerimientos de la democratización y el fortalecimiento de las políticas sobre ciencia y tecnología que favorezcan la comunicación.

La manera en que se presentan estos retos parece una tarea sencilla. Sin embargo una las grandes dificultades con las que se enfrenta la comunicación pública de la ciencia es que cada actor del entorno comunicativo tiene distintas agendas y jerarquías para su público.

Bibliografía

Bentley, P. & Kyvik, S. (2011). *Academic staff and public communication: a survey of popular science publishing across 13 countries*. *Public Understanding of Science*.

Curran, J. (1997). *El nuevo revisionismo en la investigación de la comunicación de masas: una nueva valoración*. En Cuadernos de Información y Comunicación (CIC), N° 3, otoño de 1997, Univ. Complutense de Madrid.

Estrada, L. (1996). *Divulgación de la ciencia ¿para qué?*. Chasqui (55). Quito: Ciespal

Fayard, P. (1989). *La comunicación científica pública. Una respuesta a los abismos creados entre sociedad y ciencia*. Telos (18). Madrid: Fundesco.

Huergo, J. (2001). *Comunicación/Educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas*. La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación.

Jacobi, D. (1985). *Recherches sociolinguistiques et discursives sur la diffusion et la vulgarisation des connaissances scientifiques*. Université de Besançon, Thèse d'état, 1984; "King Clone: Notas sobre la poco resistible ascensión de las ciencias de la vida en los medios de comunicación". N° monográfico de Arbor sobre "Ciencia y Comunicación". Madrid, noviembre–diciembre 1991. Jacobi et als., (1988).

Murriello, S. (2013). *Encuentro del Portal Infouniversidades*, Universidad Nacional de Salta.

Neveu, E. (2002). *Sociología de los movimientos sociales*. Barcelona, Hacer.

Palma, H. (2012). *Infidelidad genética y hormigas corruptas. Una crítica al periodismo científico*. Buenos Aires: Editorial Teseo.

Phillips R.F., 1991

SECYT (2007). *Segunda Encuesta Nacional sobre percepción de la investigación científica*. Buenos Aires.

The Royal Society. (2006). *Survey of factors affecting science communication by scientist and engineers*. Final Report.

Yriart, M. (1996). *La noticia científica en el Tercer Mundo*. Chasqui 55. Quito: Ciespal.

Cuarta Parte:

Comunicación descentralizada:
políticas y desafíos

Luis Ricardo Sandoval

Política y usos tecnológicos: las nuevas guerras de la sala de estar

Introducción

Este artículo¹ parte de la constatación de un rasgo bastante evidente de la teoría política crítica contemporánea, a saber: la insistencia en la existencia –en el despliegue de los fenómenos políticos y culturales– de dos momentos o instancias en permanente tensión: uno institucionalista, de administración de lo existente, y otro radicalmente innovador y creador de nuevas posibilidades. Siendo que esta diferenciación ha sido registrada con diversas nomenclaturas,² aquí nos detendremos en la manera en que ha sido conceptualizada en la obra de Jacques Rancière y de Michel De Certeau. Nuestro interés al respecto no es meramente escolástico: coincidimos con la conocida afirmación de Deleuze acerca de que la

1. Este artículo es un emergente de un proyecto de investigación que se interroga acerca de las relaciones entre tecnología, consumo y política en comunidades constituidas en ausencia de copresencia (PI ScyT-UNPSJB N° 828).

2. Hago un recorrido más detallado de esta cuestión en Sandoval (2011).

teoría debe ser una caja de herramientas,³ y si nos detenemos en la distinción señalada es porque sospechamos que ella puede resultar productiva para entender los complejos modos en que las tecnologías digitales de información y comunicación se han convertido, en nuestras sociedades de comienzos del Siglo XXI, en esos objetos que Barthes llamó “objetos superlativos”,⁴ es decir, aquellos que cumplen la función simbólica de representar una sociedad y una época. Como tales, las TIC no serán epifenoménicas respecto a las luchas por el prestigio, el poder y el acceso a los recursos materiales y simbólicos, sino sede y botín de esas luchas.

Por ello, nos interesará particularmente la localización de expresiones que se enmarquen en el segundo de los polos mencionados, vale decir el momento creativo/productivo de la política. Sostendremos al respecto que el campo de los usos tecnológicos, es decir la manera en que los usuarios transforman los dispositivos técnicos, los domesticar y reapropian de maneras siempre imprevisibles, puede ser un campo fértil para este tipo de indagaciones.

A partir de estas premisas, y para concluir, analizaremos las nociones de “colaboratividad” y “construcción colaborativa de conocimiento”

3. La frase de Gilles Deleuze, en su diálogo con Michel Foucault, dice: “Eso es una teoría, exactamente como una caja de herramientas. No tiene nada que ver con el significante... Es preciso que eso sirva, que funcione. Y no para sí misma. Si no hay gente para servirse de ella, empezando por el mismo teórico que entonces deja de ser teórico, es que no vale nada, o que no ha llegado su momento. No se vuelve a una teoría, se hacen otras, hay otras por hacer” (Foucault, 1981, p. 10). Ese “interés práctico” nos parece un componente inescindible de una teoría social de la comunicación.

4. Casi al pasar, Barthes llamó así al automóvil, y en particular al nuevo modelo de Citroën, en 1956 (Barthes, 1981). Tomo la referencia de (Morley, 2009) quien aplica la categoría a las tecnologías de comunicación y más específicamente, en la actualidad, al teléfono móvil.

aplicadas a la utilización de redes informáticas. A partir de su caracterización y su vinculación con los principios de la ética hacker –y por esa vía con los movimientos contraculturales originados en los años sesenta– se indagará en los intentos de domesticación de estas tendencias por parte de las industrias globales, tendencia de la cual es un ejemplo la noción –cuyo uso se ha extendido velozmente– de *community manager*.

Los dos momentos de la política

Rancière: de cómo se transforma el ruido en palabra

Nuestro tema de interés es un eje de *El desacuerdo* (1996), el libro que constituye la principal contribución de Jacques Rancière a la filosofía política,⁵ o a la filosofía de la política, o al encuentro conflictivo entre una y otra. Allí plantea como punto de partida la realidad del desacuerdo, una situación de habla que no consiste en una discusión (y menos, una deliberación), un desconocimiento o un malentendido. El desacuerdo se da cada vez que “la discusión sobre lo que quiere decir hablar constituye la racionalidad misma de la situación de habla” (Rancière, 1996, p. 9).

5. Aunque el mismo Rancière duda de la conveniencia de esta categoría. La pregunta “¿Existe la filosofía política?” es la frase que abre el libro.

En el desacuerdo al menos uno de los interlocutores entiende y al mismo tiempo no entiende lo que el otro dice,

no es el conflicto entre quien dice blanco y quien dice negro.

Es el existente entre quien dice blanco y quien dice blanco pero no entiende lo mismo o no entiende que el otro dice lo mismo con el nombre de la blancura (Rancièrè, 1996, p. 8).

No existe un tipo particular de cuestiones u objetos que puedan estar sujetos a desacuerdos, pero la condición general es que traten de "la tarea de repartir las partes en común" (Ibíd., p.18), distribución que implica una "cuenta". Ahora bien, en toda sociedad existe un orden establecido determinado (una cuenta de las partes, Rancièrè se detiene en los intentos de Aristóteles por salvar la cuestión, es decir por alcanzar un orden "ordenado" de la ciudad), que adjudica las razones y las atribuciones de habla, es decir, quién puede hablar, quién tiene no sólo el derecho, sino la capacidad de hacerlo.

Pero eventualmente, y aquí no podemos detenernos a desmenuzar la rica argumentación ranceriana, algunos que no eran contados emergen en la escena reclamando formar parte, y esta emergencia es la instancia que merece ser llamada propiamente política: "la política existe cuando el orden natural de la dominación es interrumpido por la institución de la parte de los que no tienen parte" (Ibíd., p.25).

Como el mismo Rancièrè dice, esto implica asumir que no siempre hay política, que, de hecho, la hay "pocas y raras veces", justamente en aquellas ocasiones en que se pone en disputa lo que quiere decir hablar, y quiénes son los locutores admitidos para ejercitar esa

facultad: “hay política cuando la lógica supuestamente natural de la dominación es atravesada por el efecto de esa igualdad” (Ibíd., p.31). La posesión (o no) de palabra es el campo propio de la lucha política, ya que el orden siempre expulsa a la mayoría de los seres parlantes a un lugar animal.⁶

No hay política porque los hombres, gracias al privilegio de la palabra, ponen en común sus intereses. Hay política porque quienes no tienen derecho a ser contados como seres parlantes se hacen contar entre éstos e instituyen una comunidad por el hecho de poner en común la distorsión, que no es otra cosa que el enfrentamiento mismo, la contradicción de dos mundos alojados en uno solo: el mundo en que son y aquél en que no son, el mundo donde hay algo “entre” ellos y quienes no los conocen como seres parlantes y contabilizables, y el mundo donde no hay nada (Ibíd., pp.41–42).

El conflicto, dice Rancière, pone en evidencia dos modos distintos de ser-juntos humano: el que pone a cada uno en su lugar y el que pone en cuestión esa repartición de lugares asignados. Sólo este último merece ser llamado propiamente política.

La actividad política es la que desplaza un cuerpo del lugar que le estaba asignado o cambia el destino de un lugar; hace

6. Aristóteles distinguía la palabra (*logos*) de la voz (*phoné*), limitada esta última a expresar dolor o agrado; los esclavos, por supuesto, no disponían para él de *logos*, sino solamente de *phoné*. La continuidad de las metáforas es asombrosa: basta pensar en la ocurrencia que el diputado Ernesto Sanmartino legó a la posteridad al calificar a la irrupción peronista de “aluvión zoológico”.

ver lo que no tenía razón para ser visto, hace escuchar un discurso allí donde sólo el ruido tenía lugar, hace escuchar como discurso lo que no era escuchado más que como ruido (Ibíd., p.45)

de Certeau: artes del débil

La actividad de los consumidores es, para de Certeau, una producción, una “fabricación”, una poiética; aunque de un tipo que sin dudas no resulta tan obvia y clara como la del “momento de la producción”. Opera de modo silencioso, antes en la manera de empleo de los productos, que en la producción misma. Del mismo modo que, al ubicarnos en la perspectiva de la enunciación, podemos observar que la puesta en funcionamiento de la competencia lingüística se traduce en la realización de actos de habla siempre renovados,

estas “maneras de hacer” constituyen las mil prácticas a través de las cuales los usuarios se reapropian del espacio organizado por los técnicos de la producción sociocultural (de Certeau, 1996, p. XLIV).

Este acento no supone desconocer las diferencias de poder y recursos entre unos y otros actores sociales: lo propio de los débiles es la torsión, el desvío, la “jugarreta”, pero justamente este acento abre la puerta a una lectura política de los detalles del consumo cultural: “las tácticas del consumo, ingeniosidades del débil para sacar ventaja del fuerte, desembocan entonces en una politización de las prácticas cotidianas” (Ibíd., p. XLVIII).

Casi como un equilibrista, el punto en el que se ubica de Certeau es muy preciso: si por un lado critica a quienes sólo parecen capaces de ver en los dominados su sujeción,⁷ no por eso cae preso en las redes del populismo cultural, ya que tiene siempre presente la existencia de la dominación, y por lo tanto, la desigualdad en el acceso, entre otros, a los recursos expresivos y simbólicos.⁸ Así, en un grupo de artículos que escribió, muy cerca de la coyuntura, acerca del Mayo francés, caracterizó a los acontecimientos como una *toma de la palabra*,⁹ un silenciamiento de los discursos instituidos y una fiesta poética de la multitud. No escatimó elogios hacia los estudiantes y obreros que protagonizaron el movimiento, pero al mismo tiempo señaló lúcidamente sus límites: “Así como tampoco sucede al tomar conciencia, tomar la palabra no es una ocupación efectiva ni la toma del poder” (de Certeau, 1995, p. 36) ¿Por qué sucede esto? Porque cuando los dominados hablan, sólo pueden hacerlo usando las palabras de los dominantes, del sistema instituido, y, por lo tanto, su situación es de extrema fragilidad: siempre es posible, o lo es hasta tanto no se consolide el cambio, que la palabra tomada, sea a su vez retomada.

7. Se distancia, por ejemplo, de Michel Foucault, aduciendo que *Vigilar y castigar* (1976) realiza una operación de selección entre una heterogeneidad de prácticas dispersas para sólo considerar aquella que tiene por papel histórico combatir (sin poder erradicar del todo) esa heterogeneidad: la práctica panóptica.

8. Como señala Jean-Claude Passeron, el populismo cultural es un exceso de relativismo, es el olvido de “la existencia siempre próxima, íntima, de la relación social de dominación, que, incluso cuando no opera de continuo sobre todos los actos de simbolización efectuados en posición dominada, los marca culturalmente, aunque más no sea mediante el estatuto que una sociedad estratificada reserva para las producciones de un simbolismo dominado” (Grignon & Passeron, 1991, p. 20)

9. “En mayo último se tomó la palabra como se tomó la Bastilla en 1789” (de Certeau, 1995, p. 39).

Más que un “lenguaje propio”, es decir un corpus diferenciado (de relatos, canciones, recetas culinarias, etc.), la cultura popular es una manera de hacer, un arte, una forma de uso, una estética, un conjunto de ardidés y habilidades: “no se distingue casi nada por productos propios (¿donde tendría su lugar?), sino por el arte de utilizar los que le son impuestos” (de Certeau, 1996, pp. 37–38). En el consumo, los usuarios son “inquilinos de los textos”: sin llegar nunca a ser propietarios, los hacen suyos al marcarlos con pequeñas señales.

