

CIUDADANÍAS DIGITALES

PERSPECTIVAS DESDE LOS MEDIOS, EL PERIODISMO
Y LA EDUCOMUNICACIÓN



EDITORES

Miguel Ezequiel Badillo Mendoza

Camila Pérez Lagos

Narcisa Jessenia Medranda Morales

María Isabel Cortés Cortés

CIUDADANÍAS DIGITALES

PERSPECTIVAS DESDE LOS MEDIOS, EL PERIODISMO
Y LA EDUCOMUNICACIÓN



CIUDADANÍAS DIGITALES

PERSPECTIVAS DESDE LOS MEDIOS, EL PERIODISMO
Y LA EDUCOMUNICACIÓN

EDITORES

Miguel Ezequiel Badillo Mendoza
Camila Pérez Lagos
Narcisa Jessenia Medranda Morales
María Isabel Cortés Cortés

Agradecimientos especiales

a los gestores e integrantes del GT 19 Comunicación digital, redes y procesos de ALAIC y a los investigadores e investigadoras de diversas regiones del mundo participantes en este libro, que con sus acciones indagan, exploran sueñan y construyen un mundo mejor a partir del estudio de la relación entre tecnología y comunicación.

CIUDADANÍAS DIGITALES
Perspectivas desde los medios,
el periodismo y la educomunicación

ISBN: 978-958-5544-31-4
E-ISBN: 978-958-5544-33-8
ISBN (Digital): 978-958-5544-32-1

Editorial Politécnico Gran Colombiano
Calle 61 No. 7 - 66
Tel: 7455555, Ext. 1516
Bogotá, Colombia
Diciembre 2019

Editores
Miguel Ezequiel Badillo Mendoza
Camila Pérez Lagos
Narcisa Jessenia Medranda Morales
María Isabel Cortés Cortés

Autores
Abinoan Santiago
Antonia Isabel Nogales-Bocio
Begoña Pérez Calle
Camila Pérez Lagos
Carmen Marta-Lazo
Carlos Eduardo Valderrama Higuera
Daniel Barredo Ibáñez
Daniel Javier de la Garza Montemayor
Amaro la Rosa
Harvey Murcia Quiñones
Javier Gil Quintana
Jenny Juliana Jiménez
José Antonio Gabelas-Barroso
Juliana Colussi
Luis Cárcamo Ulloa
María Gómez y Patiño
Miguel A. Esteban-Navarro
Miguel Ezequiel Badillo Mendoza
Narcisa Medranda Morales
Paula Melani Rocha
Pilar Arranz Martínez
Sara Osuna-Acedo
Stefania Ramírez López
Úrsula Freundt-Thurne
Victoria Dalila Palacios Mieleles

Lider de publicaciones
Eduardo Norman Acevedo

Analista de Producción Editorial
Carlos Eduardo Daza Orozco

Corrección de Estilo
Camen Rosario Gomez Duarte

Diseño y Armada Electrónica
Nelsón Rocha Sánchez.

Diseño de portada
Paula Romero Echeverry

Instituciones participantes:
Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano
Grupo de Investigación en Comunicación
e Información Digital (GICID).
Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD
Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador
Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3
¿Cómo citar este libro?
Badillo Mendoza, M. E., Pérez Lagos, C., Medranda Morales, N. J. &
Cortés Cortés, M. I. (2019). CIUDADANÍAS DIGITALES Perspectivas
desde los medios, el periodismo y la educomunicación (1.ª ed.).
Bogotá: Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano.

Creado en Colombia
Todos los derechos reservados

No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su
incorporación a un sistema informático, ni su tratamiento en
cualquier forma o medio existentes o por existir, sin el permiso
previo y por escrito de la Editorial de la Institución Universitaria
Politécnico Gran Colombiano

Para usos académicos y científicos, la Institución Universitaria
Politécnico Gran Colombiano accede al licenciamiento Creative
Commons del contenido de la obra con: Atribución - No comercial -
Sin derivar - Compartir igual

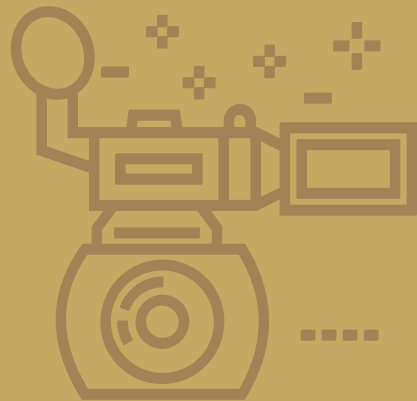
El contenido de esta publicación se puede citar o reproducir
con propósitos académicos siempre y cuando se dé la fuente o
procedencia

Las opiniones expresadas son responsabilidad exclusiva del
autor(es) y no constituye una postura institucional al respecto.

La Editorial del Politécnico Gran Colombiano pertenece a la
Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia (ASEUC)

Tabla de Contenido

PRÓLOGO	9
INTRODUCCIÓN	13
PRIMERA SECCIÓN:	
El caso Cambridge Analytica en el periódico francés “Le Figaro”: enfoque pragmatista y discursivo del estudio de los acontecimientos	37
Camila Pérez Lagos	
Medios digitales y ciberciudadanía ambiental: análisis del Blog “noalacolosahorrorosa”	55
Carmen Marta - Lazo, Miguel Ezequiel Badillo Mendoza	
Los pasos de la memoria en tiempos de la ciudadanía digital	83
Harvey Murcia, Jenny Juliana Jiménez Rodríguez	
Comunicación transmedia y ciudad. El caso de La Candelaria de Bogotá, Colombia	95
Stefania Ramírez López	
Periodismo digital e inclusión de comunidades diversas de la región Amazónica: estudio del sitio web InfoAmazônia	115
Paula Melani Rocha, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Juliana Colussi, Universidad del Rosario, Abinoan Santiago	
SEGUNDA SECCIÓN:	
Medios sociales, capital social y sentimiento de eficacia política: Un estudio comparativo entre las juventudes de México y Perú	133
Daniel Javier de la Garza Montemayor, Amaro la Rosa, Daniel Barredo Ibáñez, Úrsula Freundt-Thurne	
Estrategias europeas contra el discurso del odio	155
Begoña Pérez Calle, María Gómez y Patiño, Miguel Ángel Esteban-Navarro	
De la infancia consumidora a la adolescencia creadora. Competencias productivas transmedia para la Cibersociedad	173
Javier Gil Quintana, Sara Osuna-Acedo	
Una mirada a la sociedad de la transparencia en Latinoamérica	193
Narcisa Jessenia Medranda Morales, Victoria Dalila Palacios Mieleles	
TERCERA SECCIÓN:	
Competencias digitales para la docencia no presencial. Protocolo de seguimiento, evaluación y pautas de tutorización online	215
Antonia Isabel Nogales-Bocio, José Antonio Gabelas-Barroso, Pilar Arranz Martínez	
CiudadaniaSUR: Comunicación educativa para la formación ciudadana en el sur de Chile	229
Luis Cárcamo Ulloa	



Prólogo

En cada época se dan unos cambios sociales fruto de las transformaciones tecnológicas. En la era actual, las Tecnologías de la Relación, la Información y la Comunicación (TRIC) (Marta-Lazo & Gabelas, 2016) han generado un sinnúmero de posibilidades de interacción, en las que el Factor Relacional es el protagonista. Esto facilita que la ciberciudadanía pueda llevar a cabo procesos de intercambio de información hasta hace unas décadas impensables, en los que el espacio y el tiempo minimizan sus dimensiones, siendo la inmediatez y la ubicuidad dos de los grandes beneficios. El ejercicio de muchos de los derechos ciudadanos hoy ha trascendido a la Red.

Este libro trata de dar respuesta, entre otros objetivos, al papel de la ciberdemocracia participativa -a través del derecho a expresar opiniones o a decidir y reivindicar determinados temas que afectan lo cotidiano- como garantía de una libertad con mayor potencial. De esta manera, se plantea cómo el candelero político ha trasvasado los hemiciclos, donde la nueva ágora digital es el terreno de juego en el que ya todas y todos pueden decidir qué acciones realizar y qué actividades proponer, tomando en consideración también que existen intereses que van más allá de la ciudadanía.

La Red ha evolucionado desde un estado de entorno de referencia, a uno nuevo de pertenencia. La mediamorfosis (Fidler, 1997) ha convertido las distintas

extensiones de la Web 2.0 en un flujo de inmersiones e interacciones, en las cuales las simulaciones adquieren una preponderancia especial. Hoy en día no solo se convive “con” la social media sino que se vive “en” estos entornos, involucrándonos de manera directa en un story telling donde cada uno somos protagonistas de nuestras vivencias, con una narrativa continuada. Los ciudadanos y ciudadanas somos artífices de nuestro “yo” virtual y de los roles que en cada momento asumimos. El nuevo modelo ecológico de la comunicación (Bronfenbrenner, 1977) pasa por la transformación de los exosistemas mediáticos a conformarse como agentes primarios dentro de los micro y mesosistemas, sirviendo de manera transversal para establecer relaciones con el resto de las personas e instituciones cercanas con las que convivimos.

En el universo digital se dan cita todo tipo de intercambios, experiencias e informaciones. Ante la gran amalgama de mensajes, nos planteamos cómo debe prepararse la ciudadanía para llevar a cabo interacciones en un sentido cívico, crítico y saludable. La vorágine de informaciones, muchas veces contaminadas, hace necesario que los interactuantes (Castells, 1998; Osuna Acedo, 2010; Osuna-Acedo, 2017) deban saber cómo filtrar la información, cómo contrastar fuentes y cómo distinguir entre información veraz y noticias falsas.

Las diferentes opciones con las que cuentan hoy los EMIRECs (emisores-receptores, Cloutier, 1973) para ofrecer o recibir información de manera indistinta requieren que deban tomar conciencia de que sus actuaciones pueden convertirse en un arma de fuego en algunos casos y que se deben explotar todas las posibilidades que tienen Internet y las redes sociales, pero siempre desde un uso positivo. La recuperación de los valores sociales es algo que debemos exigirnos: la empatía, el respeto mutuo, la escucha activa, la interacción sana, la denuncia de lo nefasto y así un largo etcétera de aspectos éticos que conjuntan con las claves de cómo actuar en un entorno digital, a modo de formas de actuación en los escenarios presenciales. Desde este prisma, pensamos que hay que recuperar el fundamento del sentido del hombre y la mujer de manera prioritaria, por delante de la tecnología. De hecho, los nuevos equipamientos, dispositivos en su mayoría móviles, están al servicio de la ciudadanía. Así, llegamos a la nueva dimensión del humanismo digital.

Desde la trascendencia del diálogo y de la puesta en común, la obra que tengo el gusto de presentarles se inicia con un conversatorio llevado a cabo en el contexto de la VII Cátedra de Comunicación UNAD, con el título “Ciudadanías digitales” en el que se dan cita varias voces autorizadas en la materia (Miguel Ezequiel Badillo Mendoza, Carlos Valderrama, Camila Pérez Lagos, Juliana Jiménez, Harvey Murcia), quienes

debaten sobre temas tan nucleares como la participación, la identidad, la seguridad o la vigilancia digital en las prácticas y movimientos de ciberciudadanía.

Tras esta introducción, a modo de conversatorio, la obra se estructura en tres secciones. La primera introduce un panorama contextual relativo al periodismo digital en el siglo XXI, mediante distintos estudios de caso, a lo largo de un total de 5 capítulos. En el primero, Camila Pérez Lagos presenta el caso Cambridge Analytica en el periódico francés “Le Figaro”, con un enfoque pragmático y discursivo del estudio de los acontecimientos. En el siguiente, Carmen Marta-Lazo y Miguel Ezequiel Badillo Mendoza realizan un estudio de los medios digitales y ciberciudadanía ambiental, por medio del análisis del Blog “noalacolosahorrorosa”. El capítulo 3 plantea los pasos de la memoria en tiempos de la ciudadanía digital desde la mirada de Harvey Murcia y Jenny Juliana Jiménez. A continuación, Stefania Ramírez López se adentra en las relaciones entre comunicación transmedia y ciudad, mediante el estudio del caso de La Candelaria de Bogotá, Colombia. Cierra esta sección el capítulo firmado por Paula Melani Rocha, Juliana Colussi y Abinoan Santiago, en el que analizan el periodismo digital y la inclusión de comunidades diversas de la región Amazónica, mediante el estudio de InfoAmazonia.

La segunda sección trata la traslación de los medios a la ciudadanía digital, a lo largo de cuatro capítulos. La primera de las contribuciones se refiere a los medios sociales, capital social y sentimiento de eficacia política, a través de un estudio comparativo entre las juventudes de México y Perú, elaborado de la mano de Daniel Javier de la Garza Montemayor, Amaro la Rosa, Daniel Barredo Ibáñez y Úrsula Freundt-Thurne. La siguiente, contempla las estrategias europeas contra el discurso del odio, con un pormenorizado análisis llevado a cabo por Begoña Pérez Calle, María Gómez y Patiño y Miguel Esteban-Navarro. El tercer capítulo lleva por título “De la infancia consumidora a la adolescencia creadora. Competencias productivas transmedia para la Cibersociedad”, con las firmas de Javier Gil-Quintana y Sara Osuna-Acedo. Para finalizar esta sección, Narcisa Jessenia Medranda Morales y Victoria Dalila Palacios Mielles destinan su espacio a ofrecer una mirada a la sociedad de la transparencia en Latinoamérica.

El libro se cierra con la tercera sección, destinada a la Educomunicación en la era global, que consta de dos capítulos. El primero se centra en las competencias digitales para la docencia no presencial y plantea un protocolo de seguimiento, evaluación y pautas de tutorización online, firmado por Antonia Isabel Nogales-Bocio, José Antonio Gabelas-Barroso y Pilar Arranz-Martínez. Y el último aborda la CiudadaníaSUR: Comunicación educativa para la formación ciudadana en el sur de Chile, escrito por Luis Cárcamo Ulloa.