El análisis de de Certeau es topográfico, señala diferencias basadas en la capacidad de dominio o posesión de lugares y espacios. Por eso la distinción crucial que establece es la que distingue estrategias de tácticas. Las primeras son las propias de los poderosos, de quienes poseen dominio de un territorio (físico, visual o simbólico). Las estrategias implican el predominio (la “victoria”, dice de Certeau) del lugar sobre el tiempo, implican un tipo específico de conocimiento asociado al poder y suponen un dominio de los lugares mediante la vista. Es por ello que la familia de las prácticas panópticas son el mejor ejemplo de las estrategias de los poderosos. Frente a éstas, las tácticas se van a caracterizar, justamente, por la ausencia de un lugar propio, por prácticas guerrilleras que se mueven permanentemente en un terreno hostil.

La táctica no tiene más lugar que el del otro. Además, debe actuar con el terreno que le impone y organiza la ley de una fuerza extraña. No tiene el medio de mantenerse en sí misma, a distancia, en una posición de retirada, de previsión y de recogimiento de sí: es movimiento “en el interior del

campo de visión del enemigo”, como decía Von Bülow, y está dentro del espacio controlado por éste. No cuenta pues con la posibilidad de darse un proyecto global ni de totalizar al adversario en un espacio distinto, visible y capaz de hacerse objetivo. Obra poco a poco. Aprovecha las “ocasiones” y depende de ellas, sin base donde acumular los beneficios, aumentar lo propio y prever las salidas. No guarda lo que gana. Este no lugar le permite, sin duda, la movilidad, pero con una docilidad respecto a los azares del tiempo, para tomar al vuelo las posibilidades que ofrece el instante. Necesita utilizar, vigilante, las fallas que las coyunturas particulares abren en la vigilancia del poder propietario. Caza furtivamente. Crea sorpresas. Le resulta posible estar allí donde no se le espera. Es astuta (de Certeau, 1996, p. 43).

La táctica “es un arte del débil”. Mientras que la potencia del poderoso implica su visibilidad, las tácticas del débil suponen astucia y ocultamiento, características que devienen –justamente– de la ausencia de poder. Mientras que las estrategias se centran en la creación y dominio de lugares, las tácticas (que suponen la no posesión de lugar propio) toman por eje el tiempo: transforman momentos en ocasiones.

Por supuesto, esta caracterización modélica no se presenta de modo tan marcado en la cotidianidad, pero señala un matiz que no debe perderse de vista: las estrategias de los poderosos nunca agotan las prácticas existentes; siempre es posible leer a contrapelo, “cazar

furtivamente”, encontrar usos no previstos, decodificar de modo aberrante. Y los dominados se complacen en estos extravíos, aún cuando la mayoría de las veces no podamos encontrar en estos usos un nivel explícito de “conciencia”, o un contrapoder propiamente dicho.

Por todo lo anterior, si nuestro interés es (como lo es) vincular las tecnologías de comunicación con la tensión, en lenguaje de Rancière, entre policía y política ¿dónde localizar expresiones de cada una? Si la policía es el orden y la asignación de roles, “la organización de los poderes, la distribución de los lugares y funciones” (Rancière, 1996, p. 43), entonces las políticas gubernamentales y las normativas que toman como núcleo, justamente, la organización de un desarrollo tecnológico, y de los usos a él asociados, es, nos parece, un buen lugar dónde empezar a buscar (Sandoval, 2009). También pueden ser objetos de esta indagación las estrategias comerciales, las planificaciones empresariales, etc.

Pero la localización de expresiones propiamente políticas, para seguir con Rancière, es más complicada. En Rancière pareciera que los incontados deben tener un grado alto de autoconsciencia respecto a que sus emisiones fónicas son palabras, y no ruido. Al menos, eso se desprendería de la historia de la secesión de los plebeyos romanos, muchas veces utilizada por el filósofo francés.

Sin embargo, en este aspecto el planteo de de Certeau puede ser más útil. Como dijimos recién, para él las tácticas del débil son ciertamente cónicas a nivel local,¹⁰ se plantean “sacar ventaja del fuerte”, pero

10. Tomo la idea de Foucault (Foucault, 1978).

difícilmente sean consideradas, por los propios actores que las ejecutan, “prácticas políticas”. Para Rancière, el autoreconocimiento de los plebeyos como seres parlantes lleva a los patricios a concluir que “dado que los plebeyos se han convertido en seres de palabra, no hay otra cosa que hacer que hablar con ellos” (Rancière, 1996, p. 40), pero en cambio, para de Certeau, “tomar la palabra no es una ocupación efectiva” (de Certeau, 1995, p. 36), ni requiere necesariamente un grado de conciencia explícito o discursivo acerca de la propia debilidad o marginación. Siendo maneras de hacer, estéticas, habilidades, careciendo de lugar y lenguaje propio, las tácticas de los débiles pueden confundir palabra y ruido, incluso para sus mismos protagonistas.

De allí que la perspectiva de de Certeau sea especialmente útil para analizar, en el conjunto de prácticas de la vida cotidiana, y en cada una de ellas, el matiz (pequeño, infinitesimal) de no sujeción al orden que siempre presentan, ese aspecto que –con un feo anglicismo– se suele denominar *politicidad*.

Vale decir, existe un campo de análisis del momento creativo/productivo de la política, en relación a las tecnologías de información y comunicación, que está más allá de los lugares habituales donde se suelen concentrar las indagaciones acerca de los usos políticos de las TIC¹¹: el campo de los usos cotidianos de las tecnologías.

11. Veamos, por ejemplo, el índice de un libro reciente (Cotarelo, 2010) cuyo título es *La política en la era de Internet*: 1) La campañas electorales, 2) La vida de los partidos, 3) El debate parlamentario, 4) El Gobierno Electrónico, 5) Los jueces en el ciberespacio, 6) El conjunto del sistema político.

Lecturas, audiencias, usuarios: cuestiones comunicacionales para el análisis de los usos tecnológicos

Nos parece que un acercamiento a nuestro tema, es decir una lectura política de los usos tecnológicos, debe incorporar los resultados de la investigación y teorización que en las últimas tres décadas encararon los estudios críticos de audiencias. No podemos en esta circunstancia abundar en ello, bástenos con recordar aquí cómo han puesto su eje de interés en la producción de sentido o la significación, la consideración polisémica de los textos mediáticos, la multi-mediación de todo proceso comunicativo y, muy especialmente, el cuidado en considerar siempre la capacidad de agencia de las audiencias y su actividad de producción de sentido en la recepción. Ahora bien, en la segunda mitad de los noventa hay un elemento que va a impactar muy fuerte en la perspectiva de los estudios de audiencia: el desarrollo (más bien diríamos, la explosión) de Internet y las tecnologías digitales.

De las audiencias a los usuarios, de los medios a los ensamblajes sociotécnicos

No se trata, por supuesto, de que los estudios críticos de audiencia no hayan considerado a las TIC como ámbito de estudio, ni tampoco de que las perspectivas actuales de análisis de las mismas no registren la influencia de la tradición que recién reseñamos (y de los estudios culturales, su "hermano mayor"). De lo que se trata es

de que las posibilidades de participación de los “consumidores” –y la incomodidad en la designación ya es un indicador– pasaron a ser de una calidad tan diferente a la presupuesta por los estudios de recepción, que éstos no pudieron menos que ver impactados sus propios cimientos.

Comentemos rápidamente dos ejemplos para ubicar nuestro argumento. El primero es el de las prácticas de *hacking*, entendido éste como la reconstrucción y modificación del software o del hardware de un dispositivo digital.¹² Si bien un objeto cualesquiera siempre puede tener un uso diferente al que se indica cuando ingresa al mercado (y así una bañera vieja puede convertirse en macetero: nunca habría que olvidar la enorme creatividad e inventiva desplegada al respecto por las clases populares de todas la épocas), en los años setenta aparece un objeto electrónico específicamente diseñado para ser maleable y modificable: el microordenador. Sus destinatarios iniciales son los hobbistas de la electrónica, y de hecho el primer microordenador (la Altair 8800, reconocida como el origen de la computación personal) se distribuía como un *kit* para ser armado por el aficionado. La computadora personal es de por sí un aparato diseñado para exigir de su usuario un rol activo y para que éste lo modifique (mediante la introducción de instrucciones) de

12. Hacemos la aclaración porque los términos *hacking/hacker* son ambiguos, y pasan rápidamente de connotaciones positivas a negativas, y también porque esta ambigüedad es parte de lo que está en juego.

manera constante.¹³ Pero, además, a partir de esos mismos años la “migración digital” (Vilches, 2001) hará que los aparatos más diversos incluyan microprocesadores que los controlan, desde componentes informáticos hasta máquinas de café. En consecuencia, se ha vuelto bastante común la actividad de modificar los equipos digitales mediante intervenciones en su hardware o, más comúnmente, por sustitución de su *firmware*.¹⁴ Estas sustituciones o mejoras son, por un lado y cuando son “oficiales”, consideradas como parte de los servicios que brinda la empresa fabricante (están, diríamos, “incluidas en el precio”) y, por lo tanto, aceptadas y alentadas, pero, paradójicamente, desalentadas y perseguidas cuando parten de la iniciativa autónoma de los usuarios.¹⁵ Así y todo ¿podemos calificar a una persona que modifica las características de un dispositivo para obtener prestaciones consideradas mejores (o simplemente más divertidas) solamente como una “audiencia particularmente activa”?

13. Es cierto: lo era mucho más claramente en esos modelos originales de la década del setenta, cuyos usuarios se llamaban a sí mismos, justamente, *hackers*. Desde entonces, las ideologías del usuario intentan condenarlo al denigrante rol de *dummie* (ver Scolari, 2008, cap. 7).

14. El *firmware* es el conjunto de instrucciones del dispositivo, grabado en un chip de memoria. Es considerado un elemento intermedio entre el hardware y el software, ya que, por un lado, está integrado a la electrónica del dispositivo, pero por el otro posee algún tipo de lenguaje para programarlo. De hecho, los mismos fabricantes de equipos (impresoras, celulares, etc.) ofrecen habitualmente “actualizaciones de firmware” que modifican el funcionamiento del dispositivo, agregando opciones o modificando las existentes. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Firmware>)

15. Lawrence Lessing (2005) comenta un caso (“particularmente absurdo”, dice): la empresa Sony había fabricado un perro-robot denominado Aibo; un fan publicó en internet instrucciones para “hackear” el Aibo, lo que quería decir simplemente “enseñarle” nuevas habilidades mediante la modificación del firmware para que el perro, por ejemplo, bailara jazz. El fan no tardó en recibir una intimación legal de Sony en el que se lo acusaba de haber violado disposiciones anti-ruptura protegidas por ley, con el consiguiente riesgo de ser demandado por la empresa.

Nuestro segundo ejemplo es la modificación en los usos imperantes en la web, desde las convencionalmente denominadas “web 1.0” a “web 2.0”. A lo largo de los años noventa, es decir en los primeros pasos de la web, la metáfora más usual para describirla era la de la “biblioteca universal”¹⁶: se entendía a la web como una interfaz facilitadora del acceso a la totalidad del conocimiento o la información y, por lo tanto, se privilegiaba en los sitios la “autoridad del contenido”; los portales se organizaban tratando de retener a los internautas con propuestas de contenido que se consideraban valiosas, y presuponiendo que la posición de los usuarios era la de consumidores. En consecuencia fueron comunes, hacia el final de la década, las fusiones y acuerdos entre las grandes empresas de la informática y los “dueños” de contenidos, especialmente audiovisuales.¹⁷ Podríamos decir, apelando al lenguaje de de Certeau, que la web empezó a hablar usando un lenguaje que no era suyo, que era más bien el de los medios electrónicos tradicionales, vale decir el lenguaje del *broadcasting*.

Sin embargo, desde fines de esa misma década empezó a desarrollarse un tipo de aplicaciones (especialmente los *weblogs*) que –recuperando las potencialidades planteadas originalmente por los impulsores de la web– se basan en la formación de comunidades

16. “Internet nos proporciona una red de información distribuida a la que podemos acceder fácilmente. La actualización de esta información es instantánea. El concepto de biblioteca universal ya empieza a ser una realidad” (Madrid, 2001)

17. El mejor ejemplo es el acuerdo de 1996 entre Microsoft y NBC. Para una reseña de la estrategia de Microsoft en lo que hace al manejo de contenidos, durante la década de los noventa, (ver Molina Guerrero, 1999)

y en la construcción de contenidos a partir de la colaboración de los mismos usuarios.

En la llamada web 2.0 las redes colaborativas de usuarios pasan a la primera línea. El consumidor no sólo deja de ser un consumidor individual, sino que también abandona el rol de simple consumidor para convertirse en prosumidor (Scolari, 2008, p. 248).

La categoría de *prosumidor* dista de ser aproblemática, pero, nuevamente, las conductas de las personas en su interacción con los medios digitales, no necesariamente de manera alternativa a los medios tradicionales, sino también complejizando enormemente el consumo de los mismos (Jenkins, 2008), obligan a reconsiderar los mismos conceptos de "audiencia", y de "actividad de la audiencia".

Esta necesidad explica la acogida que está teniendo últimamente, entre quienes se encuentran abocados al estudio de los consumos/ usos de las tecnologías digitales, la corriente de los estudios de construcción social de la tecnología. Esta corriente, desarrollada inicialmente para el estudio de tecnologías pre-digitales, considera a los artefactos o dispositivos tecnológicos como *ensamblajes socio-técnicos*, emergentes de una sociedad moderna en la que resultan indistinguibles factores científicos, tecnológicos, económicos o sociales. Como afirma Wiebe Bijker, uno de sus principales impulsores, "lo técnico es socialmente construido y lo social es tecnológicamente construido. Todos los ensamblajes estables son estructurados al mismo tiempo tanto por lo técnico como por lo social" (cit. en Thomas &

Buch, 2008, p. 219).¹⁸ Esto obliga a tener siempre presente que los artefactos tecnológicos son construidos e interpretados culturalmente, es decir que obedecen al principio de *flexibilidad interpretativa*, y dicha flexibilidad no se da solamente en el uso, sino también en el diseño: no hay una sola manera de diseñar un artefacto, y los diseñadores son sensibles a la recepción que tienen sus propuestas y a las demandas de los grupos sociales relevantes. Casi siempre estos grupos son varios y heterogéneos, y poseen interpretaciones muy diferentes (y a veces incompatibles) de los artefactos tecnológicos, algo que se traduce en discusiones y redefiniciones. Sin embargo, suele suceder que en una etapa inicial este debate sea más agitado, encontrando luego el artefacto una cierta estabilización (siempre relativa y pasible de entrar en crisis).

Cuando aplicamos estos conceptos a las tecnologías de comunicación, debemos considerar a los medios como “ensamblajes

18. Si bien el acento de los estudios de construcción social de la tecnología –que han derivado en el planteo más general de la “teoría del actor–red” (Latour, 2008)– es más radical, existen similitudes con el punto de partida de Jenkins, que adopta “un modelo de medios que funciona en dos niveles: en el primero un medio es una tecnología que posibilita la comunicación; en el segundo, un medio es un conjunto de «protocolos» asociados o prácticas sociales y culturales que se han desarrollado en torno a dicha tecnología” (Jenkins, 2008, p. 24). No es muy distinto el enfoque que hace ya unos cuantos años predicaba Raymond Williams: “Las comunicaciones son siempre una forma de relación social, y los sistemas de comunicaciones deben considerarse siempre instituciones sociales [...] La distinción entre técnicas y tecnología es fundamental [...] Una técnica es una habilidad particular, o la aplicación de una habilidad. Un invento técnico es, por consiguiente, el desarrollo de dicha habilidad, o el desarrollo o invento de uno de sus ingenios. En contraste, una tecnología es, en primer lugar, el marco de conocimientos necesario para el desarrollo de dichas habilidades y aplicaciones y, en segundo lugar, un marco de conocimientos y condiciones para la utilización y aplicación prácticas de una serie de ingenios” (Williams, 1992, pp. 183–184).

sociotécnicos”: conjuntos de dispositivos técnicos (tanto de hardware como de software) más interpretaciones y usos. En un momento inicial suele suceder que los usos no exploren los aspectos más innovadores de un nuevo dispositivo, sino que se trate de usar un nuevo medio “al modo del antiguo”. Pero también suele suceder que las derivas de los usos y preferencias de las audiencias/usuarios sean muy diferentes a las previsiones de los aparatos empresariales y tecnológicos.

Como concluye Carlos Scolari:

Las tecnologías nunca son utilizadas como imaginaron sus creadores. Su evolución está sometida a la dialéctica entre diseñadores y usuarios en el contexto de una red sociotécnica. Las tecnologías digitales, al diluir la separación entre consumidores y productores, hacen estallar el modelo de los medios masivos de comunicación. El concepto de *audiencia* elaborado por las teorías de la comunicación de masas cada día pierde algo de su sentido en entornos digitales marcados por la personalización de los contenidos, el consumo asincrónico y el intercambio muchos-a-muchos.

Las tecnologías participativas profundizan aún más este proceso al ofrecer al usuario la posibilidad de crear y distribuir sus propios contenidos. Una teoría de las hipermediaciones debería reflexionar sobre el concepto de *audiencia* y evaluar posibles alternativas conceptuales para nombrar a estas comunidades de *prosumidores* en red (Scolari, 2008, pp. 288–289).

¿Dónde nos dejan las derivas de esta cuestión? Resulta claro que en el desarrollo de nuestro argumento nos hemos encontrado con resultados similares para problemas diferentes: es difícil no advertir la homología entre la relación momento institucionalista y momento creativo/productivo de la política (y la imposibilidad de cierre del sistema, la transformación no prevista de ruidos en palabras, los intentos en última instancia falaces del poder constituido por domesticar el poder constituyente, etc.) con el también imposible cierre de sentido de un texto (para nuestro caso, un texto mediático), que lleva a la posibilidad siempre existente de realizar actualizaciones de sentido muy lejanas a las previstas por los productores. Y de esta última situación con la flexibilidad interpretativa de los dispositivos tecnológicos, que “nunca son utilizados como imaginaron sus creadores” y los aparatos gubernamentales y empresariales que los sostienen.

¿Pero no podríamos decir algo más? Nos parece que sí, que no se trata de cuestiones y problemas análogos, sino de la misma cuestión y problema, y que debemos entonces buscar una conceptualización general, y no regional, para explicarlos. Sólo digamos, por ahora, que, asumiendo una definición amplia de “artefacto”,¹⁹ podríamos concluir, simplemente, que un texto mediático es un caso particular de artefacto tecnológico, y que lo que es válido para los últimos, también lo es para los primeros.

Ahora bien, al comentar la irrupción de los blogs, como antesala

19. Como es de uso habitual en la sociología del arte (ver Danto, 2001; Dickie, 2005).

del referido pasaje de la web 1.0 a la 2.0, Alejandro Piscitelli afirmó ocurrentemente “en 2004 la gente clavó en la puerta sus propios reclamos sobre la web”, apelando metafóricamente al evento fundador de la Reforma de Lutero.²⁰ Ciertamente, la irrupción de los formatos colaborativos implicó una profunda transformación de la web, una transformación que no fue prevista ni planificada por los grandes aparatos comerciales e institucionales. ¿Pero allí termina esta historia? ¿No estamos asistiendo en la actualidad a una colonización de las prácticas colaborativas, a una apropiación de las mismas y a una reintroducción en la lógica de la ganancia capitalista?. Dedicemos el resto de este artículo a explorar esta cuestión.

Colaboratividad y ética hacker

En su conocido texto donde despliega su noción de “ética hacker”, Himanen (2002) afirma que ésta se caracteriza por un conjunto de valores que, aunque pueden no oponerse frontalmente a la lógica capitalista, sin embargo constituyen una manera muy diferente de enfrentar la vida y los lazos sociales. Si las tendencias más acuciantes del capitalismo financiero propio de la era informacional acentúan de un modo acelerado el predominio de la maximización de la ganancia

20. La frase de Alejandro Piscitelli está extractada de una entrevista que le realizamos en 2009 con María Eugenia Salvador. El video se puede ver en <http://conectandonos.gov.ar/2009/10/05/alejandra-piscitelli-en-2004-la-gente-clavo-en-la-puerta-sus-propios-reclamos-sobre-la-web/>

como baremo de todo otro parámetro, para los hackers –que en general están lejos de desdeñar el dinero y la comodidad de una manera puritana– el dinero no es un fin en sí mismo, sino un medio para alcanzar otros fines. Linus Torvalds, creador de Linux, de una manera que puede sonar simplista, afirma que la motivación humana superior es el “entretenimiento”,²¹ y que éste no se adquiere de una modo directo por la mera disponibilidad de dinero:

con el dinero, por lo general, resulta fácil adquirir supervivencia, aunque es mucho más difícil comprar vínculos sociales y entretenimiento. Sobre todo, entretenimiento con E mayúscula, el que acaba dando sentido y significado a la existencia (en Himanen, 2002, p. 10).

De una manera más precisa, Himanen argumenta que para los hackers los valores que guían sus vidas se acercan más a la pasión, la libertad y especialmente la creatividad. Esta última, además, adquiere su mayor valor cuando el acto creativo implica la donación generosa de un conocimiento valorado por una comunidad de referencia.

No sorprende por ello que Himanen insista en buscar las raíces de la ética protestante del trabajo y el dinero en las comunidades monásticas medievales, mientras hace lo propio para la ética hacker en la vida académica, tanto clásica como moderna. Los puntos de contacto son bastante evidentes. Por ejemplo, Contreras (2004), siguiendo a Levy, identifica como principios de la ética hacker los siguientes:

21. Aunque entendido como “algo más que jugar con la Nintendo. [...] Entretenimiento es algo intrínsecamente interesante y capaz de plantear desafíos” (p. 10).

1. Toda la información debe ser de libre acceso.
2. El acceso a los ordenadores (y a todo aquello que nos pueda enseñar algo acerca de cómo funciona el mundo) debe ser ilimitado y total.
3. Desconfía de la autoridad, promueve la descentralización.
4. Las credenciales de un hacker son su logros, y no sus títulos, cargos o adscripciones sociales.
5. Un hacker puede crear arte y belleza con su ordenador.²²
6. Los ordenadores pueden mejorar nuestras vidas

Digamos brevemente que, además de encontrarse presente claramente en el desarrollo de Linux, del software libre y de las patentes copyleft como Creative Commons (y en los debates político-sociales que los han acompañado), los principios hackers de libertad de acceso a la información, igualdad, cooperación y protagonismo de las tecnologías digitales para mejorar la vida de las personas se encontraban también en la base de las arquitecturas de participación que, con el rótulo de web 2.0 –y como comentamos antes– se volvieron hegemónicas a partir de 2003. Por ejemplo, en su libro de 2007 –pionero en el mundo de habla hispana sobre el tema– Cobo Román y Pardo Kuklinski afirman que

La consolidación de estos espacios de intercreatividad

22. Un ejemplo de este principio es el eslogan de Wordpress: “code is poetry”.

no sólo abren la posibilidad de explorar innovadoras instancias de comunicación e intercambio, sino que además generan nuevas oportunidades de construcción social del conocimiento. La generación de estos canales de participación se consolidan, en alguna medida, como herencia de la cultura hacker de compartir el saber bajo estructuras abiertas y horizontales que promuevan la intercreatividad y la inteligencia colectiva, en beneficio de la comunidad (Cobo Romaní & Pardo Kuklinski, 2008, p. 56).

En consecuencia, la web 2.0 pudo ser visualizada como la posibilidad inminente, tantas veces postergada, de instauración de una comunicación horizontal por parte de prosumidores activos, saltando los controles de los poderes mediáticos, corporativos y gubernamentales y alumbrando retroalimentaciones creativas centradas en las personas.

**La colaboratividad como palabra retomada:
el *community management***

La comunidad del diálogo es el mercado.
Cluetrain Manifiesto, tesis 39

En los últimos años las expectativas de que la web se expanda como

un territorio de colaboración libre entre “prosumidores”, liberado también en su uso de constricciones comerciales directas, ha recibido el impacto colonizador de afinadas estrategias de marketing. El concepto (y nueva profesión) de *community manager*, es un buen ejemplo de esta tendencia.

La Asociación Española de Responsables de Comunidades OnLine define esta profesión/ocupación/rol como

aquella persona encargada o responsable de sostener, acrecentar y, en cierta forma, defender las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito digital, gracias al conocimiento de las necesidades y los planteamientos estratégicos de la organización y los intereses de los clientes. Una persona que conoce los objetivos y actúa en consecuencia para conseguirlos (Asociación Española de Responsables de Comunidades OnLine & Territorio Creativo, Agencia de Social Media Marketing, 2009, p. 5).

Justamente, en España se ha dado una explosión del interés por esta tarea, potenciada por la elevada desocupación producto de la actual crisis económico-financiera. Según el diario *El País* (Méndez & Segovia, 2011), el 60% de los parados españoles buscan reorientar sus carreras profesionales, y este perfil es uno de los favoritos, o al menos de los que despiertan más expectativas. Pero más allá de esta coyuntura, el *community manager* es un ejemplo de la actual tendencia de las empresas a incursionar en el espacio de las redes sociales, a partir de estrategias aggiornadas que, si bien han tomado

nota de las transformaciones en las modalidades de participación fruto de la expansión de la web 2.0, lo hacen intentando “retomar la palabra” (según la expresión de de Certeau) para reenmarcarla en los códigos del capitalismo postfordista del siglo XXI. Así,

Entender la figura del CM como un «animador», o un nuevo elemento de marketing que «ejerce» su función en redes sociales, es un error. El verdadero potencial está en establecer una relación de confianza con la comunidad de usuarios o simpatizantes de la marca, recoger el feedback de los mismos y utilizarlo para proponer mejoras internas (Asociación Española de Responsables de Comunidades OnLine & Territorio Creativo, Agencia de Social Media Marketing, 2009, p. 7)

Estamos aquí bastante lejos de las nociones –tan influidas por la ética hacker– de “inteligencia colectiva” (Levy, 2004) o “multitudes inteligentes” (Rheingold, 2004). Antes bien, así como las capacidades genéricas de la comunicación humana son convertidas en fuerzas productivas del capitalismo postfordista (Virno, 2003), éste también puede intentar poner a su servicio, colonizándolo, el espacio de la colaboratividad propio de las redes sociales.

Ahora podemos ver con claridad la nueva instancia de esta guerra de posiciones en torno al enmarcamiento de la web: si en los noventa la propuesta de las punto.com supuso imaginar usuarios símil audiencia televisiva, y éstos luego se rebelaron a ese posicionamiento inventando la “Internet de la gente”, en los últimos años estamos

asistiendo a intentos de recolonización de los usos participativos por parte de la lógica capitalista postfordista. Una nueva delimitación estratégica que no constituirá, sin dudarlo, el final de ninguna historia.

Si en 1992 Ien Ang (1996) caracterizó a la conflictiva relación entre los intereses de las industrias televisiva y publicitaria, y las tácticas de los consumidores, como las “guerras de la sala de estar”, tal como hemos visto hoy debemos trasladar nuestro centro de atención a las maneras en que los usuarios, o mejor *su manera de usar*, transforman los dispositivos técnicos, los domesticar y los reapropian de maneras siempre imprevisibles. Y todo esto sin resucitar el optimismo ingenuo que, al valorizar la producción de sentido se olvidó de las constricciones de la dominación, ya que –como nos demuestra el caso del *community management*– esta dinámica es una acelerada guerra de posiciones, en la que la palabra es tomada y retomada, una y otra vez.

Bibliografía

Ang, R. (1996). "Las guerras de la sala de estar: nuevas tecnologías, índices de audiencias y tácticas en el consumo de la televisión". En R. Silverstone y E. Hirsch, *Los efectos de la nueva comunicación*. Barcelona: Bosch.

Asociación Española de Responsables de Comunidades OnLine, & Territorio Creativo, Agencia de Social Media Marketing (2009). *La función del Community Manager: cómo las empresas están organizándose para crear y hacer crecer sus comunidades*.

Barthes, R. (1981). *Mitología (3a ed.)*. México D.F.: Siglo XXI.

Cobo Román, C., y H. Pardo Kuklinski (2008). *Planeta web 2.0: inteligencia colectiva o medios fast food*. México: FLACSO.