Con la conformación explicada previamente, esta publicación presenta un horizonte variado, con contextos y coyunturas distintas. Se trata de una obra poliédrica en cuanto a escenarios y estudios de caso, pero sin perder la esencia de una misma pieza angular, el estudio de la ciudadanía digital. En definitiva, es un libro que ofrece respuestas a las necesidades, demandas y acciones sociales que desde la Red de redes se generan y acontecen en ese intercambio de flujos informativos constantes de las TRIC.

Carmen Marta-Lazo

*Profesora Titular
de la Universidad de Zaragoza (España)*

Referencias

- Bronfenbrenner, U. (1977): Toward an experimental ecology of human development. *American Psychologist*, 32, 513-531.
- Castells, M. (1998): *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. Vol. 1 Madrid: Alianza Editorial.
- Cloutier, J. (1973): *Le communication audio.scripto-visuelle á l'heure desd self-media*. Canadá: Les Presses de l'Université de Montreal.
- Fidler, R. (1997): *Mediamorphosis. Understanding new media*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press.
- Marta-Lazo, C.; Gabelas Barroso, J. A. (2016): *Comunicación Digital. Un modelo basado en el Factor R-elacional*. Barcelona: Editorial UOC.
- Osuna Acedo, S. (2017): *Gamificación y empoderamiento de los estudiantes en los sMOOC. El caso del proyecto europeo ECO*. En P. Ávila Muñoz y C. Rama Vitale, Internet y Educación: amores y desamores. México: INFOTEC.

Introducción

En el marco de la VII Cátedra de Comunicación UNAD, sociedad digital, ritmos, sincretismos y cotidianidad, el Grupo de Trabajo N° 19, “Comunicación digital, redes y proceso” de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAIIC) desarrolló un conversatorio sobre el tema ciudadanía(s) digital(es) el día 10 de octubre del 2018. Participaron los docentes e investigadores: Camila Pérez Lagos, de la Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3, Carlos Eduardo Valderrama Higuera, de la Universidad Central, Harvey Murcia y Jenny Juliana Jiménez Rodríguez, del Politécnico Grancolombiano y Miguel E. Badillo Mendoza, de la UNAD. El mismo ejercicio se convirtió en un escenario de ciudadanía digital, sobre el cual se ampliaron las participaciones a otros investigadores que desde sus vertientes interpelan y marcan sentidos sobre la temática. El conversatorio giró sobre tres interrogantes: **¿Qué considera usted que son la/s ciudadanía(s) digital(es)?, ¿Qué tipo de relaciones se dan en la comunicación?, y¿Desde su área de desempeño cómo lo evidencia?** A continuación, se presenta la dinámica del evento, **la cual mantiene los trazos de la oralidad para conservar las opiniones e ideas de los participantes:**

¿QUÉ CONSIDERA USTED QUE SON LA/S CIUDADANÍA(S) DIGITAL(ES)?

Camila Pérez Lagos: “Buenas tardes, soy chilena, pero estoy trabajando en París ya hace algunos años. Hice mi tesis doctoral en Ciencias de la Información y de la Comunicación

en la Universidad Sorbonne Nouvelle-Paris 3. Actualmente, mis intereses de investigación abarcan temas como el de la vigilancia digital, que es el tercer punto de las preguntas sobre el que me gustaría tomarme un poco más de tiempo. La definición de Ciudadanía es una palabra, que muchos autores coinciden en que permite profundizar diferentes significados. En primer lugar, designa una comunidad, un conjunto de individuos que están reunidos por el interés por la vida de la ciudad, el lugar en el que viven, que está enmarcado en convenciones, derechos, deberes y también en valores comunes. Pero también define una práctica, que es el enfoque que a mí me parece más interesante, ya que el ciudadano está invitado a participar en la vida democrática del entorno en el cual está inmerso, de hecho, jurídicamente los ciudadanos son individuos con derechos y deberes como lo dije anteriormente, como por ejemplo los deberes civiles, como pagar impuestos; en todos nuestros países es un hecho que debemos hacerlo, además de derechos civiles, derechos políticos, como el derecho (y el deber para algunos) de ir a votar, y también sociales, por ejemplo en Francia, algo que es muy común es el derecho social de hacer una huelga, el derecho social de tener una salud, el derecho social de tener una educación gratuita y de calidad, lo cual es normal aquí, pero que ocurre de manera más precaria en otros países como en el caso de Chile.

Para que el sujeto pueda adquirir y hacer práctica esta condición de “ciudadano”, necesita informarse, debatir, criticar, votar y en algunos casos incluso, comprometerse con acciones colectivas, y eso es lo que entenderíamos por el hecho de ser ciudadano: constituye diferentes y variadas formas de actuar, desde votar hasta hacer una huelga o manifestarse. Junto con lo anterior, estas formas están vinculadas con los medios de comunicación. Dicho de otro modo, en los medios de comunicación es donde se visibiliza, donde se discuten los productos simbólicos como la información, los saberes y en general las ideologías, que igual integran esta participación ciudadana. En este sentido, para la ciudadanía, los medios son una herramienta de organización pública en relación con lo político, es decir con la discusión política que se pueda ejercer.

Como sabemos, con la llegada de las nuevas tecnologías de internet, se habla de una o de las ciudadanías digitales en plural. Para algunos, se definen como la capacidad de participar de la sociedad en línea, es decir los ciudadanos digitales serían quienes hacen uso de esta tecnología digital. Sin embargo, para otros, la ciudadanía digital incluye unas características potenciales democráticas, participativas, deliberativas, autónomas, que son prescritas legalmente y que están en perpetua negociación. El ejercicio de la ciudadanía digital implica la capacidad de vincularse con estos medios, que no es adquirida solamente por el hecho de estar en ese entorno o utilizarlas a diario; al contrario, implican una capacidad que necesita desarrollo. Por ejemplo, todos sabemos leer y escribir en línea, todos sabemos utilizar las redes sociales, nuestros estudiantes lo saben, sin embargo, es distinta la capacidad de relacionarse de una

manera crítica con el entorno digital, para ello los ciudadanos necesitan adquirir unas competencias específicas. En este sentido, el ciudadano digital no es un usuario, es el portador de un proceso de apropiación, es decir, las personas se apropian de los medios para escucharse, reconocerse, un reconocimiento que no es pasivo, sino transformador. Por ejemplo, en el caso de las organizaciones comunitarias donde las personas le dan sentido de pertenencia a las herramientas, en este caso digitales, las valoran y aprenden a usarlas para satisfacer sus necesidades personales o los de un grupo social”.

Miguel Badillo Ezequiel Mendoza: “Camila nos está remitiendo a algunos aspectos jurídicos, las prácticas, la ciudadanía, el derecho a la información, la importancia de la información como parte de un ejercicio efectivo de ciudadanía. Continuamos con el segundo participante, el profesor Carlos Valderrama, a quien le agradeceríamos que nos contara un poco de su perfil, e iniciamos con la primera pregunta”.

Carlos Valderrama Higuera: “Muy buenas tardes, primero, quiero agradecer a la UNAD por la invitación; lo segundo, quiero felicitarlos por la iniciativa de esta publicación y de este nuevo escenario para pensar este tema, porque me parece que en Colombia ha faltado mucho más trabajo para dilucidar estos nuevos escenarios del ejercicio de la política. Yo soy Carlos Eduardo Valderrama, sociólogo de formación en pregrado, tengo una maestría en Sociología de la cultura y soy estudiante de doctorado en Comunicación con la Universidad Nacional de la Plata, trabajo con la Universidad Central, fundamentalmente en el tema de comunicación y educación.

Para entrar en materia, con respecto a la primera pregunta, quiero comenzar llamando la atención sobre un asunto que, desde hace ya varias décadas y desde distintos territorios se ha señalado, y es el hecho de que la política tradicional, la política en el sentido moderno, ha venido sufriendo una serie de transformaciones. Las nociones de política, las prácticas mismas de la cultura política y de la ciudadanía, han estado crecientemente interpeladas desde diversos lugares, básicamente por la promesa incumplida de la modernidad en relación con la construcción de una sociedad realmente democrática, pero también con la emergencia de nuevos escenarios tecnológicos y comunicativos, lo cual ha favorecido en gran medida, esos procesos de resignificación de la política y de lo político.

En ese marco, la noción de ciudadanía ya no se reduce al conjunto de derechos y deberes, como lo constituyó la modernidad; ya muchos autores, por mencionar algunos de Europa, Ulrich Beck y Giddens, en América Latina, Arturo Escobar, el mismo Norbert Lechner, el mismo Martin Hopenhayn, Pablo Salvat, se me escapan por su puesto muchos autores, han señalado que hoy lo que podemos entender es la ciudadanía

más como una práctica, en contraposición a lo que se ha entendido como un estatus adquirido circunscrito a una serie de derechos y deberes. Prácticas inscritas en la vida cotidiana, como señalaban Arturo Escobar y Martin Hopenhayn, donde la cultura de la vida cotidiana se vuelve política, los hechos privados de la vida cotidiana e inscritos en la cultura se vuelven políticos, donde la participación no necesariamente pasa por las instancias tradicionales y las instituciones del Estado, en la que la práctica ciudadana y la expresión tienen un lugar fundamental.

Visto este panorama, entonces, con relación al tema de las ciudadanía digitales, no se pueden reducir a más de lo mismo: a reivindicar el derecho a tener internet, la conexión, al acceso a la información, esto es cierto, las ciudadanía digitales pasan por ahí, pero lo que yo planteo es que no se pueden agotar en ello, porque entre otras cosas, pensando que lo digital tiene continuidad con lo presencial, que hay una continuidad y una contigüidad entre esos dos escenarios sociológicos y políticos, el derecho a la expresión, el derecho a la comunicación, el derecho a la información, son exactamente los mismos en uno y otro espacio, y tampoco puede reducirse, como ha sido entendido por algunos sectores, al tema de gobierno electrónico, que las ciudadanía sean sinónimo de eficacia y eficiencia en la gestión de lo público, creo que estos son elementos que hay que trascender a la hora de pensar las ciudadanía digitales.

El ciberespacio es una ampliación del espacio político, justamente para desarrollar esas prácticas ciudadanas. Ejercer la ciudadanía en tanto práctica, como acción política participativa y de expresión, no puede entenderse como la última etapa o una etapa superior, es más bien una ampliación de ese espacio de lo público-político en el cual se da la construcción de sentido, en el cual se da la lucha por la significación política del ejercicio de la vida cotidiana”.

Miguel Ezequiel Badillo Mendoza: “Perfecto profesor Carlos, vamos con la colega Juliana Jiménez, para que por favor responda a la primera pregunta, y luego Harvey Murcia continuaría”.

Juliana Jiménez Rodríguez: “Buenas tardes a los colegas y a los participantes, mi nombre es Juliana Jiménez, soy docente del Politécnico Gran Colombiano, profesional en Estudios Literarios con maestría en Comunicación. Los colegas han abordado bastantes aspectos y han profundizado en el concepto de ciudadanía digitales y en la mayoría de los puntos que tocan estoy de acuerdo, recalcaría lo que mencionaba el profesor Carlos, de entender la ciudadanía digital desde las prácticas. Agregaría que más que una sola práctica, es un conjunto de prácticas que no necesariamente se construyen un ciento por ciento en el entorno digital, pensaría que son prácticas de naturaleza mixta, entonces algunas de estas prácticas son parcialmente digitales, otras prácticas serían ciento por

ciento digitales, y entendiéndolo desde un aspecto político bastante amplio, como el profesor lo mencionaba, estas prácticas van a permear diferentes ámbitos, son prácticas que tienen que ver tanto con lo público como con lo privado, y permean la educación, la familia, la cultura, diferentes ambientes, y en esa medida creo que la ciudadanía digital tiene que ver tanto con las posibilidades de acceso y de brecha de lo digital, el tema de los derechos, y por supuesto uno de los temas fundamentales: el desarrollo de competencias para poder actuar y transitar en relación con el entorno digital”.

Harvey Murcia: “Agradezco este encuentro tan fructífero, en aras de ir consolidando maneras de comprender estos nuevos escenarios que se están construyendo en la arena de la comunicación. Soy Semiólogo, especialista en Televisión y Magister en Comunicación, dirijo el Departamento de Medios Audiovisuales, y algunos posgrados relacionados con el área digital.

Sobre este tema, estamos de acuerdo en que tratar de comprender lo digital, o comprender las ciudadanía digitales es en primera instancia empezar a abandonar viejas categorías, que han perdido uso precisamente por las nuevas prácticas que se están dando en la arena cultural. Sobre ello, abordaría dos o tres dimensiones que nos permitirían aportar al debate que se está construyendo en este momento. En una primera instancia y siguiendo a Hanna Arendt, tenemos que comprender esa discusión que hay entre *Vita activa* y *Vita contemplativa*, para entender esos rasgos de la modernidad como bien abordaba Carlos Valderrama, y sus efectos sobre la posmodernidad; no verlos como causas y efectos, sino verlos como esos proyectos fallidos que se han venido dando y que de una u otra manera han configurado otras maneras de comprender el entorno social. Desde allí, las ciudadanía digitales se comprenden por unos aspectos éticos, estéticos, políticos y económicos, que se evidencian en perspectivas tanto ontológicas como performativas, que atraviesan no solo las prácticas sociales, sino las subjetividades y las formas de habitar el mundo.

En este orden de ideas, yo creería que las ciudadanía digitales empiezan a tener un rasgo que rompe con el proyecto de modernidad, y es poner en la escena pública lo que es privado, y esto es lo que está marcando una corriente fundamental para entender las ciudadanía digitales, no tiene que ver con lo político, comprendido solamente como esa demanda de derechos y deberes, sino con empezar a comprender que hay otro tipo de sensibilidades que se van demostrando en prácticas que nos permiten evidenciar otras colectividades, otras formas de derechos, y otras subjetividades”.