Contreras, P. (2004). *Me llamo Kohfam: identidad hacker, una aproximación antropológica*. Barcelona: Gedisa.

Cotarelo, R. (2010). *La política en la era de Internet*. Valencia: Tirant lo Blanch.

Danto, A. (2001). *Después del fin del arte: el arte contemporáneo y el linde de la historia*. Barcelona: Paidós Ibérica.

De Certeau, M. (1995). *La toma de la palabra y otros escritos políticos*. México: UIA Departamento de Historia; ITESO.

-- (1996). *La invención de lo cotidiano / 1. Artes de hacer*. México:

Universidad Iberoamericana; Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.

Dickie, G. (2005). *El círculo del arte: una teoría del arte*. Barcelona: Paidós.

Foucault, M. (1976). *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. México D.F.: Siglo XXI.

-- (1978). *Historia de la sexualidad/1. La voluntad de saber*. Madrid: Siglo Veintiuno de España.

-- (1981). *Un diálogo sobre el poder y otras conversaciones*. Madrid: Alianza Editorial.

Grignon, C., y J.-C. Passeron (1991). *Lo culto y lo popular: miserabilismo y populismo en sociología y en literatura*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Himanen, P. (2002). *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Recuperado a partir de <http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/12851/1/pekka.pdf>

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social: una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires: Manantial.

Lessing, L. (2005). *Cultura libre: cómo los grandes medios están usando la tecnología y las leyes para encerrar la cultura y controlar la creatividad*. Santiago de Chile: Derechos Digitales.

Levy, P. (2004). *Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*. Washington DC: Organización Panamericana de la Salud.

Madrid, D. (2001). "Internet como biblioteca universal en la escuela". En *Lenguaje y textos*, 17, pp. 33–42.

Méndez, M. Á., y A. Segovia (2011, junio 7). "Sí hay burbuja: se llama «community manager»". En *El País.com*. Recuperado 30 de julio de 2011, a partir de http://www.elpais.com/articulo/tecnologia/hay/burbuja/llama/community/manager/elpeputec/20110607elpeputec_3/Tes

Molina Guerrero, C. (1999). "El inevitable monopolio innovador de Microsoft". En *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 4. Recuperado a partir de <http://revistas.ucm.es/inf/11357991/articulos/CIYC9899110259A.PDF>

Morley, D. (2009). *Medios, modernidad y tecnología: hacia una teoría interdisciplinaria de la cultura*. Gedisa.

Rancière, J. (1996). *El desacuerdo: política y filosofía*. Buenos Aires: Nueva Visión.

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

Sandoval, L. R. (2009). "Una década perdida: las políticas sobre SIC en Argentina". En *Oficios terrestres*, XV (24), pp. 246–258.

Sandoval, L. R.(2012). *Tecnología, comunicación y ciudadanía: usos políticos en Internet y las TIC en la Argentina reciente (1997-2009)*". Buenos Aires: Biblos.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones : elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.

Thomas, H., y A. Buch (Eds.). (2008). *Actos, actores y artefactos: sociología de la tecnología*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

Vilches, L. (2001). *La migración digital*. Barcelona: Gedisa.

Virno, P. (2003). *Gramática de la multitud: para un análisis de las formas de vida contemporáneas*. Buenos Aires Argentina: Colihue.

Williams, R. (Ed.). (1992). *Historia de la comunicación/2. De la imprenta a nuestros días*. Barcelona: Bosch.

Laura Elizabeth Contreras

Las posibilidades de participación política mediante las TIC: visibilidad en un nuevo espacio público. ¿Ingenuidades o certezas?

Introducción

La nostalgia de Habermas en su *Historia y crítica de la opinión pública*, cuando pondera la esfera pública burguesa evocando y comparándola con la vida pública de la democracia griega, puede ser un buen punto de partida para este trabajo. La *publicidad* entendida como visibilidad que caracterizó dichos contextos históricos es, en cierto modo, la clave que permite que el emprendimiento de algún tipo de acción ideológica espontánea entre ciudadanos comunes sea efectiva. Sin ánimo de idealizar dichos contextos, es posible establecer ciertas analogías y en principio me interesa señalar dos: la participación espontánea y directa y su publicidad, con la acepción dada por Habermas en el texto mencionado, concepto tan difícilmente traducible del alemán a nuestro idioma –señalado por el propio traductor del libro–: «*offentlichkeit*». Es decir, entendida como acción de publicar (o poner a disposición de lo que entendemos por “opinión pública”) visibilizando discursos o prácticas como elemento

de resistencia y transformador de los discursos del orden establecido.

Puede parecer una ingenuidad pensar que el sólo hecho de circular información ideológica y generar o planificar así acciones tendientes a producir potenciales cambios sociales, culturales y políticos a través de un blog, un foro on line, de una red social o mediante mensajes de texto pueda resultar una acción política efectiva. Sin embargo, la lógica de funcionamiento que posibilitan las TIC, como así también el modo de organización como cadena equivalencial que resulta de efectos unificantes que orienta estos agenciamientos, coloca en un plano de certezas y efectividad estas prácticas. La gran diferencia entre los medios de comunicación convencionales como la radio o la televisión para la participación y acción política respecto a los entornos virtuales es el acceso, la inmediatez y la velocidad de circulación, la posibilidad de filtración y rápida circulación de información frente a la escasa y endeble posibilidad de censura de un *establishment* determinado.

Las posibilidades de hacer política mediante las tics ¿ingenuidades o certezas?

¿De qué manera las TIC constituyen un campo político? En principio, es oportuno revisar desde la perspectiva de la teoría política contemporánea la concepción de “política” propuesta por algunos pensadores integrantes de esta corriente de pensamiento, y que

realizan una distinción entre el concepto de «política» y «político». Autores como Toni Negri, Jacques Rancière, Nicos Poulantzas y Claude Lefort coinciden en esta diferenciación y en atribuir a lo político, lo que comúnmente denominamos “política”, es decir la superestructura jurídico-institucional, lo instituido. Mientras que la política, lejos de pensarla como acciones reproductivas, es asociada a lo alternativo y lo instituyente y la constituyen aquellas prácticas contestatarias que en muchos casos de manera creativa, desafían ese orden instituido y no siguen las reglas que el mismo propone o impone. Resulta interesante, en este sentido, la distinción propuesta por Rancière de lo instituido (lo político) y que él denomina policía y lo instituyente, a la que define como política. En *El desacuerdo* (1996), Rancière propone:

“La policía es primeramente un orden de los cuerpos que definen las divisiones entre los modos del hacer, los modos del ser y los modos del decir, que hace que tales cuerpos sean asignados por su nombre a tal lugar y a tal tarea; es un orden de lo visible y lo decible que hace que tal actividad sea visible y que tal otra no lo sea, que tal palabra sea entendida como perteneciente al discurso y tal otra al ruido (pp. 44/45).”

La política es para este autor una actividad antagónica a la anterior:

La que rompe la configuración sensible donde se definen las partes y sus partes o su ausencia por un supuesto que por definición no tiene lugar en ella: la de una parte

de los que no tienen parte [...]. La actividad política es la que desplaza un cuerpo del lugar que le estaba signado o cambia el destino de un lugar: hace ver lo que no tenía razón para ser visto, hace escuchar un discurso allí donde sólo el ruido tenía lugar, hace escuchar como discurso lo que no era escuchado más que como ruido (p. 45).

Tal vez el caso más emblemático es el de WikiLeaks. A partir de la publicación de miles de documentos secretos generó –como era de esperarse por la información sensible que alberga– gran cantidad de acciones legales, presiones políticas de todo tipo y acciones de bloqueo en un intento de detener el flujo de información. No es objetivo de este trabajo ahondar en el caso en particular, pero sí señalar que, a pesar de todas esas acciones, gran parte del contenido y archivos –sino su totalidad–, continúa circulando por la red. WikiLeaks logró resistir y filtrar la información comprometedora a pesar de las trabas y censura por la lógica de *ensamblaje socio-técnico* que desdibuja la frontera entre lo social y lo técnico. Es decir, este fenómeno no sólo se produce por las posibilidades que brinda el componente tecnológico, sino también –y por sobre todo– por el componente social, su involucramiento y estrategias. Gran cantidad de noticias anuncian en la red cómo ciberactivistas seguidores de WikiLeaks y grupos defensores del derecho a la información han colaborado para su continuidad y permanencia tanto en el proceso de filtrado como de circulación, lo que demuestra –como señaló en su momento Michel Foucault– que «donde hay poder hay resistencia». Resistencia que se traduce en este caso, como en tantos otros, en la latente

imposibilidad de detener, censurar o bloquear el flujo de información como consecuencia de la visibilidad, circulación y retroalimentación de la información como “prosumidores”, es decir, la posibilidad de ser consumidores pero también productores no sólo de información, sino también en cuanto a la significación e interpretación dada a un determinado artefacto tecnológico, en nuestro caso, las TIC, son elementos intrínsecos a la lógica comunicacional que éstas posibilitan.

La introducción del concepto de «ensamblaje sociotécnico» por Weibe Bijker, que junto a Trevor Pinch¹ constituyen dos referentes del enfoque constructivista de la tecnología, es una suerte de síntesis explicativa que excluye el determinismo tecnológico o social y borra las distinciones entre lo social y lo técnico. De este modo, afirma:

Lo técnico está construido socialmente, tanto como lo social está construido técnicamente. Todos los ensamblajes se mantienen unidos tanto por lo técnico como por lo social [...] lo sociotécnico no debe ser tratado simplemente como una combinación de factores sociales y técnicos. Es algo *sui generis*. En lugar de artefactos, nuestra nueva unidad de análisis es ahora el ‘ensamblaje sociotécnico’ [...] La sociedad no está determinada por la tecnología, ni la tecnología está determinada por la sociedad. Las dos emergen como dos caras de una misma moneda sociotécnica, durante el proceso de construcción de los artefactos, los hechos y los grupos sociales relevantes. (Bijker, 1995, pp. 273–274)

1. Weibe Bijker y Trevor Pinch son miembros fundadores del Programa SCOST (*Social Construction of Science and Technology*: Construcción Social de la Ciencia y la Tecnología).

La lógica de las prácticas de participación e involucramiento

El concepto de ensamblaje sociotécnico arroja una luz metodológica para el análisis y la interpretación de las interacciones de las comunidades en el ciberespacio, para comprender cómo diferentes grupos que integran una determinada comunidad de usuarios sitúan al componente tecnológico como un lugar privilegiado para la participación, organización, producción e intercambio de ideas e información significativa. Esta dinámica colaborativa, hace de las TIC un espacio privilegiado de constitución de identidades y un campo fértil de participación y gestión política. Son precisamente estas prácticas las que demuestran cómo lo técnico está construido socialmente y lo social está construido técnicamente. En este sentido, el concepto de *grupos sociales relevantes* –introducido también por estos autores– aplicado a los dispositivos tecnológicos para demostrar que el desarrollo de toda innovación no es un proceso lineal, sino que es el resultado de variadas significaciones asignadas por distintos grupos sociales a partir de sus necesidades y demandas en la búsqueda de su evolución y transformación superando los aspectos meramente técnicos hacia perspectivas de carácter ideológico,² es

2. En un estudio del desarrollo técnico de la bicicleta moderna en la Inglaterra del siglo XIX, Bijker y Pinch analizan el significado social otorgado a ese artefacto que hizo que haya llegado a ser lo que es hoy en día. Desde aquél primer biciclo de rueda alta creado en 1878, estos autores encontraron en el proceso de su evolución y transformación la intervención de una gran variedad de grupos sociales que tenían diferentes necesidades en relación con el vehículo. Entre esos grupos sociales relevantes, tanto productores como consumidores (grupos de feministas, obreros, usuarios de la elite británica, deportistas y fabricantes), con intereses, necesidades y demandas diversas se plantearon diferentes problemáticas para su conducción (incomodidad de la vestimenta femenina, inseguridad, velocidad, etc.), y cuyas tensiones y propuestas fueron contingentes y emergentes de la bicicleta actual.

aplicable también en el modo en que distintos actores sociales, ya sea el Estado y las agencias gubernamentales, empresas comerciales, movimientos políticos y sociales contestatarios u organizaciones de la sociedad civil, utilizan y resignifican las tecnologías en pos de sus intereses y objetivos. Ante instancias de debilitamiento de sistemas democráticos, escasas posibilidades de participación directa en las decisiones institucionales y crisis de representatividad de la política de partidos, las posibilidades que ofrecen las tecnologías digitales a partir de la aparición de la Web 2.0 representan un escenario alternativo de poder, y como mencioné anteriormente, un campo promisorio y fértil en el cual proyectar, organizar, gestionar y llevar a cabo acciones de involucramiento y cambio de lo instituido.

Esta participación activa y transformadora de la realidad social por parte de los distintos sectores o grupos sociales mediante el uso de las TIC, es analizada por Henry Jenkins desde la perspectiva de la apropiación de los contenidos mediáticos por parte de los fans. Éstos, como grupo social relevante, si bien tienen sus propios intereses y objetivos, comparten con los otros sectores participantes en el ciberespacio la intención de cambio y la posibilidad de ejercer el poder. Lo que conviene tener presente aquí, como advierte Jenkins es “que los intereses de productores y consumidores no son los mismos”, el aliento o resistencia a las tácticas y estrategias de la audiencia configura un cruce de intereses entre ambos sectores, generando situaciones coyunturales de negociación del poder. Estas prácticas de consumo/producción y generación de significados, sólo pueden ser una fuente alternativa de poder mediático, según Jenkins a través

de la acción colectiva. En el primer capítulo del libro «*Destripando Survivor*» en *Convergence culture*, analiza cómo la comunidad de fans del programa reúne, procesa y comparte información y pone en juego capacidades, destrezas, creatividad y conocimientos en pos de descubrir (de «destripar») lo máximo posible antes de la emisión de los episodios. Estos grupos actúan comunitariamente y ejecutan cada tarea cooperativamente sin dirección ni supervisión jerárquica, para resolver distintos interrogantes o situaciones. Se trata, fundamentalmente, como sostiene Pierre Lèvy de un conocimiento colectivo, imposible de reunir en un solo individuo. Agrega Jenkins, “La participación colectiva, hace que todos al sentirse implicados, contribuyan con su pericia, destrezas para resolver enigmas”. La «inteligencia colectiva» debe ser entendida como un proceso social de adquisición del conocimiento dinámico, participativo, abierto, “horizontal” y democrático que se identifica con prácticas en las cuales no existen procedimientos prefijados para manejar el conocimiento, como una suerte de “indisciplina” y emancipación intelectual, en la que cada participante del grupo aplica sus propias reglas y procesa la información a su manera es, sin embargo, la que refuerza los lazos sociales del grupo, ya que son conscientes que el conocimiento de cada miembro es valorado como el aporte que la comunidad necesita para preservar su existencia y alcanzar sus metas, otorgándole al mismo tiempo, “un lugar” de pertenencia en el grupo. Esta inteligencia colectiva se potencia con los dispositivos tecnológicos que posibilitan la interconexión y colaboración, y permite a los participantes decidir sobre su futuro y lograr cambios, silenciosos pero relevantes en la

cultura a partir de la intervención de sus conocimientos individuales. Estas prácticas configuran un escenario en donde lo corporativo o lo instituido coexiste con lo popular en una lógica de distribución del poder y en el que es posible un flujo más libre de ideas y contenidos donde los participantes luchan por el derecho a intervenir y generar cambios. Como propone Manuel Castells:

La historia del desarrollo de Internet y de la convergencia en ella de las otras redes de comunicación proporciona el material esencial para comprender sus características técnicas, organizativas y culturales, abriendo así el camino para valorar sus impactos sociales. Es, en efecto, una mezcla única de estrategia militar, colaboración técnica e innovación contracultural. (Castells, 2002)

Conclusión

De este modo, las TIC, constituyen un campo político alternativo en el que diferentes grupos minoritarios se convierten en “ciberactivistas” pues sus intervenciones, parafraseando a Rancière, “hacen ver lo que no tenía razón de ser visto y hacen escuchar un discurso allí donde sólo había ruido” permitiendo la auto-exhibición para reafirmar la importancia de ver y ser visto y de oír y ser oído, como sugiere Castells, el precio pagado por una participación tan diversa y amplia es dejar que, al mismo tiempo, florezca la comunicación espontánea

e informal (2002, p. 29). La lógica de acción de estos “grupos sociales relevantes” es la adhesión no pautada, no convenida previamente, sino espontánea y por inclinación e interés que se traduce en un colectivo de cooperación, de colaboración, de coordinación de articulación y convergencia de esas singularidades, conformando lo que denomina Mauricio Lazzarato, una política del acontecimiento. Estas «mónadas» que no remiten a ninguna esencia, sustancia o estructura profunda fundante, a partir de gestionar o generar acciones como procesos contingentes, posibilitan, como afirmó Lévy, nuevos tipos de poder político que operarán en paralelo y a veces desafiarán directamente la hegemonía del Estado-nación o el poder económico del capitalismo corporativo, o como sugirió Jenkins:

«Imaginemos las clases de información que podrían recopilar estos fans, si su propósito fuese destripar al gobierno en lugar de a las cadenas. Los papeles desempeñados por la inteligencia colectiva en juegos de realidad virtual están comenzando a concentrar sus energías en la resolución de problemas cívicos y políticos.»

y esto no es sólo una certeza, sino una realidad... La ingenuidad es la subestimación de estas prácticas.

Bibliografía

Barbero, J.M. (2001). *Transformaciones comunicativas y tecnologías de lo público*, en *Metapolítica*, Vol. 5, N° 17, pp. 46–55. Mexico. Disponible en www.infoamerica.org/documentos_word/martin_barbero1.doc

Callelo, T. y otros. (2007). *Los usos e las tics. Una mirada multidimensional*. Buenos Aires: UNGS, Prometeo libros.

Castells, M. (2002). La Era de la Información. Vol. I: La Sociedad Red. *“La cultura de la virtualidad real: La integración de la comunicación electrónica, el fin de la audiencia de masas y el desarrollo de las redes interactivas”*, México, Siglo XXI Editores. Disponible en <http://www.cholonautas.edu.pe/modulo/upload/Castells%20cap5.pdf>

Estalella Fernández, A. (2005). *Pobrecito hablador. Conflictos por la libre participación en una comunidad colaborativa. Etnografía simétrica de un weblog dedicado a la producción de noticias mediante filtrado*. En *Atenea Digital* N° 7, UAB.

Foucault, M. (1997). *Historia de la sexualidad. Tomo 1: “La voluntad de saber”*, México: Siglo XXI.

Habermas, J. (1981). 2da edición. *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: GG MassMedia.

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Lèvy, P. (2004). *Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*, Organización Panamericana de la Salud. Disponible en <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/public/documents/pdf/es/inteligenciaColectiva.pdf>

Lazzarato, M. (2006). *Políticas del acontecimiento*. Buenos Aires: Tinta limón. Disponible en <http://tintalimon.com.ar/libro/POLITICAS-DEL-ACONTECIMIENTO>

Piscitelli, A. (2002). *Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires: Paidós. Disponible: <http://www.iesalc.unesco.org.ve/pruebaobservatorio/documentos20pdf/conocimiento.pdf>

Piscitelli, A. (2009). *Nativos digitales: dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*. Buenos Aires: Santillana.

Rancière, J. (1996). *El desacuerdo: política y filosofía*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Sandoval, L.R. (2008). *La angustia estilizada. El blog como actuación interpersonal en Diálogos de la comunicación N° 76*, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), Lima. Disponible: http://www.dialogosfelafacs.net/76/articulo_resultado.php?_idcodigo=72&v_idclase=11

Sandoval, L.R. (2010). *Más allá de la policía gubernamental: experiencias contrahegemónicas en la red*. Ponencia en Jornada de Debate sobre Identidades en Patagonia, "Tecnología, comunicación y ciudadanía". Comodoro Rivadavia: UNPSJB.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.

Thomas, H. y Buch, A. (2008). *Actos, actores y artefactos, Sociología de la tecnología*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes Editorial.

Thompson, J.B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Ugarte, D. (2007). *El poder de las redes. Manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados al ciberactivismo*. Disponible en http://www.deugarte.com/gomi/el_poder_de_las_redes.pdf

Vinelli, N. y Rodriguez Esperón, C. (2004). *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*. Buenos Aires: Ediciones Continente. Disponible en http://www.dariovive.org/audiovisuales_libros/contrainformacion.pdf

Virno, P. (2003). *Gramática de la multitud*. Buenos Aires: Colihue. Disponible en: <http://www.traficantes.net/index.php/trafis/content/download/16075/175247/file/gramatica%20de%20la%20multitud.pdf>

Marta Pilar Bianchi

La práctica de la comunicación cooperativa descentralizada: reciprocidad y poder en el ámbito de las comunidades virtuales

“Para entender la manera en que la acción colectiva se estructura en el contexto de la sociedad–red, es necesario partir de nuevos modelos de análisis social [...] Los nuevos movimientos sociales constituyen laboratorios de cultura generadores de códigos culturales alternativos a los dominantes, desafíos simbólicos a los límites del poder que intentan dar soluciones al problema del individuo en la sociedad planetaria.” (Contreras, 2003:27)

Este trabajo reflexiona sobre las analogías y distinciones que pueden identificarse entre las comunidades de foros de subtítulos en español y las comunidades paradigmáticas de los hackers. Esta comparación se da como parte de un trabajo más amplio de intento de descripción de las características de las comunidades virtuales presentes y sus potencialidades como entornos de sociabilidad y emergencia de nuevas concepciones de trabajo. Su carácter incipiente –y por lo tanto necesariamente provisorio– se debe justamente al estado inicial del trabajo. En primer lugar, elegí centrarme en la

práctica cooperativa descentralizada porque desde el campo de la Comunicación, Sociología y Antropología particularmente y de las Ciencias Sociales en general, se está visualizando su importancia como práctica potencialmente revolucionaria de las formas de constitución del lazo social. Indagar en estas prácticas implica situarse en el lugar de pensar las nuevas tecnologías como centrales en la vida cotidiana de gran parte de la humanidad (por presencia o ausencia) y también indagar en el quehacer de la gente con las nuevas tecnologías: como las incorpora a sus tareas, como se transforman las prácticas con esa introducción, que nuevas prácticas emergen con su uso. Implica también indagar en nuevas formas de acción colectiva y cómo nuestras sociedades se convierten, a partir de la convergencia de algunas de las últimas tecnologías (Internet y móviles, por ejemplo) en sociedades con posibilidades cada vez más anatomopolíticas (en términos *foucaultianos*), en sociedades de control... pero también en sociedades de *ciberturbas* y movimientos políticos contrahegemónicos que, utilizando las mismas tecnologías, tienden a desafiar el orden instituido... Si estamos asistiendo a una transformación profunda, desde nuestro quehacer pretendemos centrarnos en algún punto de esta mutación para intentar una comprensión de los procesos en curso...

Es así que comencé por indagar en la cuestión de las prácticas cooperativas descentralizadas: esas prácticas en las que individuos no conectados geográficamente, que no necesariamente se conocen con anterioridad ni tampoco han interactuado cara a cara, que a veces de manera sincrónica y otras no, organizan una tarea (puede ser

artística, política, económica, de cualquier naturaleza) y la producen de manera coordinada y cooperativa.

Así, llegué al concepto de comunidad virtual, que podría definirse como una confluencia de personas con intereses comunes, en torno a una actividad específica y cuyo despliegue de sociabilidad se da “en línea”. No es requisito para esta actividad la existencia de un marco institucional. Implica una noción distinta de espacio y tiempo como marco de la interacción: la posibilidad de acción conjunta colectiva y simultánea sin la condición de la co-presencia es un aspecto fundante de estas nuevas prácticas y en muchos casos, en los que la cooperación descentralizada tiene lugar, implica una nueva concepción de trabajo y de producción.

Son justamente este tipo de comunidades las que llamaron mi atención: aquellas en las que los bienes intercambiados (conectados con distintos tipos de capitales: simbólicos, económicos, culturales, educativos) tienen un valor monetario en el mercado, pero en el escenario de la comunidad virtual circulan sin la finalidad –al menos explícita– de obtener compensaciones estrictamente monetarias. La razón de ser de mi trabajo se centra principalmente en comprender cuáles son las compensaciones que se persiguen, su naturaleza y complejidades, para el caso puntual de las comunidades de subtítulos de series y películas en español. Preguntas de similar tenor se han formulado ya varios teóricos, pero en relación con comunidades tales como el movimiento *Free Software/Open Source Software (FS/OSS)*, los movimientos hacker (Himanen, 2001) y cracker (Contreras, 2004) vinculados a diversas temáticas.

En *Hipermediaciones*, Scolari se pregunta, pensando en los movimientos hacker y en los creadores de software libre: ¿Por qué talentosos informáticos dedican parte de su tiempo a desarrollar un sistema por el cual no obtendrán una compensación directa?. Una primer respuesta se vincula con las posibilidades que ofrecen los sistemas de código abierto a los programadores: crear funciones novedosas o resolver de manera elegante un problema informático es una buena forma de ganar el reconocimiento de los colegas e incrementar el propio prestigio.

Otra respuesta puede darse en la emergencia del hackerismo, como un movimiento político que se opone a la propiedad privada del software y apoya la libre distribución de conocimiento como un bien social que beneficia a la humanidad e impide agregar un factor de exclusión/diferenciación más a los ya existentes. (Scolari, 2008, p. 185)

Otros han insinuado que este tipo de intercambios desde el ejercicio de la comunicación cooperativa descentralizada puede analizarse estableciendo una analogía con la economía del don. (Weber, 2004, p. 149). Los regalos que ponen a disposición –su trabajo, su saber– sirven para consolidar una comunidad y crear una obligación.

Para el caso puntual del trabajo que me propongo, elijo los foros de subtítulos en español para películas y series por varias razones a considerar:

1. Porque constituyen comunidades virtuales activas y estables en el tiempo y esto se conecta con nuevas

formas de sociabilidad on line (en principio y siguiendo la definición de Levy, nos encontramos con una comunidad que comparte afinidades de intereses, conocimientos, que se relacionan entre sí a partir de ello, creando un producto de manera compartida).

2. Porque algunas de sus premisas presentan (en un análisis preliminar) analogías con los principios de la ética hacker original: por ejemplo, no se pueden linkear subtítulos de otro sin el consentimiento explícito del autor, sólo se admiten subtítulos elaborados por el propio participante que los suma.

3. Porque su actividad se despliega en el límite de lo ilegal: los subtítulos son elaborados y puestos a disposición de la comunidad para el consumo personal, pero bien pueden ser apropiados por grupos que se dedican a la distribución ilegal de películas y series, reventa de cd, etc. En este punto se conectan con las comunidades cracker. Por otra parte, la distribución de películas y series sin pagar los derechos también es una actividad ilegal, aunque no precisamente para el caso del consumo privado.

4. Por el interés en indagar el tipo de concepción vinculada al trabajo y al aprendizaje que sostienen los integrantes de estas comunidades. Si bien es un espacio que aparece directamente ligado al ocio y al entretenimiento, se pone en juego el ejercicio de la lengua extranjera y la competencia en tiempos para subtítular.

5. Porque la actividad de subtítular a veces se hace en conjunto (tal como los proyectos hacker y cracker) y otras veces de manera individual. Las formas de organización para el trabajo descentralizado son un aspecto de estudio interesante.
6. Porque la fidelidad de sus miembros es alta: algunos sitios mantienen el grueso de sus colaboradores desde hace diez años.
7. Porque se organizan de manera estructurada y piramidal, y resulta interesante preguntarse cuáles son los criterios que legitiman el ascenso, cuáles son las bases que sostienen el poder de aquellos que ocupan posiciones privilegiadas. También resulta interesante conocer la forma de gestión de las normas y las maneras de administrar las sanciones.