Miguel Ezequiel Badillo Mendoza: “Agregar algo después de cinco o seis personas que han dicho cosas tan importantes es un poco complejo; básicamente, he venido

haciendo un rastreo de lo que es ese concepto y un poco entran varias situaciones que son históricamente importantes. Casi que los colegas están planteando lo básico, en dónde se enmarca la ciudadanía digital en esa crisis del concepto de ciudadanía, lo que se conecta con lo que nos dice el colega Harvey de esas nuevas subjetividades, donde la práctica de la ciudadanía ya no es tanto de lo político-jurídico, sino de aspectos más socioculturales, lo que nos permite encontrar lo que llaman derechos de tercera generación, donde a la persona le puede interesar y puede comprometerse más con una causa que está al otro lado del mundo y no interesarle lo que está pasando en su propia calle, o una serie de temáticas como la ecología, la economía, el género, donde de una u otra forma se ejerce ese proceso de la ciudadanía.

Se ha identificado la importancia de asumir una ciudadanía digital, para desde allí resaltar una ciudadanía vista desde una democracia representativa, ver los beneficios que las tecnologías nos permiten de cara al ejercicio de prácticas que incluso tienen un elemento político importante, porque casi que surgen desde el tema del gobierno electrónico, instaurado en el gobierno de Bill Clinton que es donde se empieza hablar de estos temas.

Creo que allí vamos hilando ideas, estamos hablando de subjetividades, estamos hablando de lo mixto que también es otro aspecto importante, y que el mismo Arturo Escobar lo plantea, el ciudadano digital es aquel que tiene la capacidad de estar en el escenario digital, en el ciberespacio y tener de la capacidad de actuar en política situada, él plantea que los problemas de la ciudadanía pueden estar en el ciberespacio pero tienen una incidencia y una raíz en hechos materiales o físicos”.

Carlos Valderrama Higuera: “Un minutico para abordar algo que nos quedó faltando, primero quiero manifestar que me encuentro completamente de acuerdo con la profesora Juliana cuando hace la precisión en relación con las prácticas en el ejercicio de la ciudadanía, que son efectivamente prácticas mixtas, porque justamente hay una relación de continuidad y de contigüidad entre el espacio virtual y el presencial, y eso justamente me lleva a un punto que es clave, no solo por el hecho de que existen esos nuevos ecosistemas, sino que allí también se encuentran las hegemonías y los ejercicios modernos de la política.

En los escenarios virtuales y en los escenarios de la vida presencial que están atravesados y mediados por las tecnologías digitales de la información y la comunicación, se despliegan ejercicios autoritarios y hegemónicos de la política y de lo político, por eso es clave entender que las disputas por el poder, por la construcción del significado de la política, transitan desde lo presencial a lo virtual; en lo virtual hay unas disputas

también muy potentes y significativas en relación con las utopías políticas, en relación con el sentido de sociedad, el sentido de ciudadanía, el sentido de participación”.

¿Qué tipo de relaciones se dan en la comunicación?

Miguel Ezequiel Badillo Mendoza: “Entonces, continuando con nuestro conversatorio, en este tipo de escenario que acabamos de plantear, ¿qué tipo de relaciones se dan con la comunicación?”

Camila Pérez Lagos: “Lo primero que quiero señalar es que Internet en un principio se entendía como una opción o una posibilidad frente a los medios llamados tradicionales, hegemónicos, y que eran monopolios en algunos casos. Frente a los canales de visibilidad y el monopolio de algunos medios oficiales, los movimientos sociales se fueron apropiando de las redes sociales y de Internet para romper con el llamado “cerco mediático”; Internet apareció, en un principio, como un espacio de comunicación descentralizado, horizontal, más democrático, etc. Algunos ejemplos de lo anterior se evidencian en 2011 en Túnez, cuando los videos de violencia policial en la calle (viralizados en internet) hicieron que la movilización se organizara y sobretodo se viralizara en los canales de internet. Más recientemente, el uso del #niunamenos, en el caso de América Latina, #metoo en Estados Unidos, #balancetonporc en Francia, fueron usados para visibilizar la violencia y el acoso hacia las mujeres.

Hay que hacer un alcance a lo dicho por los profesores, porque quiero reiterarlo. Ricardo Cardoso en 2012 plantea que el paisaje mediático actual no está necesariamente dominado por Internet, no es que haya aparecido y otros medios se silencien, sin embargo, está constituido por la superposición o la articulación de diferentes medios, no hay una separación binaria, no hay una participación “online” y “offline”, pero hay una mixtura de diferentes tipos de medios.

En resumen, podemos decir que las tecnologías de internet permiten la creación de espacios de construcción y definición de grupos ciudadanos, y que a través de la puesta en escena de la circulación del relato y de los argumentos en las redes sociales, los ciudadanos comparten las injusticias sociales y los problemas políticos en general y eso es lo que hemos visto en los ejemplos que se citaron.

En relación con la tercera pregunta voy a hablar un poco del “lado oscuro” de la tecnología y sobre cómo las hegemonías se apropian de las redes sociales y de internet en general, como es el caso de las GAFAM”.

Carlos Valderrama Higuera: “Con relación a la segunda pregunta, quiero recordar cuatro elementos claves que en alguna oportunidad mencioné en alguno de mis textos: el componente comunicativo de la ciudadanía, brevemente para recordar, por una parte, el componente dialógico, que desde la antigüedad, desde la misma noción de ciudadanía de los antiguos es fundamental. Desde las más diversas orillas de la filosofía política, pasando por la teoría de la acción comunicativa, el construccionismo y la pedagogía crítica, se ha resaltado el componente dialógico, la dimensión argumentativa como algo fundamental del ejercicio ciudadano, y mucho más si la entendemos como una práctica, como lo hemos estado planteando.

El segundo componente es el componente narrativo, en el sentido de que para hacer una práctica ciudadana es necesario poder narrar como individuos, pero también como colectivo, como comunidad, poder narrar nuestras identidades, nuestra historia y nuestras memorias.

El otro componente que me parece clave es el componente hermenéutico, poder leer el contexto, los territorios físicos y virtuales, esos espacios desde donde actuamos políticamente, desde donde ejercemos la ciudadanía.

Y el último componente comunicativo es lo que llamaríamos el componente techno-comunicativo o mediático, y ya lo habían planteado por ahí, es saber hacer todo el ejercicio, todo lo que le compete al ejercicio y a la práctica ciudadana con los viejos y nuevos escenarios y los repertorios tecnológicos en esas prácticas de comunicación.

Entendido esto y retomando lo que habíamos planteado, que las tecnologías digitales de la información y la comunicación han amplificado los escenarios de las prácticas de la ciudadanía, pues esas tecnologías han amplificado también y han permitido una especie de diáspora de las prácticas de la comunicación política, y han permitido a su vez generar nuevas prácticas, una emergencia de otras maneras de comunicación política; lo cual es evidente, así unos colectivos y unos sectores de la sociedad insistan y persistan en seguir con las prácticas modernas, unidireccionales, verticales e informacionistas de la comunicación.

En ese sentido, desde el punto de vista comunicativo, insisto en que la dimensión de la comunicación política hoy como nunca tiene un escenario ampliado, el espacio de la lucha por el sentido de lo político; es una esfera ampliada que permite muchos escenarios para la participación, para el ejercicio del poder, para la expresión narrativa, permitiendo poder narrarnos como pueblo, como comunidad y como sociedad.

Estas tecnologías han permitido la incorporación y convergencia de distintos lenguajes, no porque ellos no existieran, sino porque han potenciado otras formas de narrar, “otras” formas de decir, “otras” maneras de participar, y por eso me parecen muy potentes estos nuevos escenarios, teniendo siempre en mente que estamos inscritos en una lucha por el poder simbólico y por el poder político”.

Juliana Jiménez: “Ampliando un poco lo que ya se ha dicho sobre el tema, estamos de acuerdo con que nos estamos moviendo en un escenario de prácticas cuando hablamos de ciudadanía digital, a mí me gustaría decir que estas prácticas son y no son las mismas, es decir, hablamos de prácticas sociales que tienen una misma naturaleza pero que han venido transformándose en gran medida por la aparición de diferentes tecnologías y la convergencia de lenguajes en el ciberespacio, aquí el papel de la comunicación o lo que vendría a ser el campo de la comunicación tiene que ver con encargarse de analizar estos cambios, justamente con el fin de proponer permanentes estrategias de adaptación a este ecosistema que es mutante, que todo el tiempo está transformándose y cada vez más velozmente; en esa medida pienso que la comunicación es la que justamente se encarga de analizar esos cambios para ir proponiendo estrategias de adaptación.

Aquí el asunto es cómo esas prácticas sociales, que no son nuevas, en tanto considero que son las mismas prácticas de siempre, para poner un ejemplo: de la lectura se espera un proceso de comprensión, un proceso de análisis, un proceso de crítica, esto no cambia, la lectura sigue siendo la misma en ese sentido, sin embargo, hay unos elementos que son ajenos a la lectura que sí se transforman, y ahí es donde viene la pertinencia de la comunicación. Siguiendo con el ejemplo de la lectura, ¿qué es lo que cambia?, el acceso a los textos, las formas de los textos, los dispositivos, los formatos a través de los cuales nos ponemos en contacto con los textos, las posibilidades de tránsito entre los textos, el hipervínculo entre los textos, aquí entra la comunicación a ver de qué manera aporta para generar ese tipo de estrategias, ante esos cambios en nuestras prácticas cotidianas”.

Harvey Murcia: “Como lo han expresado ya mis colegas, quisiera acotar el concepto que la profesora Juliana Jiménez ha venido trabajando, y es el de la ciudadanía vista como una práctica, y cómo desde esa práctica empiezan a comprenderse otras emergencias, otras rupturas. ¿De qué tipo?, de relaciones con el mundo, de relaciones con el otro, de relaciones consigo mismo y con el medio ambiente, entonces estas prácticas dentro de la comunicación nos permitirían comprender lo que bien ha enunciado el profesor Valderrama, que es la lucha por el sentido y las significaciones sobre el mundo, entonces, una pista para entender estas nuevas relaciones, es la forma como se está narrativizando la subjetividad en distintas plataformas y dispositivos, que

no solo tienen que ver con el escenario de lo virtual, sino que también trascienden al escenario de la vida cotidiana y de esta manera empezar a comprender cuáles son las formas de circulación, las formas de producción y consumo que se empiezan a dar en estas ciudadanías, y que rebosan y ponen en crisis esas prácticas con las que veníamos construyendo la vida cotidiana”.

Miguel Ezequiel Badillo Mendoza: “Una perspectiva desde la cual he encontrado un análisis muy interesante es la de ver la ciudadanía como un elemento discursivo, no solamente como una práctica exclusivamente política de la democracia representativa. Desde allí hay una línea muy atrayente, y es el hecho de que tengamos nuevas ciudadanías y toda esta serie de espacios que están surgiendo. Hay un gran error cuando se aduce, o se considera que significa un funcionamiento mejor; que Internet nos garantizaría una mayor participación, o que el tener todos accesos a determinados recursos permitirá un ejercicio de la política de una y otra forma, como tampoco garantiza que los grupos o movimientos sociales que tengan acceso a Internet tengan una mayor cualificación en sus procesos. Allí radica la complejidad de estas nuevas dinámicas. Desde allí me parece fundamental que la comunicación esté permitiendo la conexión y la construcción de redes, uno de los elementos en los cuales se soportan estas nuevas ciudadanías, lo cual no significa que tener acceso a ese recurso ya esté garantizando una mejor comunicación.

Considero que para nosotros los comunicadores estos escenarios abren unas diásporas y exigen una perspectiva más ecológica, esa visión de que unos medios sí y otros medios no, que debía ser de una forma o de la otra, o un enfoque de la comunicación u otro se rompe y reclama una comprensión más amplia. Y frente lo que es una ciudadanía digital, la comunicación debe constituir, validar y permitir recuperar esa capacidad de deliberación, que es lo que en determinadas instancias se pierde en estas nuevas esferas que se están generando”.

Harvey Murcia: “Es más una apreciación de parte mía, creo que hay dos instancias que planteas que es importante resaltar en este momento, lo primero es que yo creo que cuando se habla de la práctica, la práctica misma es un discurso, lo discursivo es una práctica social, como bien lo recuerda Eliseo Verón, si podemos entender las prácticas que se están dando desde lo discursivo, que se dan por la lucha del poder y la lucha del sentido, la comunicación debe empezar a abordar esos fenómenos para entender cuáles son esas nuevas narrativas y esas nuevas ideas del mundo que están circulando, cómo se están consumiendo y cómo se están apropiando.

Y en una segunda instancia, me parece relevante lo que estás diciendo de empezar a comprender la diáspora en este nuevo ecosistema, justamente porque nos permitirá

entender los efectos que están teniendo los medios sobre las subjetividades o sobre las corporalidades, y en una segunda instancia, los efectos sobre las dimensiones cognitivas de estas subjetividades, para entender las tensiones, las resistencias y lo que realmente está en disputa”.

Carlos Valderrama Higuera: “Insisto en algo que está planteando el profesor Harvey sobre esa emergencia de nuevas subjetividades en el ejercicio de lo político, y en lo que acaba de plantear, en relación con la incidencia de ese escenario tecnológico y comunicativo en los cuerpos y en las subjetividades, porque me parece que uno de los componentes claves en de esas transformaciones de la ciudadanía y que tienen muy buena expresión en la mediación que hacen las tecnologías digitales de la información y la comunicación, es la presencia cada vez más creciente o por lo menos más evidente de lo estético como una parte de la dimensión de la política. Con lo estético no solamente me refiero al arte, o al uso instrumental del arte, más desde la perspectiva que lo plantea Ranciere, lo estético como aquello que aborda la distribución de lo sensible, por allí pasa el reconocimiento del otro, por allí pasa la dialogicidad, la capacidad de argumentar, de reconocer las otras culturas, de reconocer la diferencia, de jerarquizar lo estético y lo no estético, o des-jerarquizar en procesos de resistencias frente a ciertas maneras de entender subjetivamente y sensiblemente el mundo.