Bien, en esta oportunidad quisiera desarrollar someramente las analogías entre estas comunidades dedicadas a los subtítulos de series y películas en español y la comunidad virtual pionera y emblemática: la de los hackers.

Contreras (2003, pp. 33–35) explicita el sistema de valores propuesto por el grupo de hackers del MIT, retomando la propuesta de autores tales como Rosteck, Rheingold, Himanen, Moody y Levy, denominada “ética hacker”.

Intentemos ahora analizar los principios que sustentan estas prácticas y los puntos de contacto con la comunidad objeto de esta investigación:

- La premisa básica de los hackers es que toda la información debe ser de libre acceso: esto implica *toda la información, en todos sus formatos y soportes*. La cuestión de la programación es central: por un lado programar y dejar disponible los códigos para que otros los utilicen y enriquezcan (esto genera beneficios directamente ligados con el prestigio dentro de la comunidad y desafía los sistemas económicos dominantes) por el otro, difundir las alternativas de uso para facilitar el acceso de la mayor cantidad de usuarios.
- La mejor manera de promover la circulación libre de la información es a través de un sistema abierto y descentralizado, que no dependa de una autoridad central y única.
- El acceso a los sistemas de información debe ser ilimitado y total, esto implica libre acceso a los sistemas tecnológicos.
- El valor de un hacker son sus logros: la calidad de sus diseños y programas (sus diseños deben ser potentes, eficaces y estéticamente bellos o elegantes, cuanto mas logros acumule en relación a estos criterios, mayor será su prestigio). No cuentan sus títulos, posición social, características físicas o poder económico.
- El sentido de la vida de un hacker esta dado por sus prácticas. El trabajo que despliegan, basado en su pasión y competencias, confronta directamente con una concepción de trabajo impuesto y alienante que domina nuestras

sociedades. “El hacking proporciona un aliciente basado en la exploración lúdica, en entender el funcionamiento de las cosas y en mejorarlas a través de diseños sencillos y eficaces. Todo ello proporciona un modelo de vida más gratificante, basado en el desarrollo intelectual continuo” (Contreras, 2007)

Bien, por supuesto que el tipo de comunidades que aquí analizo presenta distancias rotundas con la comunidad hacker, pero ésta es un buen parámetro para analizarla por su trascendencia y sus implicaciones políticas, y por los antecedentes y caminos que deja abiertos para el surgimiento de otras comunidades con innumerables matices.

En primer lugar, los foros de subtítulos no centran su actividad en la programación, de hecho, centran su trabajo en una actividad intelectual que contribuye a consolidar la función ligada al ocio de las industrias culturales. Podemos decir que convergen en estas comunidades los amantes del cine y la pantalla chica –muchos de los cuales poseen un bagaje de saberes que puede competir con cualquier crítico consagrado– con consumidores promedio de producciones estandarizadas en relación a los parámetros dominantes de la industria.

No despliegan homogéneamente argumentaciones en torno a sus prácticas de índole política: aunque podríamos señalar que facilitar el copy left y la libre circulación de producciones de cine y TV puede ser catalogada como práctica política, sin embargo en los discursos de sus miembros no está presente este componente de manera rotunda, aparece en subgrupos.

Traducir implica una serie de saberes ligados al dominio competente de idiomas, traducir rápido y de manera pertinente, escribir sin errores de ortografía, publicar y dejar disponible ese producto es la base sobre la que se construye el prestigio de los participantes en estos foros. Copiar subtítulos producidos por otros y postearlos como propios es una actividad que se sanciona con la expulsión. En estas comunidades, al igual que la de los hackers, el trabajo febril y apasionado es la motivación más importante de sus miembros: aprender, perfeccionarse y compartir los logros son la base del prestigio y el ascenso en las comunidades.

El acceso a lo producido en el foro libre e ilimitado y la posibilidad de participación abierta en los foros son puntos de contacto entre ambas comunidades

Probablemente una de las cuestiones a indagar con los foros de subtítulos es la tendencia a construir comunidades piramidales, aquí hay una distinción importante con los hackers: las comunidades de estos últimos se consolidan de manera abierta y horizontal alrededor de un proyecto, y se reagrupan posteriormente alrededor de otro. Las de foros, en cambio, tienen una tendencia a producir estructuras que se sostienen en el tiempo con jerarquías y controles y sistemas de ascenso que tienden a concentrarse en un grupo de personas (las que iniciaron el sitio y/o las que acumularon más prestigio).

La práctica en ambas comunidades permite que el eje de la sociabilidad discorra en la actividad online, esta actividad adquiere una importancia considerable en la identidad del individuo. Aquí tenemos otro punto de contacto...

Bien, hasta aquí estas difusas líneas que inician una descripción de los foros de subtítulos en español apelando a estructuras ya conocidas, como todo trabajo en curso, su provisoriedad es característica constitutiva, pero al menos he compartido con ustedes algunas de las cuestiones que vengo pensando en torno al tema...

Bibliografía

Contreras, Pau. (2004). *Me llamo Khofam. Identidad hacker: una aproximación antropológica*. Barcelona: Gedisa.

Himanen, Pekka. (2001). *The Hacker ethic and the spirit of the information age*. Londres: Random House.

Hine, Christine. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC.

Jenkins, Henry. (2008). *Convergente Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Levy, Pierre. (2007). *Cibercultura la cultura de la sociedad digital*. Barcelona: Anthropos.

Levy, Pierre. (2004). *Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*. Washington: OPS/OMS.

Lipovetsky, G y Serroy, J. (2009). *La pantalla global Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.

Mauss, Marcel. (2009). *Ensayo sobre el don Forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*. Madrid: Katz.

Morley, David. (2008). *Medios, modernidad y tecnología Hacia una teoría interdisciplinaria de la cultura*. Barcelona: Gedisa.

Piscitelli, Alejandro. (2009). *Nativos digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*. Buenos Aires: Santillana.

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

Scolari, Carlos. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.

Sibila, Paula. (2005). *El hombre postorgánico Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Weber, S.. (2004). *The Success of Open Source*. Cambridge (MA) Harvard University Press.

Adriana Marcela Moreno Acosta
**Derivas de un neófito: preguntas
y posibles metáforas en torno
a la etnografía virtual**

Descubrimientos y decisiones

La primera versión de este texto fue escrita como parte del trabajo final de un curso de etnografía al cual llegué buscando luces acerca de la denominada *etnografía virtual*. Contrario a lo que esperaba, me encontré con un corpus de lecturas de etnografías clásicas y de reflexiones alrededor de los propios fundamentos del trabajo etnográfico, los cuales en ese momento –aunque interesantes– consideré vagamente relacionados con mis expectativas, pero que ahora comienzo a estimar como fundamentales para entender la complejidad necesaria a la hora de pensar en términos de una posible *ciberetnografía*, *etnografía virtual*, o en mi caso, en la utilización de técnicas etnográficas dentro del trabajo de campo en Internet. Sin saber muy bien como construir el texto que me exigía el final del curso pero con algo más de avance en mi proyecto, lo que incluyó una revisión de bibliografía alrededor del tema de las etnografías en Internet, decidí volver a leer los textos de las clases, específicamente

aquellos en que los etnógrafos hablaban del trabajo de campo, seguramente la inminencia de comenzar a definir mi propio trabajo de campo me empujó a buscar que decían otros acerca de su experiencia y a leer con otros ojos aquellos relatos. Una de las primeras decisiones al volver sobre los textos fue intentar escribir esta introducción/justificación en primera persona, tratando de emular –espero que con algo de suerte– la cercanía con la que podía recorrer esas narraciones y que definitivamente me resultaba mucho más cautivadora que los fríos y llanos párrafos de los informes científicos tradicionales. Descubrí haciendo esas lecturas que uno de los motivos por los que la etnografía me gustaba es justamente por ese tono personal asumido desde el principio, en muchos casos sin aires de solemnidad, como suele exigirse en muchos ámbitos de las ciencias sociales, pues desde mi punto de vista el investigador, igual que el artista y seguramente igual que el etnógrafo, observa la realidad, la procesa con sus propias herramientas y le devuelve al mundo una versión, una visión de esa realidad, la única posible: la suya.

El segundo descubrimiento tuvo que ver con la re-lectura de los textos, particularmente los de las etnografías que hacían referencia a pueblos indígenas apartados y con formas de vida totalmente distintas a las occidentales, pues su lectura –luego de haber pasado un tiempo leyendo textos sobre los retos y las construcciones metodológicas propuestas actualmente para abordar la etnografía en Internet– me permitieron establecer interesantes paralelos pero también encontrar muchas similitudes que tenían que ver justamente con cierta “esencia” del trabajo etnográfico. Decidí entonces cons-

truir este ejercicio a partir de tres textos, los tres son prólogos o introducciones de trabajos que podrían enmarcarse como etnografía clásica, en los cuales los etnógrafos describen cómo llevaron a cabo su trabajo de campo, explican como llegaron a ese lugar, con esas personas, durante cuánto tiempo y plantean los contextos a través de los cuales su trabajo debería ser leído y comprendido: la introducción de *Los Argonautas del Pacífico Occidental* de B. Malinowski, publicado por primera vez en 1922, la introducción de *Cartas de una antropóloga* de Margaret Mead, un texto en el que se recogen escritos elaborados por la autora desde 1925 hasta 1975 y el prólogo de *Las Lanzas del crepúsculo* de Philippe Descola, un texto de publicación más reciente pero en el que se presenta un objeto de estudio de la antropología clásica.

El contenido de los relatos acerca de cómo estos etnógrafos construyen el campo y lo que argumentan debe ser el trabajo etnográfico, resultó bastante revelador para mi propio proceso, pues hasta cierto punto sentí en ellos algo de la incertidumbre y de la falta de certezas a las que quizás desde el más experto hasta el más novel etnógrafo se ven abocados y por eso mismo me propuse plantear este ejercicio en términos de posibles similitudes y diferencias a la hora de delimitar, construir y abordar un trabajo de campo etnográfico a la manera clásica en contraposición con algunas características del trabajo etnográfico en Internet. Me propongo entonces presentar agrupados bajo subtítulos algunos de los aspectos que desde este punto de vista resultarían fundamentales tanto en los inicios de la etnografía como ahora para abordar el trabajo de campo, pensándolos a partir de las

posibles tensiones, similitudes, diferencias, afinidades, diversidades, que podrían haber tenido en cuenta los etnógrafos clásicos en contraposición con las posibilidades, ventajas y desventajas que presenta hoy en día lo digital. Más que respuestas, el resultado será una serie de preguntas que seguramente le añaden más angustia a mi propio enfrentamiento con el campo, pero que considero pueden ser enriquecedoras e interesantes a la hora de pensar el trabajo de campo con un poco menos de ingenuidad, e indiscutiblemente servirán también para anticipar posibles acertijos y encrucijadas.

¿Adónde ir?

“...los viajeros, los exploradores y los naturalistas movidos por la curiosidad, se internaron en lugares desconocidos con el fin de buscar y llevar a sus países de origen la descripción de formas de flora y fauna poco familiares” (Mead, 1983)

Seleccionar el campo, ¿dónde hacer etnografía? en términos de la etnografía clásica estas decisiones estaban fuertemente ligadas a lo geográfico, el lugar a dónde llevar a cabo una investigación se definía por lo alejado y remoto de la ubicación de la comunidad de estudio seleccionada y cobraba más valor si sobre aquella comunidad nunca nadie o muy pocos habían escrito antes. ¿Cómo pensar en términos de esta selección el ciberespacio? ¿cuáles son los desplazamientos que debe realizar el etnógrafo?.

La decisión de adónde ir planteaba para la etnografía clásica otra tensión, la de la exclusividad y la adjudicación del campo como propio, en este sentido vale recordar al etnógrafo que debía buscar una comunidad poco estudiada y desconocida por la comunidad científica para establecer allí su parcela etnográfica a la que dedicar toda su carrera, asegurándose la exclusividad de su conocimiento ¿quién podría contradecirlo si sólo él había llegado hasta los confines de la Tierra para encontrar a estos sujetos? ¿quién si no él sabría describir con minuciosidad todos los detalles de aquella comunidad remota?. En nuestro caso ¿Cómo afrontar esa situación cuando nuestro lugar de indagación es el ciberespacio, un espacio familiar, conocido y recorrido por nosotros y nuestros colegas? ¿cómo asumir las “parcelas etnográficas” y el acceso a lo etnografiable en el ciberespacio?.

Si en la etnografía clásica una comunidad era un objeto de estudio e intentando seguir esa lógica, en la etnografía virtual tendríamos que encontrar comunidades virtuales para desarrollar allí la observación, ¿cuáles serían las características de esas comunidades para poder convertirse en núcleos observables?. Las comunidades virtuales evidentemente no podrían definirse a partir de un lugar físico delimitable o puesto en un mapa, las comunidades virtuales estarían desterritorializadas, sin presencia física, pues ni el lugar ni el cuerpo determinarían en este caso la existencia de la comunidad (Ruíz, 2008), lo que nos deja frente a dos reflexiones: por un lado la del territorio como componente fundamental del trabajo etnográfico clásico y por el otro la del ciberespacio, como entorno deslocalizado

en donde se generan comunidades sin territorio geográfico, ¿cómo construir entonces en lo deslocalizado esta idea etnográfica de la vida cotidiana transcurriendo en un núcleo habitado? Seguramente pensando el ciberespacio como dotado de fuertes características simbólicas y significados expresivos individuales y colectivos que le podrían proporcionar ese carácter necesario para el surgimiento de una comunidad, entendiéndolo así como una especie de territorio dentro del cual, más que encontrar un núcleo humano enclavado geográficamente, apartado y lejano, lo que amarraría a los sujetos (al igual que en la etnografía clásica) serían elementos menos evidentes en lo físico tangible y más en lo metafórico y simbólico: la camaradería, las pasiones, los proyectos comunes e incluso los conflictos. En cuanto a los intercambios simbólicos estaríamos hablando en el caso de las comunidades virtuales de miembros móviles que realizan intercambios veloces, masivos y en algunos casos irrecíprocos, estaríamos frente a diálogos caóticos, lo que implicaría para el etnógrafo un cúmulo desbordado de información, dentro del cual sería necesario agudizar la mirada sobre la marcha e ir tomando decisiones rápidas para concentrarse en algunos aspectos y dejar fuera otros, no se trata aquí de ir lejos a describir lo que nadie conoce sino de ir a donde muchos van a describir lo que muchos ven.