Y me parece que ese es uno de los rasgos claves que hoy se están presentando, que en buena parte atribuyo no de forma determinista, pero sí de un modo en que las tecnologías digitales de la información y la comunicación y ese ecosistema digital permiten la emergencia de esas subjetividades a las que el profesor Harvey aludía”.

¿Desde su área de desempeño cómo lo evidencia?

Camila Pérez Lagos: “En mi caso, me interesan particularmente las cuestiones relativas a la vigilancia digital y al derecho a la vida privada en la red, a mi juicio estos dos puntos hacen parte de las competencias que un ciudadano digital debe desarrollar. La vigilancia numérica es un tema que la ficción ha tratado ampliamente, esta mañana citaban a Orwell, más recientemente vemos series en Netflix como *Black Mirror*, *Dark Net* y *Follow This* que tratan esencialmente el tema de las tecnologías de Internet como un universo distópico; sin embargo, las series muestran algo que nos ocurre más cotidianamente de lo que quisiéramos. Por ejemplo, podemos citar el uso del algoritmo “Compas”, que es una herramienta que se usó en diferentes Estados de Estados Unidos y que permite “ayudar” a los jueces a tomar decisiones al momento de pronunciar una sentencia. Este algoritmo permitiría predecir la criminalidad de un individuo sobre la base de parámetros que solo

el dueño de la herramienta conoce. Haciendo eco a la conversación de esta mañana, este es un nuevo ejemplo del secretismo con el que funcionan estos mecanismos. En enero de este año el algoritmo fue acusado de tener un sesgo racista ya que arrojaba más falsos positivos a ciudadanos que eran afrodescendientes.

Otro ejemplo es el uso de programas de “seguridad” que registran el comportamiento de un conductor con el fin de enviar los datos a las aseguradoras de automóviles y proponer seguros “adaptados”. O también, en función de la localización a través de tarjetas electrónicas, se ofrecen de seguros de viaje. Estos son algunos ejemplos que evidencian el registro constante e indiscriminado de datos en la web.

Sin embargo, la vigilancia digital traería consigo algunos problemas mayores, además de los evidentemente personales y económicos, para las democracias. García Canclini en una entrevista en 2017 plantea que vivimos en la ilusión de la participación dentro de una burbuja digital, donde compartimos nuestras opiniones con quienes están de acuerdo, esto reconfigura el “cerco mediático” digital. Junto con lo anterior, la vigilancia digital pone en peligro la libertad de expresión de los ciudadanos; por ejemplo, el documental *Nothing to hide* muestra cómo la población acepta la vigilancia indiscriminada desde la quimera de la seguridad.

Foucault, en 1975 en *“Vigilar y castigar”*, demostró que cuando un individuo se siente observado el comportamiento tiende a ser más conformista y consensual, esto es lo que se conoce como un efecto paralizador, la inhibición del derecho legítimo a ejercer la libertad de expresión por miedo a las represalias. Un investigador norteamericano descubrió que la mayoría de los musulmanes estadounidenses cree que el gobierno estadounidense supervisa sus actividades después del 11 de septiembre en EE.UU. y esto en consecuencia ha cambiado la manera como ellos utilizan Internet y lo mismo ocurre con la visita a páginas como Wikipedia, así como las páginas sobre terrorismo o Estado Islámico, que han bajado sus visitas ampliamente.

Esto sería un miedo, al parecer justificado, ya que la vigilancia digital además de ser un fenómeno ubicuo es perfectamente legal. Por ejemplo, luego de los atentados terroristas de 2015 en Francia, la ley de espionaje sirvió para legalizar el uso de cajas negras en los operadores de Internet que permitían vigilar el tráfico e identificar los potenciales terroristas. Sin embargo, según el Consejo Nacional de lo Digital, el mecanismo sería ineficaz ya que el comportamiento del terrorista no presenta una frecuencia que permitiera automatizar su identificación, dando cabida a tantos falsos positivos que sería imposible hacer un verdadero reconocimiento de quiénes son terroristas y quiénes no.

En este contexto complejo, yo estoy trabajando en el análisis del reciente “escándalo Cambridge Analytica” que, a mi juicio, reveló una crisis de confianza hacia la industria numérica. Para los que no conocen, Cambridge Analytica es una empresa británica que utilizó datos privados provenientes de usuarios de Facebook para convencer a los indecisos de votar por Donald Trump y desanimar a los votantes de Hillary Clinton con noticias falsas y con desinformación. Si recuerdan, Mark Zuckerberg reconoció ante el parlamento europeo hace unos meses, haber usado los datos de 87 millones de usuarios de Facebook.

Este caso evidencia que la protección de la vida privada es un tema que debe ser tratado como un tema político y que solamente asegurar la vida privada de los usuarios garantizaría el buen funcionamiento de las democracias actuales.

Algunos intentos por subsanar esta carencia es la nueva ley europea sobre datos personales, una ley que fue puesta en marcha solo en mayo de este año y que según algunas organizaciones no gubernamentales, lo único que permite es visibilizar el consentimiento del usuario para el uso de sus datos.

Facebook ha implantado toda una propaganda para cliquer y permitir al usuario decidir qué cosas muestra y qué cosas no, sin embargo, el escándalo de Cambridge Analytica va en completa oposición con eso.

Otra respuesta de parte de la llamada clase política es la del líder del partido laborista británico, Jeremy Corbyn, que en 2011 elaboró un manifiesto llamado “El manifiesto por la democracia digital”, hay muchos puntos interesantes, está el tema del acceso universal a internet y el hecho de que los ciudadanos puedan controlar sus datos personales y asegurar la protección del derecho a la vida privada. Para concluir, comparto, además de la necesidad de leyes que protejan la vida privada en la era digital, la necesidad de educar al ciudadano digital.

El ejercicio o la práctica de la ciudadanía digital no reduce al individuo al papel de elector, o de usuario, sino al de actor, miembro y participe de la sociedad que lo rodea, atento al entorno y al respeto de sus libertades y derechos”.

Carlos Valderrama Higuera: “Voy a referirme a una de las líneas de trabajo de estos últimos años y que tiene que ver con el uso de las tecnologías digitales de la información y la comunicación por parte de los movimientos sociales, para evidenciar esto que hemos estado conversando. Un primer aspecto está relacionado con que algunos de los movimientos sociales y, específicamente, los movimientos más tradicionales, hablo de los sindicatos, siguen llevando al espacio digital las prácticas tradicionales; en

una investigación que hice sobre internet y cuatro sindicatos en Colombia, realmente no encontré allí ninguna innovación en la práctica de comunicación política, su estructura, su modo de gestionar los procesos de comunicación, los modos de usar la información, efectivamente seguían siendo de carácter tradicional, verticales, sin espacios para el diálogo, para la argumentación, para la construcción colaborativa, etc. Pero también en otras investigaciones más recientes y que forman parte de mi tesis doctoral, estoy trabajando con el movimiento campesino en Colombia, y encuentro otras prácticas de la comunicación política muy diferentes, muy distantes a esas prácticas tradicionales; ya se señalaba una de ellas que me parece muy importante en esos escenarios, el trabajo en red, porque allí se rompen las estructuras organizativas verticales, autoritarias, que fomentan la heteronomía, más bien lo que se construye y lo que se está gestionando desde el punto de vista político, pero también desde el punto de vista de la comunicación política y del ejercicio de la ciudadanía, es el trabajo colaborativo, la construcción de redes, redes que se enredan con otras redes, unas construcciones absolutamente complejas, flexibles y muy dinámicas. Eso conlleva otras maneras de generar y propiciar los debates, de elaborar unas estrategias de prevención y sobre todo en Colombia, de generar alertas tempranas frente a esas arremetidas en estos últimos años contra líderes sociales y defensores y defensoras de derechos humanos, que también permite gestionar de otros modos los procesos de la narración política y de construcción colectiva.

Desde mi experiencia lo que he visto es que justamente, aun desde el campo de los movimientos sociales, sin entrar a mirar la dinámica de la comunicación política de los partidos tradicionales, convergen distintos tipos de prácticas tradicionales que se trasladan y que navegan en la red, y también emergencias que hay en la red y que van a las prácticas y las dinámicas de lo presencial. Eso es lo que yo fundamentalmente tendría para decir frente a la tercera pregunta”.

Juliana Jiménez Rodríguez: “Nos gustaría hablar, y digo nos gustaría, ya que estamos trabajando en equipo actualmente un proyecto de investigación. Nos gustaría hablar desde la perspectiva de la cotidianidad y retomar el tema de las habilidades, de las competencias y de esas prácticas que involucran al ser humano y lo hacen transitar en lo digital, como decía de manera parcial, y que le permite actuar e interactuar gracias a diferentes tecnologías. En el caso puntual, las prácticas sobre las cuales nos hemos interesado tienen que ver con la construcción de la memoria, más individual que a nivel colectivo, sin embargo, somos conscientes de que estas prácticas siempre van a estar permeadas por lo colectivo.

Nos interesa mucho mirar qué pasa en ese escenario que se ha mantenido limitado por una serie de espacios y de tiempos antes del ciberespacio, muy ligados a lo físico, a los objetos, qué pasa cuando estas prácticas se empiezan a construir desde la experiencia

en lo digital, y no solamente en la experiencia, sino que también el recuerdo empieza a trabajarse desde el entorno digital. En este sentido, los individuos tienen mucho por reflexionar, por mirarse a sí mismos, de hecho, nosotros mismos nos preguntamos qué ha pasado con esas formas que hemos tenido de narrarnos, porque finalmente las prácticas de memoria tienen que ver con esas formas de contarnos y de resignificar lo que nos ha pasado y de seguir construyendo una historia basados en esas resignificaciones”.

Harvey Murcia: “El interés se centra en tratar de comprender estas nuevas prácticas de memoria que se están dando en el escenario digital, entonces la evidencia empieza a aparecer como bien lo decía el profesor Valderrama, cómo empieza a haber una redistribución de lo sensible y esta distribución de lo sensible nos permitiría comprender cómo emerge una estética “otra”, donde se defienden unas subjetividades, donde se defienden unas narrativas, unas relaciones con el otro, con el medio ambiente, con el espacio, con lo político, con lo ético, que van permitiendo comprender este recuerdo como bien lo decía el profesor Brean en alguno de sus textos, como una memoria RAM, donde cada vez más se pierde una relación directa con lo cotidiano, y empieza a aparecer una mediatización digital que reconfigura el mapa social y por lo tanto reconfigura lo cognitivo, allí es donde nosotros creemos que las ciudadanía digitales empiezan a emerger como un espacio de lucha y resistencia, pero al mismo tiempo, como una subordinación a ciertas hegemonías que están circulando. No podemos ver las cosas en blanco y negro, sino que también hay que verlas en escala de grises, para poder comprender en última instancia que cuando hablamos de ciudadanía digitales estamos hablando de una práctica muy compleja atravesada por un sin número de actividades, de ideas, de tecnologías que están haciendo y deshaciendo permanentemente este horizonte que está llegando a nosotros en la contemporaneidad”.

Miguel Ezequiel Badillo Mendoza: “Frente al tema de cómo lo evidencio, voy a explorar tres escenarios, uno fue mi tesis doctoral, donde hice todo un rastreo con relación a un proyecto que se llama la Colosa, en el Tolima; un proyecto de minería a cielo abierto, en el que la AngloGold Ashanti empezó todo un ejercicio de exploración y la comunidad de una u otra forma empezó a hacer todo un movimiento de protesta y de denuncia. Se tenía un antecedente muy importante del proceso inicial de San Turban, allí las redes sociales empezaron a tener una dinámica muy fuerte, acá era otro contexto, mucho más rural, mucho más campesino. Se hizo un ejercicio inicial de exploración de uso de medios de comunicación digital, empezamos a encontrar que se generaba mucha información pero pudimos encontrar que solamente dos o tres experiencias tenían una dinámica mucho más completa; utilizamos unos modelos de análisis que en Europa se les llama contra-información, acá en Latinoamérica puede ser el equivalente a la comunicación alternativa y encontramos dos experiencias, una que se llama “Conciencia Campesina”, y otra que se

llama Blog “No a la Colosa Horrorosa”; se hizo un análisis inicial de toda esa dinámica, y después empezamos a encontrar el concepto que hoy yo llamo ciberciudadanía, equivalente al concepto de ciudadanía digital. Encontramos, que si bien allí había un componente político muy importante, fue clave que a medida que el conflicto fue avanzando, (estamos hablando de un conflicto de casi doce años), las organizaciones también evolucionaron en su accionar; empezaron a detectarse una serie de herramientas jurídicas, que fueron las consultas populares, que empezaron a mostrar unos escenarios de acción colectiva, por lo cual, la propia dinámica de los movimientos sociales se centró en eso. Desde el inicio, los movimientos buscaron cómo bloquear el proyecto minero y lo lograron con las consultas populares, la primera fue en el municipio de Piedras, donde se detienen los procesos de exploración y explotación; a tal punto se instaura, que en 2018 casi que el proyecto de locomotora minera del gobierno Santos quedó bloqueado, porque las consultas populares establecen que la ciudadanía tiene que ser consultada entre comillas, si quiere que ese tipo de proyectos se lleven a cabo en su territorio.

Lo que empezaron a hacer estas organizaciones, fue ubicar un contexto de política situada como hablaba, directamente con elementos jurídicos aprobados por la constitución, pero a la vez esto iba acompañado de una movilización digital muy importante. Se fueron mejorando y cualificando las formas de comunicar, las formas de conectar, aprender a usar las herramientas digitales, básicamente *Twitter* y *Facebook*, empezaron a generarse elementos estéticos, aparecieron avisos contra informativos supremamente ofensivos, allí no había mediación con el lenguaje, eran casi insultos. Otro aspecto muy interesante era el elemento cultural, había unos elementos de apropiación de lo ancestral, lo terrenal, lo rural, que le daba mucha fuerza a ese concepto de ciudadanía.