El rito de pasaje o el viaje al campo

“Imagínese que de repente está en tierra, rodeado de todos sus pertrechos, sólo en una playa tropical cerca de un poblado indígena mientras ve alejarse hasta desaparecer la lancha que le ha llevado” (Malinowski, 1973)

Una vez definido el campo, es decir, la comunidad de estudio, en la etnografía clásica ir al campo implicaba un largo viaje, un rito de iniciación, dejarlo todo para ir en busca de la aventura, un desplazamiento no solo mental y emocional sino avasalladoramente físico, una travesía hacia lo desconocido: nuevas costumbres, un nuevo idioma, otro clima, otras formas de vestir, en fin, un cambio de vida total, una odisea. Teniendo en cuenta que en el trabajo etnográfico se han especificado el acceso y abandono del campo como conceptos fundamentales y que estos momentos son profusamente descritos por los etnógrafos ¿cómo interviene en el proceso etnográfico el hecho de que al realizar una etnografía virtual seguramente el etnógrafo deberá simplemente levantarse de la cama, hacerse un café y encender su computadora? ¿cómo afecta esta situación el trabajo de campo? ¿cómo afecta el relato?. Si en términos de lo Geográfico el ciberespacio nos obliga a buscar metáforas ¿cuál sería la metáfora para la etnografía virtual en cuanto al viaje de iniciación? ¿cuál el rito de pasaje para comenzar una etnografía en Internet? ¿cómo pensar la etnografía virtual en términos de acceso y abandono del campo cuando su desarrollo no implica cambiar nuestra forma

de vida, un viaje de miles de kilómetros, un gran desplazamiento físico y geográfico, cuando salir o entrar al campo es tan fácil como dar un clic? ¿cómo establecer periodicidades? ¿cómo equiparar en la experiencia de la etnografía virtual la epopeya del viaje, el extrañamiento, el choque con costumbres cotidianas y modos de pensamiento totalmente diferentes a los propios, el hecho de llegar a una sociedad en donde nada fuera evidente?. En este sentido podríamos pensar que en la actualidad, la experiencia del etnógrafo, toma otros matices e implica otras connotaciones al desarrollarse en lugares cada vez menos distantes, algo parecido a lo que ya sucedió cuando la etnografía llegó a las ciudades, pero en una escala distinta, pues en este caso valdría la pena reflexionar sobre este “campo” que puede estar dentro de la propia casa del etnógrafo, a unos pasos de distancia o más aún, si pensamos que el gran viaje de la etnografía clásica se resumiría aquí a la pequeña distancia que existe entre los dedos del etnógrafo suspendidos arriba del teclado y las propias teclas.

La inmersión en el campo

“Lo fundamental es apartarse de la compañía de los otros blancos y permanecer con los indígenas en un contacto tan estrecho como se pueda, lo cual sólo es realmente posible si se acampa en sus mismos poblados” (Malinowski, 1973)

La inmersión en el campo, esa que según las etnografías clásicas permite agudizar la mirada y sumergirse realmente en la vida y costumbres de otros, nos remite a la idea de estar solo y rodeado de extraños, de ser otro en medio de otros muy distintos ¿Cómo contrarrestar la inmersión profunda que propone la etnografía clásica con el ir y venir entre lo online y lo offline? ¿cómo lograr la inmersión en el campo, la cual se obtiene en términos de las etnografías clásicas sólo con el alejamiento de lo conocido y el adentrarse sin remedio en formas de vida ajenas a las propias?. Esta idea de la inmersión lograda a través de la prolongada estadía en pueblos lejanos, contrasta entonces con la intermitencia del online/offline, en donde se puede ir y venir, entrar y salir con total soltura, pues pensada en esos términos, la inmersión en el campo, se convertiría en el caso de Internet, en una serie de pequeñas zambullidas. Entonces ¿cómo pensar desde lo virtual en términos de la presencia y la participación en el campo? Si la presencia y la participación son la base de la etnografía clásica, ¿cómo generar presencia en lo virtual? ¿cómo sumergirse y no sólo zambullirse en el campo?. Aquí nos encontramos con otra variable que definitivamente cambia cuando pensamos en las etnografías en Internet: el tiempo. Si para el caso de las etnografías clásicas el tiempo de presencia en el campo determinaba el grado de inmersión y nos hablaba del compromiso del etnógrafo con su objeto de estudio, pues alejado de todo y de todos podía dedicar varios años de su vida, veinticuatro horas al día a su trabajo etnográfico ¿Cómo determinar el tiempo necesario para lograr la inmersión en el campo en las etnografías virtuales? ¿Cómo establecer los tiempos para sumergirse

en el campo? ¿cómo no convertirnos en etnógrafos con horario de oficina?

Otra tensión interesante relacionada con la inmersión en el campo, presente ya en la bibliografía acerca del trabajo etnográfico en Internet, es la que tiene que ver con revelar o no la propia identidad del etnógrafo, algo imposible de pensar en la etnografía clásica en donde el etnógrafo de entrada era otro, un forastero, un extraño totalmente distinto a sus informantes. En Internet, asumirse como etnógrafo al interior de una comunidad virtual es una decisión, defendida por algunos y censurada por otros, quienes a favor de la ética de campo condenan a quienes deciden ocultar su identidad o a quienes toman información de personas, perfiles y/o páginas, sin el debido consentimiento. Por otro lado, está la cuestión de la autenticidad de los informantes, pues es evidente que en Internet los conceptos de identidad e identificaciones mutan y adquieren múltiples significados, ¿cómo afrontar el hecho de encontrarse en un espacio en el que sabemos que las personas pueden adoptar formas diversas de presentarse, de representarse, invertir, subvertir o multiplicar su propia identidad? ¿cómo afecta eso la calidad de la información recolectada?. Este seguramente es uno de los más interesantes debates que plantea el trabajo etnográfico en Internet, pues hacer evidentes o no las intenciones del investigador definitivamente afecta las formas de interactuar con la comunidad seleccionada y asumir que nuestros informantes son quienes dicen o quienes parecen ser sin más elementos que la confianza, plantea grandes desafíos a la hora de pensar en la recolección de la información.

El extrañamiento o ¿Cómo extrañar lo conocido?

“No habíamos entendido nada de lo que decían, no habíamos entendido nada de lo que hacían: era una situación etnográficamente ejemplar” (Descola, 2005)

El hecho de encontrarse totalmente aislado de lo familiar y lo conocido, de invertir todo el tiempo disponible en sumergirse al interior de la experiencia etnográfica siendo consciente del motivo por el cual se emprendió un viaje de miles de kilómetros, seguramente ayudaba a los etnógrafos clásicos a permanecer atentos y les recordaba que no debían desaprovechar ninguna oportunidad para conocer, observar y aprender. En el caso de lo virtual, ¿cómo lograr en el ciberespacio ver los detalles, fijarse en lo que es evidente y hacerlo extraño, cuando el propio etnógrafo seguramente lo tiene totalmente naturalizado, cuando navegar e interactuar hacen parte de las propias rutinas cotidianas? Esto plantea un desafío más para las etnografías en Internet y para los propios etnógrafos a la hora de asumirse como observadores, es decir ¿cómo no ser “nativo” (en el sentido etnográfico) en los espacios digitales?. Según Margaret Mead (1983), el antropólogo en el campo debe participar de la vida cotidiana pero al mismo tiempo observar esa participación, entonces ¿Cómo establecer la relación entre el observador y aquello que observa y cómo marcarla en lo virtual?

En cuanto a las técnicas, Malinowski (1973) recomendaba detenerse en describir las concepciones, opiniones, formas de expresión

y comportamientos habituales, los imponderables de la vida real; en estos términos, podríamos afirmar que el trabajo de campo en Internet sigue tratándose de eso, aunque definitivamente, puede implicar un esfuerzo mayor por parte del etnógrafo quien tendría que tener muy claro su papel e intentar observar ya no lo desconocido sino lo propio con ojos nuevos, si se quiere, intentar descubrir y describir la ciberotredad. A este respecto, las etnografías clásicas se fundan en la diferencia entre dos mundos: el mundo del etnógrafo, sinónimo de lo occidental–hegemónico y el mundo de los “otros”, asumido como primitivo, salvaje, poco civilizado, exótico; entonces ¿Cómo describir al otro en lo virtual? ¿cómo observarse observando cuando seguramente se está habituado a las rutinas de lo digital?. Aquí entra en juego el papel de la reflexividad como cualidad indispensable del trabajo etnográfico. Si los primeros etnógrafos se enfrentaban a las “leyendas de Occidente en torno a los pueblos primitivos” cabría preguntarnos para el caso de la web ¿cuáles serían los arquetipos de la extravagancia exótica con los que nos acercamos a Internet? ¿cuáles serían los nuevos ritos que se establecen en la vida en la red? ¿cuáles son nuestras leyendas en torno al ciberespacio?.

El diario de campo

“El trabajador de campo está siempre presente con un cuaderno en la mano, formulando preguntas y tratando de aprender y comprender” (Mead,1983)

Si hay un objeto que pueda describir en términos materiales y simbólicos el trabajo etnográfico clásico ése es el diario de campo, un objeto sin el que es imposible pensar al etnógrafo. Independientemente de las evoluciones en torno a los formatos y sustratos del diario de campo que lo hicieron pasar del cuaderno a la grabadora, la cámara de fotos y luego al cine o al video, el diario de campo ha permitido a los etnógrafos de todos los tiempos hacer un registro minucioso de lo observado, reflexionar y ayudar en palabras de Mead (1983) a tener una conciencia disciplinada de los propios sentimientos. La escritura es la base del diario de campo, sabemos que los etnógrafos clásicos escribían un diario de campo riguroso con todas las observaciones y apuntes teóricos y metodológicos acompañado en algunos casos también de un diario de campo íntimo en el cual consignaban sus propios pensamientos y cartas personales dirigidas a colegas, amigos y familiares, convertidas con el tiempo en valiosas piezas etnográficas en donde las descripciones de la experiencia del viaje y las percepciones propias se mezclaban creando en conjunto un relato contundente y lleno de matices.

La ciberetnografía se ha planteado también posibles cambios en lo que tiene que ver con el diario de campo como objeto privado y personal, así, varios etnógrafos del ciberespacio han experimentado utilizando blogs como diarios de campo (Estalella & Ardevol, 2007). En este sentido, el diario de campo en forma de blog publicado en Internet, se abre a la mirada de los otros pero también a la intervención y a la descripción multimedial de los hechos, a través ya no sólo de textos si no también de imágenes, video, y audio ¿será posible

pensar en el diario de campo como un objeto público, multimedia y construido colectivamente? ¿cuánto de su carácter original se pierde o cuánto se gana con este tránsito?

Las técnicas o ¿cómo observar?

“¿Cuál es, pues, la magia del etnógrafo que le permite captar el espíritu de los indígenas, el auténtico cuadro de la vida tribal?” (Malinowski, 1973)

A pesar de todos los cambios, es indiscutible que cierta esencia profusamente descrita por los etnógrafos clásicos sin duda sigue presente en el trabajo de campo, independientemente de si éste se lleva a cabo en Internet o en una aldea geográficamente lejana, la observación y la descripción como herramientas fundamentales e imprescindibles para el trabajo etnográfico siguen siendo su pilar metodológico, hacer etnografía sigue siendo también estar atento, no leer de manera unívoca, prestar atención a lo invisible y hacer visible lo obvio. Por otra parte y como lo consignaron los primeros etnógrafos, sigue teniendo importancia el hacer esquemas, elaborar mapas, generar gráficos, para definir y establecer roles, permanencias y secuencias que ayuden a definir y delimitar el campo. En otros casos, como por ejemplo el de la descripción densa, algunos podrían afirmar que se trata –en Internet– de una experiencia perceptiva más

reducida, dominada por la visión y lo textual, sin oportunidad de que todo el cuerpo sienta, en términos tan sencillos como por ejemplo, el de la imposibilidad para experimentar y por lo tanto describir olores y sabores.

Las experiencias de etnografías en Internet han planteado importantes desafíos en cuanto a las técnicas para la recolección de la información, estableciendo en algunos casos cruces de la observación participante en combinación con técnicas como las encuestas, los *focus group* o las entrevistas a partir de cuestionarios, todas ellas con la posibilidad de realizarse *online* u *offline*. Algunas voces, abogan por pensar los recorridos en el ciberespacio como metáforas del paseo urbano y por aplicar en la web técnicas de la etnografía urbana como la observación flotante, estableciendo una analogía entre las ciudades e Internet (Neve, 2009). Ya Malinowski (1973) hablaba del paseo por el poblado como oportunidad única para llevar a cabo la observación etnográfica; en ese sentido ¿cómo pasearse por las comunidades virtuales? ¿cómo establecer recorridos? ¿cómo dibujar mapas?.

Otro asunto relevante tiene que ver con los documentos de campo, pues en el caso de la etnografía en Internet, buena parte de los documentos, podrían ser elaborados por los propios informantes. Se trata de textos, videos, música, imágenes, hechos por los sujetos observados y que se tornan fundamentales para el trabajo etnográfico en Internet, algo que tal vez no sucedía a esa escala en las etnografías clásicas en donde era el etnógrafo quien construía la mayor parte de las evidencias de campo que serían luego analizadas, ¿el ciberespacio

con su hipertextualidad abriría la información a nuevas maneras de organización e interpretación, referencias cruzadas, links, argumentación multisemiótica, etnografías de creación colectiva?, y de ser así, ¿cómo asumir para el análisis esa polifonía de formatos y de autores?.