Otro referente a tener en cuenta es que cuando hablamos de ciudadanías digitales vamos al elemento político, pero vale la pena correr ese horizonte y las fronteras hacia lo que pasa en el día a día. Estoy muy de acuerdo con lo que dice Juliana, ¿qué pasa con ese sujeto que está en su interacción diaria con las demás personas?, madres que la forma de saber dónde está el hijo es través de *Facebook* y ahora es con *WhatsApp*, creo que allí también hay un elemento de ciudadanía digital donde no está el elemento de lo participativo y lo democrático, sino más ese sujeto que está en el devenir de su existencia en unos entornos, como el ciberespacio, donde muchas cosas suceden y casi que la gente se va insertando sin preguntarse qué pasara allá, con todo lo positivo y negativo, con todos los riesgos y no riesgos a los cuales se enfrenta una persona en dichos escenarios.

Y finalmente, lo percibo mucho en el tema de la investigación, en este momento algo que nos interesa en el grupo de trabajo es el tema de las metodologías que estamos utilizando para investigar las redes digitales, a veces estamos haciendo un ejercicio de

traer de otros escenarios métodos para analizar lo que está pasando en estos sistemas digitales y en estas ecologías digitales, ahí es donde yo percibo que la academia se está insertando y requerimos también pensarlo, otras áreas ya lo tienen más claro, por ejemplo el mercadeo, la publicidad, ellos si tienen muy preciso qué necesitan y qué buscan en este tipo de escenarios, creo que nosotros todavía estamos en indagaciones frente a ello, esas son mis perspectivas.

Los invito compañeros, si de pronto hay algún comentario adicional a lo que estamos aquí agregando, si no, aquí hay dos preguntas que nos han formulado, me gustaría traerlas al escenario y ver desde allí que podríamos agregar o quien podría responderlas.

Básicamente son dos preguntas de una persona en Facebook, ¿Cómo aprovechar lo digital sin perder lo esencial de la comunicación, como lo tradicional? y la segunda ¿si se dice que todos tenemos acceso a las redes sociales, por qué no todos interactúan y solo reciben información?”

Carlos Valderrama Higuera: “Quiero referirme a la segunda pregunta, creo que la formación del sujeto moderno y de la subjetividad moderna en general y por supuesto las subjetividades políticas en particular, desde el proyecto moderno, son subjetividades heterónomas, es decir el sujeto que construye la modernidad es un sujeto heterónimo, a nosotros nos han educado en la heteronomía y no en la autonomía, y por eso es muy difícil salirnos de ese esquema, empoderarnos, es muy difícil ser productores de información, productores de ideas y de propuestas, de hecho, el mismo sistema de la democracia representativa parte de esa constitución de un sujeto heterónimo que delega su participación política en otro. Es un sistema delegatario, el sistema representativo de la democracia que prima en el escenario actual de la sociedad, no basta con tener acceso, no basta con acceder a la web 2.0, y a todas las tecnologías, no basta tampoco con desarrollar unas competencias instrumentales para saber usar las distintas aplicaciones, y las distintas técnicas de esa gran tecnología de la información digital, eso pasa por la reconstitución de las subjetividades a las que hemos estado aludiendo permanentemente en esta conversación, y nos plantea un reto en todos los escenarios, en el de la academia en particular y es por la formación de ciudadanos, aunque yo preferiría hablar mejor de sujetos y subjetividades políticas, con lo cual vale preguntarnos ¿qué estamos haciendo nosotros ahí, como universidad en ese escenario de la actualidad?”

Miguel Ezequiel Badillo Mendoza: “Carlos muchas gracias, yo invitaría a todos los participantes a que tratáramos de condensar, cada uno en unas pocas palabras una especie de idea fuerza, puede ser conclusión, recomendación, comentario; aquí hemos trazado unos derroteros importantes, han quedado unas líneas claves para entender lo que es la

ciudadanía digital, entonces los invitaría para cerrar, a que cada uno pueda sintetizar en una idea fuerza lo que queda de estas casi dos horas de conversatorio”.

Camila Pérez Lagos: “Mi intervención llevaba un poco a la pregunta de Luis Monsalve, que es el tema de la ética y la ciudadanía digital, y cómo los ciudadanos también están protegidos en su actuar. Los sindicatos en Francia fueron muy reacios a utilizar las redes sociales, justamente por este miedo, por esa mirada apocalíptica de las redes. Las grandes empresas que monopolizan Internet, las GAFAM, no pueden asegurar la ética, para mí son los Estados. Europa ha sido precursor en ello, pero por otro lado también son los usuarios, hay que crear esas competencias de participación, es lo mismo que ocurre cuando un ciudadano elige no ir a votar, no por una decisión racional, sino porque no se siente interpelado, no siente que eso afecte su vida cotidiana, lo mismo ocurre con la participación en redes sociales, por lo mismo me interesó el cambio que, a mi juicio, hubo después del “escándalo Cambridge Analytica”. En un análisis que hicimos de cómo se desarrolló este escándalo en Twitter, observamos que los usuarios se apropiaban del tema de la privacidad digital, por ejemplo, la gente se aconsejaba, encontraban maneras de hacer búsquedas en Internet de forma privada, entonces surgió una responsabilidad individual frente a los Estados que tenían leyes arcaicas y a las GAFAM que ejercían prácticas poco éticas”.

Carlos Valderrama Higuera: “Creo que hay una aclaración de Esperanza Peña con relación a la primera pregunta, dice que si cuando hablamos de tecnología o ciberespacio ya salimos de lo tradicional. Creo que no. Hay una confusión, lo tradicional no está dado por el uso o no de ciertas tecnologías, lo tradicional en el ejercicio de la ciudadanía y en el ejercicio de lo político, alude más bien a los escenarios tradicionales de la acción política, es decir aquella acción institucional, de los partidos, de los parlamentos, del Senado y a un ejercicio de la democracia representativa, y no necesariamente a la mediación tecnológica. Así con lo emergente, aludiríamos al alejamiento de ese ejercicio político tradicional y a esa ciudadanía circunscrita a derechos y deberes, y más bien a lo que Chantal Mouffe ha llamado el ejercicio de lo político por tensión con la política, y en esa medida entonces aprovechar lo digital sin perder lo esencial de la comunicación no aludiría a eso, porque no existe lo esencial de la comunicación, la comunicación es conflicto, es construcción de sentido, es lucha, es debate, es ahí donde se podría aprovechar efectivamente la potencia de lo digital para ampliar ese escenario de lo político, del debate, de la lucha política, del despliegue de esas nuevas subjetividades, de eso otro ético y estético que hoy atraviesa a los nuevos ejercicios de la ciudadanía, aquello que insisto han planteado varios autores, como es el hecho de qué aspectos de la cultura, cuáles aspectos de la vida privada, de la vida íntima, devienen en hechos políticos hoy”.

Juliana Jiménez Rodríguez: “Quisiera recalcar el tema de la adaptación, y está relacionado con la pregunta que hacía el participante a través del chat de *Facebook Live*, y es cómo los constantes cambios o las constantes transformaciones en el ecosistema educativo nos exigen justamente eso, un proceso, una adaptación. Pero hay una realidad, creo que es casi una verdad, algo que hay que asimilar, y es que las diferentes habilidades o capacidades relacionadas con la comunicación vienen cambiando desde el inicio de los tiempos, a medida que avanzan o aparecen diferentes tecnologías, esto no es algo nuevo, a propósito de internet o el ciberespacio, esto es algo que ya lo hablaba Platón, y ya desde la aparición de la escritura había un temor a perder la oratoria, es lo que nos viene pasando a los seres humanos frente a los procesos comunicativos desde siempre, es uno de los principios para dejar de satanizar este tema y ver más bien que esas prácticas siguen siendo en parte las mismas y en parte cambiantes, el hecho de tener un *Smartphone* hace que no tengamos la misma capacidad de memoria que teníamos los seres humanos hace diez o veinte años, eso no es algo que tengamos que detener o combatir, sino que hace parte de todo ese proceso de adaptación, esa sería una de las ideas con la que quisiera terminar”.

Harvey Murcia: “Para finalizar, estamos frente a un nuevo paradigma que nos está invitando a pensar y repensar los cánones y las tramas de la cultura, y esto es lo que debemos tener presente para adentrarnos en esta aventura que significa comprender las nuevas formas sociales, hacernos preguntas sobre la relación de la política y la comunicación, la cultura y la comunicación, subjetividades, narrativas, y narrativizaciones de la vida contemporánea”.

Miguel Ezequiel Badillo Mendoza: “Un texto que trabajé decía que el reto de la comunicación en este momento era lograr comprender estas cosas, porque sin la comunicación no estaríamos hablando de ello; cuando hablamos de lo digital o del concepto de ciudadanía en todas estas dinámicas, comprendidas como elementos discursivos, comprendidas como prácticas sociales, hay un elemento transversal que es la comunicación, el pensar un ciudadano digital es un reto para nosotros como formadores de comunicadores sociales, que miremos esto más allá de que la persona sepa manejar *Twitter*, una red social, un dispositivo, que la perspectiva de la comunicación siempre va más allá de los medios, sea la radio, la televisión, ahora lo que se viene con los sistemas de comunicación digital, para mí se conserva, para que se comprenda que el periodista es algo más que una serie de herramientas que le permitan hacer su trabajo mucho más ágil, mucho más práctico, porque eso no se traduce en que las cosas estén bien o mal hechas, para mí es un ejercicio de la comunicación, de formar a esas personas que puedan comprender ese concepto de ciudadanía digital, pero también el pensar que a través de las tecnologías se movilizan una cantidad de contenidos que a mi juicio sobrepasan lo que

como sujetos somos, la relación tecnologías-sujetos, sociedad, no va a la par, y cada vez las posibilidades que tienen las personas de producir y consumir información va a un nivel y un ritmo muy distinto, más en nuestros contextos donde hay tantas situaciones que lo demarcan, alfabetización, acceso, etc. Entonces yo pensaría que allí es importante tener ese punto de referencia”.

“Bueno, estimados participantes, profesora Camila Pérez Lagos, profesor Carlos Eduardo Valderrama, Juliana Jiménez y Harvey Murcia, este es un primero punto, no va a ser el único, es una motivación del Grupo de Trabajo “Comunicación digital, redes y procesos” por empezar a dar estas posibilidades, ya que estamos hablando de lo digital, este tipo de dispositivos que tenemos como universidad permite que personas que estamos ubicadas en diferentes latitudes podamos tener este diálogo, y la idea es ir integrando nuevos colegas que estén motivados en estos temas”.



PRIMERA SECCIÓN

PERIODISMO DIGITAL
EN EL SIGLO XXI,
ANÁLISIS DE CASOS

Imágenes tomadas <http://observer.co.uk>

The Observer
www.observer.co.uk | Sunday 18 March 2018 | £3.00

Revealed: 50m Facebook files taken in record data breach

Exclusive
Christopher Wylie, who worked with a Cambridge University academic to obtain the data, told The Observer: "We exploited Facebook to harvest millions of people's profiles. And built models to explain what we know about them and target their inner demons. That was the mission: the entire company was built on..."

Facebook: How his destructive ethos imperils democracy
Observe Comment, 44

Full Interview
Whistleblower
Christopher Wylie lifts the lid
Cover story
New Review

Like or dislike
The algorithm that reveals all about you
Report, page 9

Facebook
How his destructive ethos imperils democracy
Observe Comment, 44

Whistleblower
Christopher Wylie

LE FIGARO

Notre pays s'est ruiné sans être mieux administré

Le monde social traverse une crise sans précédent depuis que l'une des sociétés d'analyse en masse d'avant-garde, à des fins politiques, les données personnelles de 50 millions de Français. Dans le continuisme, son patron-fondateur, Mark Zuckerberg, a crié pour la première fois ouvert, économiquement « des erreurs ».

PMA, GPA
LES MISES EN GARDE DE LA PHILOSOPHE SYLVIANE AGACINSKI PAGE 16

RÉCIT
GAÛCHET, LE GOFF, YONNET, LES DÉSENGANTÉS DE MAI 68 PAGE 14

Imágenes tomadas <https://www.lefigaro.fr>

LE FIGARO

Facebook: le géant du numérique tombe de son piédestal

Le monde social traverse une crise sans précédent depuis que l'une des sociétés d'analyse en masse d'avant-garde, à des fins politiques, les données personnelles de 50 millions de Français. Dans le continuisme, son patron-fondateur, Mark Zuckerberg, a crié pour la première fois ouvert, économiquement « des erreurs ».

Imágenes tomadas <http://theguardian.com>

The Guardian
Monday 19 March 2018
Issue N°51360
www.theguardian.com
£2.00

Cathy Newman On Jordan Peterson, trolls & Max Mosley

Pressure grows on Facebook and data firm over mass breach of personal files

Carole Cadwalladr Emma Graham-Harrison

Facebook and the analytics firm election team were under mounting investigations and hearings to explain a vast data breach that affected tens of millions of people.

In Britain, the head of the parliamentary committee investigating false news accused Cambridge Analytica and Facebook of misleading MPs after revelations in the Observer that more than 50m Facebook profiles were that worked with Donald Trump's election team were under mounting investigations and hearings to explain a vast data breach that affected tens of millions of people.

The disclosures caused outrage in the US, a state attorney general has called for investigations and greater accountability and regulation.

The pressure comes amid reports the broadcast of an undercover Cambridge Analytica is trying to stop a News expose in which the company CEO, is said to talk unguardedly about the company's practices. According to the Financial Times, reporters posed as prospective clients and secretly filmed a series of meetings, including one with the chief executive. The report is due to air this week.

Labour said news of the vast data breach should be a spur to further action. The party will now call for a new law to control online advertisements and improve transparency about what advertisements are being put out and who is paying for them, to mirror the Honest Ads Act that has been proposed in the US Congress.

"It would mean voters finally learn who is targeting them with what 'news' - and who's writing the digital minister, writing in today's Guardian. He plans to put forward an amendment to...

LE FIGARO

Le prix de la lâcheté

Le monde social traverse une crise sans précédent depuis que l'une des sociétés d'analyse en masse d'avant-garde, à des fins politiques, les données personnelles de 50 millions de Français. Dans le continuisme, son patron-fondateur, Mark Zuckerberg, a crié pour la première fois ouvert, économiquement « des erreurs ».

The Guardian

Inside Labour Momentum on the rise in fight for party

Dan Sabbagh Heather Stewart

Momentum is a powerful and increasingly independent political force that is radically transforming the Labour party, with local groups challenging membership rules and fighting to get their activists selected, a Guardian investigation has revealed.

A Grassroots reporting project by the Guardian in four local parties demonstrates that Momentum, often described as a "party within a party," has rapidly become the most powerful force on the ground with Labour members frequently defining themselves as for or against it.

Some local groups are even prepared to defy the wishes of Jeremy Corbyn's office to support their chosen candidates in parliamentary selections - while a rule that bans both Labour members from joining Momentum is frequently ignored in practice.

In Mansfield, Momentum and local party officers were...

1. El caso Cambridge Analytica en el periódico francés "Le Figaro": enfoque pragmático y discursivo del estudio de los acontecimientos

Camila Pérez Lagos¹

Resumen

Sobre la base de un enfoque pragmático y discursivo del estudio de los acontecimientos, nos preguntamos si ¿el acontecimiento de CA contribuyó a que el tema de la vigilancia digital fuera visible en la escena mediática? El estudio concluyó que el relato del acontecimiento, nominado como escándalo, tematiza las consecuencias económicas para la empresa Facebook, por sobre las consecuencias para los usuarios. Estas últimas aparecen en el relato, por tanto afectan la imagen de la empresa. Junto con ello, la discusión sobre los derechos ciudadanos en internet se menciona a través de testimonios de los usuarios y de la difusión de la nueva norma sobre la protección de datos personales en Europa.

Palabras claves: Cambridge Analytica; vigilancia; acontecimiento mediático; enfoque discursivo, enfoque pragmático.

1. Investigadora asociada al laboratorio Comunicación, Información y Medios (CIM) de la Universidad Sorbonne Nouvelle Paris 3. Doctora en Ciencias de la información y de la comunicación de la Universidad Sorbonne Nouvelle Paris 3. Máster en Ciencias del lenguaje por la misma universidad. Especialista en comunicación digital, análisis del discurso y semiótica de la imagen. Correo electrónico: perez.lagos.camila@gmail.com

The Cambridge Analytica case in the French newspaper “Le Figaro”: pragmatic and discursive approach to the study of events

Abstract

On the basis of a pragmatic and discursive approach to the study of events, we ask ourselves if the CA event contributed to the fact that the issue of digital surveillance was visible in the media scene.

The study concluded that the story of the event, nominated as a scandal, thematizes the economic consequences for the company Facebook, over the consequences for users. The latter appear in the story so they affect the image of the company. Along with this, the discussion on citizen’s rights on the Internet is mentioned through testimonies from users and the dissemination of the new rule on the protection of personal data in Europe.

Keywords: Cambridge Analytica; surveillance; media event; discursive approach, pragmatic approach.

Introducción

A diferencia de mecanismos de vigilancia tales como cámaras, huellas dactilares y oculares, la vigilancia digital permanece invisible para los ojos de los usuarios de Internet (Lyon y Bauman, 2013, 2016; Han, 2016). Casos como el escándalo de Cambridge Analytica (desde ahora CA) aparecen en el espacio público haciendo visibles los mecanismos y las consecuencias de la captación de datos personales con el propósito de manipular la participación política de los ciudadanos.

CA fue una empresa londinense de publicación estratégica, creada en 2013 y cerrada en 2018, que combina el análisis y la explotación de datos para campañas electorales. El slogan de la empresa fue “Data drives all we do” (Los datos conducen todo lo que hacemos). La misión de la empresa era cambiar el comportamiento gracias a los datos, con métodos que combinan la psicometría, la sicología comportamental y el tratamiento cuantitativo de datos. El escándalo sale a la luz pública el 17 de marzo de 2018 cuando periódicos como “*The Guardian*”, “*The New York Times*”, y “*The Observer*”, gracias a las informaciones otorgadas por el denunciante, Christopher Wylie (ex empleado de la empresa), acusan a CA de haber utilizado datos privados (provenientes de cuentas de *Facebook*) para influir en la campaña de Donald Trump¹. Lo anterior, fue posible gracias a una aplicación del “*GSR Global Science Research*” de la Universidad de Cambridge, concebida por el investigador Aleksandr Kogan. La aplicación, llamada “*This is your digital life*” “absorbió” los datos de quienes la usaron y, también de sus amistades.

En abril y mayo de 2018 Mark Zuckerberg, fundador y director ejecutivo de *Facebook*, es escuchado en audiencia frente al senado estadounidense y al parlamento europeo. El 17 de abril del 2018, el mismo Mark Zuckerberg, admite haber recolectado

1. Estas informaciones eran de conocimiento público desde fines del 2015 cuando el mismo periódico “*The Guardian*” había realizado un artículo donde exponía el origen “dudoso” de los datos que la empresa usaba para sus campañas.

los datos de al menos 87 millones de cuentas sin consentimiento de los usuarios. Por lo anterior, CA se declara en quiebra, dando por cerrada la empresa² y la red social Facebook es multada por violación a la ley de protección de datos de Inglaterra con la suma de USD \$644.000 (multa máxima por la Ley de protección de datos de 1998)⁴.

En este contexto, se buscó identificar e interpretar las características simbólicas y discursivas de la narrativa de los medios de comunicación en torno al evento CA, en particular del diario francés “Le Figaro” y así identificar si el acontecimiento contribuyó a hacer emerger en la escena mediática las cuestiones relativas a la vigilancia generalizada en internet.

A continuación, en una primera parte se abordan las razones principales de una vigilancia generalizada en internet. En segunda instancia se plantean los aspectos teóricos y metodológicos del estudio del acontecimiento, desde un enfoque pragmatista y discursivo. Y en una tercera parte, se presenta el análisis del *corpus de prensa*, seguido de las principales conclusiones.

Aspectos contextuales: sobre la vigilancia generalizada en internet

En los años 90 Internet apareció como un espacio de comunicación descentralizado y horizontal (Ganjon, 2018). Esto se debe principalmente a la falta de canales con visibilidad y al monopolio de los medios oficiales. En este marco, los movimientos se apropiaron de las redes sociales y de internet para romper con el llamado cerco mediático (Sierra Caballero y Gravante, 2016). Las primaveras árabes fueron un ejemplo emblemático de cómo las redes sociales pueden jugar un rol esencial en las movilizaciones ciudadanas. Manuel Castells (2012) explica que, en Túnez, la difusión de videos de violencia policial en la calle hizo que la movilización se organizara y visibilizara. Algunos ejemplos más recientes sobre el uso de las redes sociales son el caso del movimiento de los indignados en España (15M), #yosoy123 en México, #nuitdebout en Francia, #occupywallstreet en Estados Unidos, el movimiento #niunamenos en Latino América y España, #meetoo en Estados Unidos, o #balancetonporc en Francia, entre otros. En estos casos, la ciudadanía encuentra en la red un espacio para compartir sus problemas sociales y políticos en general. En este sentido, la circulación de relatos, de argumentos y de convocatorias en la red, permite la creación de espacios de libertad de expresión (Rayman, 2015), de construcción y de definición de grupos ciudadanos.

2. La empresa matriz Strategic Communication Laboratories (SCL), sigue en funcionamiento.

4. La multa equivale a lo que recauda la compañía cada cinco minutos y medio, de acuerdo con la facturación de los primeros meses del 2018 (Fuente: el mundo.es 11 de julio del 2018).

Ahora bien, Internet se ha ido transformando de un medio de emancipación a un instrumento de vigilancia generalizada (Morozov, 2011). En este marco se distinguen, al menos, dos razones por las que Internet se ha convertido en una herramienta de vigilancia: el creciente temor al terrorismo y la aparición de un capitalismo cognitivo. Con respecto al miedo creciente al terrorismo, según Armand Mattelart (2009), los ataques terroristas han servido para justificar un acceso soberano a las informaciones de los ciudadanos. Por citar algunos ejemplos, después del 11 septiembre del 2001 en Estados Unidos, a través de la ley antiterrorista “Patriot Act”, los servicios de seguridad nacional instauraron dispositivos de vigilancia para acceder a datos informáticos sin autorización previa ni informar al usuario, todo con el fin de obtener información sobre individuos sospechosos de terrorismo. En este contexto, Mattelart (2009) plantea que estamos frente a una democracia restringida que incluiría, 1) la instauración de un régimen de excepción o de urgencia permanente, 2) la ampliación de los poderes policiales y la merma de los poderes judiciales, y 3) la criminalización de la oposición política.

Un ejemplo más reciente son los ataques terroristas de 2015 en Francia, que llevaron al Estado francés a promulgar de urgencia la ley nº 2015-912 “Relative au renseignement” (relativa al espionaje) que sirvió para legalizar el uso de cajas negras en los servidores de acceso a internet. Esto permitió vigilar el tráfico en internet, captar datos y luego tratarlos con algoritmos que identificarían comportamientos terroristas. Al respecto, el CNum (Consejo Nacional de lo Numérico) advierte que este mecanismo es ineficaz, debido a la cantidad significativa de falsos positivos, además del hecho de que “los comportamientos terroristas no presentan una frecuencia suficiente para permitir elaborar un método automatizado” (CNum, “*Note à l’attention des membres du Conseil constitutionnel sur le projet de loi relatif au renseignement*”, 2015, traducción personal).

Edward Snowden, ex empleado de la Agencia Central de Inteligencia (CIA) y la Agencia de Seguridad Nacional (NSA), fue uno de los primeros en hacer visible la vigilancia indiscriminada a los ciudadanos, revelando en 2013 a la documentalista Laura Poitras y al periodista de “The Guardian” Glen Greenwald, los programas de vigilancia masiva desarrollados por servicios secretos de Estados Unidos como la CIA y la NSA, en complicidad con los servicios comerciales de internet. Según Benabou y Rochfeld (2015), las denuncias hechas por Edward Snowden mostraron no solo que se está vigilando a los ciudadanos, sino también la fusión entre el Estado y las GAFAM, empresas comerciales de Internet como *Google Facebook, Apple, y Microsoft*. En suma, cada vez se encuentra más evidencia que comprueba que la vigilancia no se efectúa exclusivamente sobre quienes se sospecha de terrorismo, sino también sobre el ciudadano común.

Con respecto al segundo fenómeno, el capitalismo cognitivo o la trazabilidad constante y la subsiguiente monetización de nuevas formas de participación en la red, Dominique Cardon y Antonio Casilli (2015) plantean que cada clic produce un valor comercial, se trata de un trabajo invisible o digital labor de una nueva forma de capitalismo, un capitalismo cognitivo donde el trabajo sería inmaterial (Granjon, 2012). En este contexto, cada huella dejada por el usuario es analizada y procesada por algoritmos que permitirán predecir (*Data Mining*) e influir en los comportamientos (*Data Analytics*). Predecir, ya que a través de estos datos es posible identificar objetivos de consumo cada vez más precisos. Y prescribir porque, como explica Dominique Cardon (2015), «las medidas predictivas destinadas a personalizar la información presentada al usuario se despliegan, desde métodos estadísticos de aprendizaje para calcular las huellas de navegación de los usuarios de Internet y predecir su comportamiento a partir del de los demás» (Cardon, 2015: 18).

Ante la mercantilización de datos privados en internet, algunos investigadores la identifican como consecuencia de actos voluntarios, una especie de auto-explotación, mientras que otros hablan de una opresión frente a leyes cada vez más laxas. Por ejemplo, para el filósofo Byung-Chul Han (2015): “los ocupantes del panoptismo numérico, no son en absoluto prisioneros. Viven en la ilusión de la libertad. Alimentando el panóptico numérico con toda suerte de informaciones, se exponen y se revelan por sí mismos, voluntariamente” (Han, 2015: 93). Por el contrario, Nikos Smyrniotis (2017) señala que el rastreo omnipresente de los usuarios es un tema eminentemente político del cual los usuarios de Internet difícilmente pueden escapar, principalmente porque no pueden apoyarse en las regulaciones actuales.

Enfoque pragmatista del estudio de los acontecimientos

Un enfoque pragmatista del estudio de los acontecimientos permite entender estos fenómenos como una experiencia, es decir, como un momento de transformación social (De Blic y Lemieux, 2005). En este contexto, los acontecimientos pueden definirse por su temporalidad, configurada en una narrativa, en este caso mediática⁵. Por narrativa, entendemos el establecimiento de un orden en lo real (Ricoeur, 1983) conformado por un tiempo, personajes y elecciones estilísticas. Según la hermenéutica de Paul Ricoeur, contar es hacer inteligible una realidad que no lo es a priori. En consecuencia, la narrativa sirve para comprender y el acto de narrar es reunir lo heterogéneo y unificar lo diferente bajo

5. Compartimos la idea que la narración del acontecimiento no es únicamente configurada por la cobertura mediática, “la construcción de los acontecimientos es un trabajo colectivo de constitución que va mucho más allá de la actividad de los medios, y que no puede ser entendida como la representación más o menos distorsionada de hechos o eventos que existirían como tales en la realidad” (Arquembourg, 2011: 161).

una descripción y/o una explicación. Según el mismo autor, la mimesis de la acción opera en tres niveles en un proceso circular, la mimesis I donde los agentes, intenciones, motivos, metas, consecuencias, circunstancias, etc. están vinculados. Según Paul Ricoeur (1983), aquí respondemos las preguntas sobre el «qué», el «por qué», el «quién», el «cómo», el «con» o el «contra quién» de la acción. La mimesis II, donde a estos elementos se les aplica una temporalidad, es decir, la historia se organiza como una totalidad inteligible. La acción tiene un comienzo, un medio y un final donde se lleva a cabo la historia, todo esto está marcado por una trama que “media entre los acontecimientos o incidentes individuales, y una historia entendida como un todo» (Ricoeur, 1983: 127). Y, por último, la mimesis III donde se toma en cuenta al lector activo, quien se apropia de la narración interpretándola, «la mimesis III marca la intersección del mundo del texto y el mundo del oyente o el lector» (Ricoeur, 1983: 136).