El relato

“...los etnógrafos no pueden ofrecer una copia fiel de la realidad observada, sino más bien una especie de modelo reducido, que reproduce con cierta verosimilitud la mayoría de los rasgos característicos del prototipo original, el cual, por evidentes razones de escala, nunca podrá ser íntegramente descrito” (Mead,1983).

Independientemente de si se trata de una etnografía clásica o una etnografía en Internet, los etnógrafos siguen siendo cronistas de su tiempo, el relato etnográfico sigue teniendo esa capacidad casi mística y mágica de transportarnos a lugares desconocidos y a formas de pensar distintas, se trata de un relato cuyos autores saben bien está construido a partir de observaciones parciales y fragmentos de discursos proporcionados por un puñado de individuos, en donde en palabras de Mead (1983) a la verdad se le agregan dos recursos literarios que los etnógrafos están condenados a emplear aunque nunca quieran admitirlo: la composición, que selecciona trozos de acción

que son considerados más significativos que otros y la generalización, que inviste esos fragmentos de comportamientos individuales de un sentido en principio extensible a toda la cultura estudiada. En cuanto a las maneras de contar, pensando justamente desde el extrañamiento de lo desconocido ¿cómo configurar un relato etnográfico del ciberespacio?. Algunos proponen que el trabajo de campo en Internet pensado como un trabajo multimedia, debería producir como resultado final un relato multimedial, por ejemplo, una página web o un blog, en donde se expongan en distintos formatos los resultados del trabajo de campo y en donde se posibilite la participación de los informantes en la construcción constante de dicho relato, de ser así ¿cómo afectarían estos cambios el estilo personal del relato etnográfico?

En la literatura sobre las etnografías en Internet, se nos plantea de entrada un interrogante que ya habían contemplado en su momento los etnógrafos clásicos con relación a la imposibilidad de describir y dar cuenta de la totalidad, pues evidentemente ni siquiera tratándose de un grupo relativamente pequeño de individuos, podría el etnógrafo describir todos los aspectos de la vida social, en ese sentido y pensando en términos de las múltiples temporalidades y espacialidades ¿cómo asumir para el trabajo etnográfico la inabarcabilidad del ciberespacio?.

Por último, los etnógrafos clásicos construían su reputación a partir de su conocimiento especializado acerca de una lejana comunidad a la que probablemente sólo ellos habían tenido acceso, lo que de entrada les garantizaba la credibilidad del relato y por supuesto la exclusividad

de ser sólo ellos los poseedores del conocimiento de primera mano; cuando pensamos en una etnografía en Internet, debemos tener en cuenta que la información allí es mucho más accesible y en muchos casos está a la vista de todos, a lo que seguramente debe prestar atención el etnógrafo de Internet, pues gran parte de sus observaciones pueden ser fácilmente verificables; no es necesario hacer un viaje de miles de kilómetros para saber que los visitantes asiduos de un blog o de un Chat son cinco y no quinientos. Por otro lado y teniendo en cuenta el interés suscitado en los últimos años por la etnografía virtual, no es raro encontrar varias investigaciones, desarrollándose en paralelo y que abordan el mismo objeto de estudio, el mismo tema o prácticas similares, en ese sentido, la idea de construir un relato etnográfico único del cual sólo una persona tiene todas las herramientas y todo el conocimiento tambalea, entonces el desafío es otro, el de pensar nuestros relatos etnográficos del ciberespacio tejidos, sumados o tal vez en contraposición a otros posibles relatos disponibles que hablan de similares sujetos, objetos y/o prácticas.

Epílogo

"...toda la estructura de la sociedad, está incrustada en el más escurridizo de los materiales: el ser humano"
(Malinowski, 1973)

A más de una década del surgimiento de las primeras exploraciones prácticas y de los primeros escritos acerca de la posibilidad de hacer etnografías en Internet, muchos de los textos que abordan el tema de la ciberetnografía siguen tratando de justificar la necesidad de hacer etnografía en el ciberespacio, intentan describir este otro espacio en donde las relaciones son distintas, en donde los espacios geográficos no son determinantes, esforzándose por demostrar la naturaleza de la web y la necesidad de hacer etnografías de lo que allí sucede como realidad social, intentando en últimas explicar de manera satisfactoria por qué debe considerarse a Internet como un objeto legítimo para desarrollar trabajo de campo etnográfico. Todavía queda mucho para aportar en esta construcción, pues en ese justificarse una y otra vez, tal vez se ha desaprovechado la oportunidad de ver más allá y se han dejado de explorar matices interesantes del fenómeno y de la naturaleza misma de lo digital, ya que en la actualidad Internet es un objeto de conocimiento, pero al mismo tiempo un instrumento para la producción de conocimiento.

¿Modifica la mediación computacional de la investigación en red los fundamentos o la lógica de la investigación etnográfica? (Díaz, 2008) esta definitivamente es una muy interesante pregunta y la respuesta por supuesto no es fácil de dar. Lo que sí se podría afirmar es que a la hora de pensar las etnografías clásicas y las etnografías en Internet existen tensiones y diferencias, pero también muchas similitudes, ecos y resonancias del pasado en el presente. Si la realidad social cambia, los sujetos cambian y por lo tanto sus maneras de ser y de estar en lo individual y en lo colectivo, así que si la vida social dio un giro hacia

la mediación tecnológica la etnografía como muchas otras cosas, irremediablemente tendrá que mutar y acoplarse a estos nuevos sujetos y objetos de estudio, tal como lo ha hecho históricamente adoptando tecnologías como las grabadoras de audio, la fotografía y el video para el registro dentro del trabajo de campo o cuando se pasó del estudio de comunidades primitivas el cual implicaba viajar a los confines de la tierra, a la descripción de las multitudes que constituían la vida en las nuevas ciudades, de la misma manera y tan camaleónicamente como lo ha hecho hasta ahora, la etnografía en Internet ha llegado para quedarse, y seguramente logrará profundizar y problematizar en la desterritorialización y la multitemporalidad que implica el trabajo etnográfico en Internet. De esta manera, el ciberespacio plantea interesantes retos para los nuevos etnógrafos, muchos de ellos sin una formación como antropólogos, desafíos que nos obligan a pensar en términos de aportes multidisciplinares y de la construcción de las metáforas con las que podamos abordar el trabajo de campo en Internet para observar y describir a los objetos y sujetos etnográficos que habitan el ciberespacio.

Bibliografía

Ardèvol, E. (2003). *Cibercultura: Un mapa de viaje. Aproximaciones teóricas para el análisis cultural de Internet*. Universidad Oberta de Cataluña, Seminario de cibercultura. Disponible en: cubocampus.com.ar/wp-content/uploads/.../eardevol_cibercultura.pdf

Ardèvol, E., A. Estalella y D. Domínguez (coords.) (2008). *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica*. Serie, XI Congreso de Antropología de la FAAEE, Donostia, Ankulegi Antropologia Elkartea [en línea] <www.ankulegi.org>.

Da Matta, R. (1998). *El oficio de etnólogo o cómo tener "Anthropological Blues"*. En: Boivin, Mauricio; Rosato, Ana y Arribas, Victoria: Constructores de Otriedad. Una introducción a la Antropología Social y Cultural. Buenos Aires: EUdeBA. 1era Edición en: Comunicacoes do PPGAS Nº 1. Museu Nacional. Universidade Federal do Rio de Janeiro.

Descola, P. (2005). *Las lanzas del crepúsculo. Relatos Jíbaros*. Alta Amazonía. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Díaz, A. (2008). *La mediación computacional de la comunicación y la lógica de la investigación etnográfica: algunos motivos de reflexión*. pp 31–38. En: Ardevol, E. Estalella, A. & Dominguez, D. (Coord) (2008). *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica*. Ankulegi, antropología elkarte.

Escobar, A. (2005). Bienvenidos a Cyberia. *Notas para una antropología de la cibercultura*. Revista de Estudios Sociales Nº 22, p 15–35.

Estalella, A. & Ardevol, E. (2007). *Ética de campo: Hacia una ética situada para la investigación etnográfica en Internet*. Consultado abril 2011, Forum Qualitative Sozialforschung/Forum:Qualitative Social Research, 8(3), Art. 2. Disponible en: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs070328>.

Geertz, C. (1986). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.

Gómez, E. (2002). *Hacia la construcción de una metodología para el estudio de las `Comunidades Virtuales´. Una propuesta emergente*. Consultado mayo 2011, Versión 12, UAM-Xochimilco. Disponible en el Archivo del Observatorio para la CiberSociedad: <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=21>

Hine, C. (2000). *Etnografía Virtual*. Barcelona: Editorial UOC.

Malinowski, B. (1973). *Los argonautas del Pacífico Occidental: un estudio sobre comercio y aventura entre los indígenas de los archipiélagos de la Nueva Guinea melanésica*. Barcelona: Península.

Mayans, J. (2003). *El ciberespacio, un nuevo espacio público para el desarrollo de la identidad local*. Consultado mayo 2011, Conferencia inaugural del III Encuentro de Telecentros y Redes de Telecentros, Peñafiel, Valladolid, octubre de 2003. Disponible en el Archivo del Observatorio para la CiberSociedad en: <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=158>

-- (2002). *Género Chat. O cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Barcelona: Gedisa.

Mead, M. (1983). *Cartas de una antropóloga*. Buenos Aires: Editorial Emecé.

Murua, I. (2007). *Internet, campo y herramienta de investigación*. Consultado marzo 2011, Revista Electrónica de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información. Vol. 8, N° 1. Universidad de Salamanca. Disponible en: http://www.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_08_01/n8_01_murua_anzola

Neve, E. (2009). *Exploración de espacios y lugares digitales a través de la observación flotante. Una propuesta metodológica*. Consultado marzo 2011, Congreso online del observatorio para la Cibersociedad. Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?llengua=es&id=493accesado%20Mayo%20de%202009>

Ruiz, M. (2008). *Ciberetnografía: Comunidad y territorio en el entorno virtual*. pp 117–132. En: Ardevol, E. Estalella, A. & Dominguez, D. (Coord) (2008). *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica*. Ankulegi, antropología elkartea.

Tellez, A. (2002). *Nuevas etnografías y ciberespacio: reformulaciones metodológicas*. Consultado abril 2011, Congreso online del observatorio para la Cibersociedad. Disponible en: <http://www.cibersociedad.net/congreso/comms/g10tellez.htm>

Willis, P. & Mats, T. (2000). *Manifiesto for Ethnography*. *Ethnography*. Julio 2000 1: 5–16.

Presentación del Grupo de Trabajo sobre Internet, tecnología y cultura

El Grupo de Trabajo sobre Internet, tecnología y cultura es un colectivo de investigadores, docentes, graduados y estudiantes avanzados, cuyo hogar institucional es la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco (Chubut, Argentina).

Nuestro punto de partida es el convencimiento en que el reconocimiento de la importancia de las tecnologías de información y comunicación, en prácticamente todos los ámbitos de la vida de nuestras sociedades del siglo XXI, no implica necesariamente que dispongamos de explicaciones apropiadas acerca de las transformaciones sociales y culturales que atravesamos. De hecho, en los discursos sobre el tema conviven ingenuidades acríticas, revivals apocalípticos, prejuicios conservadores ante la novedad, enamoramientos idílicos de lo nuevo, esperanzas infundadas y desconocimientos varios.

El debate ya no se mantiene confinado a los cotos académicos, sino que ha devenido social y se vuelve tópico en los periódicos y las revistas de actualidad. Es cierto: el objeto de los estudios de comunicación siempre ha sido público, y no es ésta la excepción.

Es desde esa pertenencia disciplinaria –que trata de comprender a

los medios y tecnologías de comunicación en el marco de las sociedades modernas– que hemos conformado, a partir de noviembre de 2008, un espacio de estudio, reflexión, intercambio e intervención: el Grupo de Trabajo sobre Internet, tecnología y cultura (GT-Itc).

La metodología de funcionamiento del GT-Itc es cooperativa, colectiva, democrática y horizontal. De manera consensuada, el Grupo delimita sus acciones y prioridades, dando lugar a los intereses diferenciales de sus integrantes y propiciando el valor de la diversidad ideológica, disciplinaria, generacional y experiencial.

Nuestros objetivos son:

- Constituir un espacio de estudio y discusión académicos sobre las tecnologías de información y comunicación, especialmente Internet, desde un punto de vista social y cultural.
- Posibilitar lecturas compartidas de bibliografía de referencia sobre la temática del grupo de trabajo.
- Establecer vínculos e intercambios con grupos académicos cuyo ámbito de trabajo tenga relación con las preocupaciones en cuestión
- Realizar actividades de difusión de la temática, sensibilización hacia aspectos y perspectivas de la misma, y profundización sobre autores, escuelas y enfoques específicos.
- Fomentar la constitución de equipos de investigación

- Fortalecer el trabajo de los equipos de cátedra de la Facultad
- Apoyar los trabajos de tesinas y trabajos finales de grado y tesis de posgrado de estudiantes y docentes de la Facultad.

Información sobre nuestras líneas de acción y actividades, publicaciones de los integrantes del Grupo y el conjunto de ponencias discutidas en las *Jornadas Patagónicas de estudios sociales sobre Internet y tecnologías de comunicación*, pueden encontrarse en nuestro sitio web: tecnologiaycultura.com.ar

ISBN 978-987-1937-30-1



9 789871 937301

Este libro colectivo reúne trabajos sobre distintas facetas de la vida social contemporánea en las cuales los medios de comunicación digitales se integran como componente esencial, modificando los procesos que protagonizan los actores sociales a partir de usos y apropiaciones particulares y contribuyendo a una lenta mutación estructural.

Como tema transversal, la convergencia entre tecnologías digitales e Internet es analizada en relación a distintas áreas de la vida social: educación, arte y literatura, medios masivos y política.

En su heterogeneidad, el conjunto de estas reflexiones plantea interrogantes y busca respuestas ante la vertiginosa y creciente presencia/integración/apropiación/transformación de las tecnologías digitales en nuestras vidas, proponiendo tópicos sujetos a debates y propuestas.



EDUPA



Grupo de Trabajo
Internet | tecnología | cultura

FHCS - UNPSJB



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PAMPA
SAN JUAN BOSCO