Desde el punto de vista de la publicización de los eventos en la escena mediática, Barthélémy y Quéré (1991) se refieren a una dramaturgia del acontecimiento que se configura en un espacio público, con una trama, orden y actores (personas individuales o colectivos); en este sentido, los acontecimientos presentan:

“1) categorías, creencias, expectativas normativas, usos, prácticas y conocimientos relacionados con la esfera pública, 2) capacidades, responsabilidades y formas de intervención que constituyen el dominio de la acción pública, 3) confianza en cuanto a la posibilidad de que, si una colectividad se ve afectada, se puede, según una modalidad u otra, intervenir en el curso de los acontecimientos” (Barthélémy y Quéré, 1991: 12).

Por su parte, Luc Boltanski (1990), para hablar de la denuncia de la injusticia, desarrolla un sistema actancial de la denuncia donde se incluye 1) al que denuncia, 2) al que está a favor de que la denuncia se haga, 3) al que está en detrimento de que esta se ejerza y 4) aquel ante quien se opera la denuncia:

“La denuncia de la injusticia supone en efecto la designación de un culpable o responsable que puede [...] ser representado por una sinécdoque o abstracción (por ejemplo, “el capitalismo”, en un enunciado sindical destinado a protestar contra despidos) o ser identificado y designado nominalmente. El denunciador debe convencer a otras personas, asociarlas a su protesta, movilizarlas” (Boltanski, 1990: 300, traducción personal).

Ahora bien, la transmisión del acontecimiento en los medios no es un proceso transparente. Erik Neveu y Louis Quéré (1996), destacan que en los medios de comunicación

se elabora una puesta en escena (forma y sentido) que es producto de las estrategias de una serie de actores que de alguna u otra forma están interesados por el acontecimiento, cuando se identifica al acontecimiento como ataque político, huelga, revuelta, etc., “su explicación e interpretación están orientadas y delimitadas por el contenido semántico de los términos utilizados por esta descripción» (Neveu y Quéré 1996: 15).

Asimismo, además del carácter público de los acontecimientos, estos tienen un carácter inaugural. En palabras de Louis Quéré, «cuando [un acontecimiento] ocurre, no es solo la culminación de un proceso, sino que también marca el final de una era y el comienzo de otra» (Quéré, 2006: 189). En el caso de los escándalos, la ruptura del orden de las cosas es brutal ya que, como plantea Cyril Lemieux (2007) el vuelco de las relaciones y de las creencias previamente instituidas no se hace de manera abierta. Por su parte, John B. Thompson (2001) define el escándalo como lo que “denota aquellas acciones o acontecimientos que implican ciertos tipos de transgresión que son puestos en conocimientos de terceros y que resultan lo suficientemente serios para provocar una respuesta pública” (Thompson, 2001: 32). Siguiendo a los sociólogos Damien De Blic y Cyril Lemieux (2005):

“El escándalo lleva al reposicionamiento, a una redistribución de los roles institucionales, incluso al cuestionamiento brutal de las relaciones establecidas. A menudo conduce al replanteamiento organizativo, a la producción de nuevos dispositivos legales y a la validación colectiva de nuevas prácticas” (De Blic y Lemieux, 2005: 71, traducción personal).

En este mismo sentido, los escándalos involucran un grado de conocimiento público de los acontecimientos, una audiencia compuesta por no participantes y un proceso a través de la cual los eventos se hacen visibles a los demás. Cualquier escándalo, según Thompson (2001), estaría entonces atravesado por una dramaturgia del ocultismo y de la revelación donde los implicados buscan que la información no sea conocida por la opinión pública.

En definitiva y desde un punto de vista pragmatista, los escándalos pueden también ser entendidos como una forma de movilización política, ya que tendrían un componente transformador. Por ejemplo, en el caso del escándalo político Watergate, luego de la revelación del Washington Post se desencadena el pedido de impeachment contra el presidente Nixon. En este sentido, la denuncia constituye “una mediación necesaria de la orientación hacia la acción” (Boltanski, 2007: 124, traducción personal). A su vez, los medios de comunicación se convierten en una herramienta de visibilidad, es decir para «obtener un tipo de presencia o reconocimiento en el espacio público que puede ayudar

a llamar la atención sobre una situación o hacer avanzar una causa» (Thompson, 2005: 86), de ahí que proviene el interés por su estudio.

Enfoque discursivo del estudio de los acontecimientos

Un enfoque discursivo es esencial al momento de identificar e interpretar las características simbólicas de la narrativa del acontecimiento en los medios de comunicación. Por enfoque discursivo entendemos, como Patrick Charaudeau (1984), el estudio, en una situación de comunicación, de las relaciones entre los aspectos internos (puesta en escena de los actos de lenguaje) y los aspectos externos (aspectos situacionales del acto de habla). En este marco, partimos de la hipótesis que señala que el lenguaje participa en la construcción de un sentido social sobre los acontecimientos del mundo. Los medios participan en la significación del acontecimiento, clasificando, jerarquizando la información, nombrando los hechos, etc.

“El acontecimiento nunca puede transmitirse en estado bruto a la instancia de recepción; para lograr la significación, depende de cómo se lo mire, de la mirada de un sujeto que lo integra en un sistema de pensamiento y al hacerlo lo vuelve inteligible” (Charaudeau, 2013: 118-119).

Mediante la observación del material lingüístico, nuestro objetivo es identificar los mecanismos de construcción del sentido social del acontecimiento. Para ello, nos focalizamos principalmente en dos observables discursivos⁶ la tematización y la nominación. Con respecto al acto de tematización, según Charaudeau (2013), además de generar una fragmentación semántica del mundo (nombrar), inscribe los acontecimientos en un propósito comunicativo. Por ejemplo:

“Cuando se anuncia que un avión se ha estrellado, aquello de lo que se habla difiere según las personas que se enteran de esta noticia y las circunstancias en que lo hacen. Para unos será la causa (accidental o criminal), para otros serán las consecuencias (individuales o políticas) y para otros serán los detalles del accidente (morbosos o técnicos)” (Charaudeau, 2013: 117).

6. Desde un punto de vista metodológico, los observables del discurso no son un material previo a la lectura profunda de los documentos institucionales, al contrario, emergen de la lectura del corpus y de una investigación de tipo inductivista (Santander, 2011) Asimismo, los observables del discurso no tienen características “ni de pertinencia ni de tamaño de la unidad, o de función de la unidad, es decir, las realidades lingüísticas estudiadas pueden ser tanto unidades lexicales como unidades de la frase o superiores a una frase” (Krieg-Planque, 2012: 45-46).

A través de la tematización, se puede focalizar la información en la causa, en las consecuencias, o en los detalles que van a configurar el encuadre del acontecimiento⁷. Por su parte, Marie Veniard (2013) interesada en el estudio de un conflicto social (de los intermitentes de espectáculos) y de un conflicto militar (la guerra de Afganistán), plantea que la nominación participa en la atribución de un sentido social del acontecimiento, pero también orienta el pasado (causas, explicaciones) y el futuro (las acciones esperadas). Por ejemplo, la denominación “guerra de Algeria” se atribuyó retrospectivamente, ya que durante el evento, las designaciones en los discursos gubernamentales y en la mayoría de los periódicos eran: “operaciones de mantenimiento del orden” (desde Francia) y “guerra de independencia o liberación” (desde Algeria). Otro ejemplo, son los estudios de Laura Calabrese (2007) sobre la nominación “Le voile” [el velo] en el marco de la polémica uso del velo en la escuela en Francia. La autora constata una inestabilidad denominativa entre velo v/s foulard que permitiría negociar el significado según sean los actores del conflicto (a favor o no del velo en la escuela), en este sentido, esta nominación hace emerger un conflicto más global sobre la laicidad en la escuela, la diversidad, el estatus de la mujer, etc. Dicho de otro modo, la designación “velo” (la que esconde el cabello y la que esconde el conflicto social) se convierte en un espacio de negociación para el referente. En este mismo sentido, el acto de nombrar un acontecimiento dado implica una toma de posición sobre el conflicto en relación con los enunciadores: “la nominación permite comprender el evento, en dos sentidos del término: una operación de hacer existir el evento (referencia) y de volverlo inteligible en una operación de interpretación del evento (significación)” (Veniard, 2013: 24). Ver por ejemplo las parejas nominativas que indican un mismo referente guerra v/s guerra civil, resistentes v/s rebeldes.

Corpus de análisis

Desde un enfoque pragmatista y discursivo del estudio del acontecimiento, se analizó un conjunto de textos periodísticos, que tratan el caso de Cambridge Analytica, provenientes del periódico francés “Le Figaro”⁸. El diario fue seleccionado intencionalmente por ser el primer medio de difusión pago en papel de Francia (Fuente: Alianza por las cifras de la prensa y medios, ACPM 2018). Se conformó un corpus de 138 artículos extraídos de la base de datos de prensa FACTIVE. Los artículos fueron seleccionados por palabras claves: todos los textos donde figuraba Cambridge Analytica ya sea en el titular o al interior del artículo; y por fecha: todos los artículos desde marzo hasta septiembre de 2018, periodo que corresponde al desarrollo del acontecimiento.

7. Entman (1993) plantea el encuadre como una acción estratégica y mediática que genera cuatro consecuencias en el discurso: 1) la definición del problema, 2) la atribución de causalidad, 3) el juicio moral, y 4) la recomendación de tratamiento.

8. Cabe mencionar que “Le Figaro” es un periódico de circulación nacional, y que su línea editorial es de derecha y centro derecha conservadora.

La pregunta que guió esta investigación fue: ¿el acontecimiento de CA contribuyó a que el tema de la vigilancia digital fuera visible en la escena mediática? El objetivo principal fue observar, describir e interpretar las características simbólicas y discursivas de la narrativa mediática de la prensa francesa sobre el acontecimiento CA y en particular en el periódico «Le Figaro». El estudio fue de carácter exploratorio y cualitativo, se buscó “identificar conceptos o variables promisorias, e incluso identificar relaciones potenciales entre ellas” (Cazau, 2006: 26). Con esto se busca aportar pistas para el estudio del acontecimiento desde una metodología discursiva y pragmatista del análisis de la prensa. A continuación, se presenta el análisis de los resultados.

Análisis de los resultados

La definición del problema: La sorpresa de los acusados y las consecuencias económicas

Una vez que el escándalo sale a la luz pública, los artículos tematizan el hecho como sorpresivo para los potenciales culpables: *Facebook* (1) y *Cambridge Analytica* (2).

1. El día anterior, en un comunicado, **la red social se dice “escandalizada por haber sido engañada”** por la utilización de datos de sus usuarios por Cambridge Analytica (Por qué Cambridge Analytica hunde Facebook en una tormenta, 20/03/2018, traducción personal).
2. Por su lado, **Cambridge Analytica afirma que ignoraba que** Aleksandr Kogan había tenido acceso ilegal a los datos (Facebook frente al enojo de las autoridades americanas y europeas, 21/03/2018, traducción personal).

Que los hechos se enuncien por parte de los implicados en el acontecimiento como sorpresivos, permitiría exculpar de responsabilidad, al menos ética, a los acusados. En este sentido, la actualización de la nominación “escándalo” en el caso de Facebook refiere a la sorpresa por conocer esta información, más que a los hechos mismos. Desde un punto de vista enunciativo, el periódico se distancia de las palabras de los acusados, mediante una modalisation autonymique (Authier-Revuz, 1997), como el uso de comillas o introductores de referencia como: “X afirma que...”, o “X dice que...”.

En los primeros días del anuncio del acontecimiento se ponen de relieve los efectos económicos que tendría el escándalo para la empresa Facebook (3). Este aspecto resurge en los artículos de fines de julio, luego de que se le asignara una multa a la empresa (4):

3. La red social **ha perdido casi 30 mil millones de dólares** luego del escándalo Cambridge Analytica (*Facebook* se hunde en la Bolsa tras una fuga de datos, 20/03/2018, traducción personal).

4. *Facebook* **pierde** 114 mil millones de dólares en la bolsa (26/07/2018, traducción personal).

Asimismo, “Le Figaro” tematiza las consecuencias del escándalo para Facebook, como empresa, tanto a nivel económico como a nivel comunicacional nombrando el hecho como una crisis mayor:

5. *Facebook* está saliendo de una **crisis mayor con el caso de Cambridge Analytica**, que crea un estigma en la minería de datos. ¿Cuál es la posición de los anunciantes? (Debemos cuestionar el valor y la efectividad de las plataformas, 06/05/2018, traducción personal).

La imagen de la empresa y su reputación son aspectos que también afectan a los inversores. Por la misma razón, el relato de “Le Figaro” incluye otras empresas de internet, como Qwant, que se desmarca de las prácticas de Facebook:

6. Qwant defiende una visión europea de protección de datos personales contra Gafam (*Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft*). **No explota comercialmente los datos de sus usuarios** (Qwant, el pequeño motor francés que quiere comerse a google”, 13/04/2018, traducción personal).

En definitiva, las consecuencias tanto económicas como comunicacionales, se presentan por sobre la influencia que pudo tener el hecho en las elecciones estadounidenses de 2016.

La atribución de la causalidad: las disculpas, las promesas y la desconfianza

A medida que el relato del acontecimiento avanza, el principal acusado apunta a Mark Zuckerberg, dejando fuera de la matriz del escándalo la figura del director general de CA: Alexander Nix. El 23 de marzo de 2018 el acusado reacciona públicamente a través de su cuenta de Facebook, y posteriormente en otros medios como “The New York Times”, “CNN”, la revista “Wired” y el sitio web “Recode”. Los artículos de “Le Figaro” mencionan las disculpas de Zuckerberg así:

7. “Nuestra responsabilidad es proteger sus datos y si nosotros fallamos, **no merecemos servirles**”, escribió el dirigente [...]. “Lo que pasa afecta la confianza

de nuestros usuarios y lo siento mucho” explicó al micrófono de CNN (**Mark Zuckerberg se disculpa** y defiende a Facebook, 23/03/2018, traducción personal).

El 30 de marzo del mismo año, se filtran dos memos internos de la empresa Facebook, en los que se demuestra que Mark Zuckerberg estaba al tanto de lo que CA hacía. Este nuevo hito en el desarrollo del acontecimiento da lugar a nuevas disculpas por parte del acusado y un reconocimiento del escándalo denominado por Zuckerberg como un error. Aquí nuevamente, el periódico cita directamente las palabras del acusado:

8. “Está claro que nosotros **no hicimos lo suficiente para evitar que nuestras herramientas puedan ser utilizadas para hacer mal**. Ya sea transmitiendo “Fake News”, permitiendo la interferencia de extraños en nuestras elecciones, transmitiendo discursos de odio, o en el control de programadores y en el uso de datos privados. **No teníamos una visión suficientemente amplia de nuestra responsabilidad y fue un gran error**”. (Mark Zuckerberg promete un cambio de filosofía en Facebook, 10/04/2018, traducción personal).

Junto a la tematización de las disculpas del acusado y el reconocimiento del denominado “error” en la narración del acontecimiento, surge la desconfianza:

9. Avergonzado por el caso de Cambridge Analytica, la red social atraviesa una de las crisis más graves de su historia. En la mira, su jefe y fundador, Mark Zuckerberg, habló el miércoles, reconociendo «errores» (Facebook: el gigante de lo digital cae de su pedestal, 21/03/2018, traducción personal).

10. Facebook ha abierto un nuevo frente a la crítica tras la filtración de dos memos. Estos dos documentos, que datan de 2016 y 2014, respectivamente revelados por BuzzFeed y el Financial Times, sugieren que Facebook tenía todas las claves para evitar **lo que hoy llaman «errores»** (La fuga de un memo interno incomoda a Facebook, 30/03/2018, traducción personal).

En la narración del acontecimiento en “Le Figaro” se retoman las palabras del acusado usando las comillas, este recurso permite al enunciadador no tomar parte del discurso del acusado y, al mismo tiempo, exponer una opinión sobre la calificación del acontecimiento. El 10 y 11 de abril de 2018 un nuevo hito en el desarrollo del acontecimiento emerge cuando Mark Zuckerberg testifica ante el congreso de Estados Unidos. En los artículos de “Le Figaro” se tematizan las promesas del acusado frente al congreso así:

11. Lejos de rechazar los caprichos de la legislación, **prometió**, por ejemplo, al senador Lindsey Graham, republicano de Carolina del Sur, sugerir qué nuevas reglas podrían imponerse a todos los actores en su sector (Mark Zuckerberg **promete** un cambio de filosofía en Facebook, 10/04/2018, traducción personal).

Mientras que Mark Zuckerberg promete: limitar el acceso a los datos personales e informar a los usuarios sobre el uso de sus datos, en el relato del acontecimiento, emerge nuevamente la desconfianza. Lo anterior, se realiza, a través de una enunciación testimonial:

12. **Yo** pongo un mínimo de informaciones en Facebook (24/03/2018, traducción personal).
13. Todo lo que Facebook sabe **de mi (y de usted)** (09/04/2018, traducción personal).

Junto con lo anterior, emerge un llamado al boicot y dejar la red social, reunido en la etiqueta: #deleteFacebook, en este sentido, además de la falta de confianza en las soluciones, emerge la acción por parte de los usuarios.

14. Las firmas de abogados de Estados Unidos anunciaron el miércoles que presentaron acciones colectivas en nombre de ciudadanos y accionistas, y **Facebook se enfrentó a una campaña de llamados para cancelar la suscripción (#deletefacebook)** (El patrón de Facebook se disculpa y reconoce “errores”, 22/03/2018, traducción personal).

Sobre este punto, el relato de “Le Figaro” pone el foco de la enunciación en los personajes públicos que se revelan para dejar la red social:

15. Con Cambridge Analytica, las tensiones han revivido. **Brian Acton, quien dejó WhatsApp en septiembre, participó en el boicot de la primera de las redes sociales con #DeleteFacebook** (El segundo cofundador de WhatsApp cierra la puerta a Facebook, 02/05/2018, traducción personal).

La aparición de personajes públicos como portavoces del boicot permite al enunciador acreditar el real alcance del boicot hacia Facebook. Al tratarse de personajes involucrados en empresas digitales, sus acciones, funcionan como argumentos de autoridad.

El juicio moral y las recomendaciones: la nueva norma de protección de datos personales.

Una vez que la investigación en contra de *Facebook* se abre y que la empresa CA es acusada de haber explotado ilegalmente datos personales a través de la red social, los artículos de “Le Figaro” tematizan la violación de la vida privada de los usuarios,

para ello se recurre a una enunciación testimonial sobre la base de encuestas:

16. **Ya no se sienten seguros en la red social más grande del mundo.** El escándalo de Cambridge Analytica ha creado, para muchos usuarios franceses de *Facebook*, una toma de conciencia del alcance de la recopilación de sus datos personales, su vulnerabilidad y la laxitud con la que podrían ser tratados. Según sus propias palabras, **Maxime es una de las personas que tiene una cuenta en la mayoría de las redes sociales y que las usa con mucha intensidad: «Me fui de Facebook y Messenger hace más de una semana»** («Decidí borrar mi cuenta», 12/04/2018, traducción personal).

El 25 de mayo de 2018, en Europa entra en vigor la norma sobre privacidad y protección de datos personales, este hito es citado en el relato de la prensa identificando un antes y un después de la ley. En los artículos se ficcionaliza sobre cómo habría afectado al escándalo Cambridge Analytica la nueva norma, indicando que el principal acusado tendría que haber asumido consecuencias económicas mayores que solo sus disculpas públicas:

17. Con el próximo reglamento general para la protección de datos personales (RGPD), Europa podrá aplicar sanciones tan duras como las de la ley antimonopolio. En caso de incumplimiento, las empresas podrán pagar hasta el 4% de su facturación global y una multa de 20 millones de euros. **Mark Zuckerberg tendrá que formular algo más que un «lo siento»** (Todo lo que Facebook sabe sobre mí (y usted), 09/04/2018).

En este mismo sentido, la legislación emerge como la solución al problema, sin mención de los aspectos críticos de la misma. La nueva norma se enuncia como la fórmula de protección al usuario de las empresas de internet, en particular de *Facebook*:

18. En Europa este caso llega en un momento crucial para la industria de la Web, que pronto estará sujeta al nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos (GDPR). **El texto obligará a Facebook a adaptar sus reglas para proteger aún más la información de los usuarios europeos de Internet** (Facebook afirma que el caso de Cambridge Analytica llegó a 87 millones de cuentas, 04/04/2018).

Finalmente, la tematización sobre la puesta en funcionamiento de la nueva norma en “Le Figaro” se sitúa en una línea temporal, una suerte de hito que permitiría, en el futuro, evitar escándalos digitales sobre la protección de datos personales, como el de Cambridge Analytica.

Conclusiones

El estudio concluyó que el relato del escándalo Cambridge Analytica en los artículos de prensa entre marzo y septiembre de 2018 del diario francés “Le Figaro” pone de manifiesto que el acceso a los datos personales de los ciudadanos comunes es una realidad y el acontecimiento así lo evidencia. En el corpus de “Le Figaro”, el acusado se focaliza en Mark Zuckerberg, CEO de Facebook. El hecho nominado como escándalo se encuadra desde el punto de vista de las consecuencias económicas para la empresa Facebook, por sobre las consecuencias para los usuarios. Junto con lo anterior, una vez que el acusado es escuchado en audiencia, se abordan las consecuencias comunicacionales. En este mismo sentido, se denuncia la desconfianza hacia las promesas del acusado. Dicho de otro modo, la desconfianza ciudadana y el peligro que estas prácticas implican en la democracia, surgen en el relato, por tanto, afectan la imagen de la empresa, nuevamente en términos económicos y por sobre todo frente a la desaprobación de los inversionistas.

Asimismo, desde una enunciación testimonial, se tematiza la toma de conciencia por parte de los usuarios, lo que evidencia una emergencia de la discusión sobre los derechos ciudadanos en la era de internet por parte de los mismos usuarios. Junto con lo anterior, la puesta en funcionamiento de la nueva norma sobre datos personales aparece como hito fundamental, por tanto, funciona como la solución al problema. Sobre lo anterior, creemos necesario, por una parte, contrastar estos resultados con otros periódicos de líneas editoriales opuestas, con el fin de obtener una perspectiva más amplia del caso. Por otra parte, insistimos en la necesidad de estudiar esos fenómenos, relativamente recientes, sobre los usos de internet y las redes sociales vinculados con la protección de la vida privada en internet. Esto aseguraría el buen funcionamiento de la ciudadanía digital, entendida como la capacidad de vincularse de manera crítica con el entorno digital.

Referencias

- Arquembourg, J. (2011), *L'évènement et les médias. Les récits médiatiques des tsunamis et les débats publics*, Paris, Editions des Archives contemporaines.
- Barthelemy, M. y Quéré, L. (1991), *La mesure des événements publics: Structure des événements et formation de la conscience publique*. Rapport polycopié, Paris, ATP CNRS Communication et société.
- Benabou, V.-L., y Rochfeld, J. (2015). *À qui profite le clic?* Paris: Odile Jacob.
- Boltanski, L. (1990). *L'Amour et la Justice comme compétences. Trois essais de sociologie de l'action*. Paris: Métailié.
- Calabrese, L. (2007). «Quel(s) objet(s) de discours se dissimule(nt) sous la dénomination le voile?». Dans Cislaru, et al. *L'acte de nommer*. Paris: Presses Sorbonne Nouvelle, p. 135-148.
- Cardon, D. (2015), *À quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l'heure des big data*, Paris, Seuil, La République des idées.

- Cardon, D. et Casilli, A. (2015), *Qu'est-ce que le Digital Labor?* Bry-sur-Marne, INA Editions.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza editorial.
- Charaudeau, P. (2013): *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa.
- Charaudeau, P., y Maingueneau, D. (2002). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris: Éditions du Seuil.
- De Blic, D. et Lemieux C. (2005), « Le scandale comme épreuve: Éléments de sociologie pragmatique », *Politix*, 71, (3), 9-38.
- Entman, R. (1993). “Framing: toward clarification of a fractured paradigm”. *Journal of Communication*, 43, pp. 51-58.
- Goffman, E. (1991). *Les cadres de l'expérience*. Paris: Minit.
- Granjon, F. (2012), *Reconnaissance et usages d'internet. Une sociologie critique des pratiques de l'informatique connectée*, Paris, Presses des Mines.
- Granjon, F. (2018). “Mouvements sociaux, espaces publics et usages d'internet”. *Pouvoirs*, 164,(1), pp. 31-47.
- Han, B.CH. (2015). *Dans la nuée, réflexions sur le numérique*. Paris: Actes Sud.
- Krieg-Planque, A. (2014), *Analyser les discours institutionnels*, Paris, Armand Colin.
- Lemieux, C. (2007), « À quoi sert l'analyse des controverses? », *Mil neuf cent. Revue d'histoire intellectuelle*, vol. 25, no. 1: 191-212.
- Mattelart, A. (2009). *Un mundo vigilado*. Barcelona: Paidós.
- Moirand, S. (2004) “L'impossible clôture des corpus médiatiques: La mise au jour des observables entre catégorisation et contextualisation”. *Tranel*, (40), p. 71-92.
- Neveu, E. (2015). *Sociologie politique des problèmes publics*. Paris: Armand Colin.
- Neveu, E. et Quéré, L. (1996), « Présentation », *Réseaux, Le temps de l'événement II*, volume 14, n°76 : 5-7.
- Quéré, L. (2006). *Entre fait et sens, la dualité de l'événement*. *Réseaux*, no 139(5), 183-218.
- Rayman, D. (2015). “Chile: Vigilancia y derecho a la privacidad en internet”. *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 4 (1), pp. 187-232.
- Ricoeur, P. (1983), *Temps et récit I: L'intrigue et le récit historique*, Paris, Seuil, Coll. « Points ».
- Sierra Caballero, F., y Gravante, T. (2016). “Ciudadanía digital y acción colectiva en América Latina. Crítica de la mediación y apropiación social por los nuevos movimientos sociales”. *La Trama de la Comunicación*. V. 20, N°1, pp. 163-175.
- Smyrnaio, N. (2017), *Les GAFAM contre l'internet: une économie politique du numérique*. Bry-sur-Marne, INA Éditions.
- Thompson, J. (2001). *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Thompson, J. (2005), « La nouvelle visibilité », *Réseaux*, 2005/1 (n° 129-130): 59-87.
- Veniard, M. (2013). *La nomination des événements dans la presse*. Besançon: Presses universitaires de Franche-Comte.

2. Medios digitales y ciberciudadanía ambiental: análisis del Blog “noalacolosahorrorosa”¹

Carmen Marta – Lazo²

Miguel Ezequiel Badillo Mendoza³

Resumen

Se presentan resultados de la investigación; Medios digitales, acciones colectivas y consultas populares como manifestaciones de una ciberciudadanía contra la explotación minera en el proyecto la Colosa. Aplica un análisis de discurso sobre 235 publicaciones digitales y específicamente sobre el Blog “noalacolosahorrorosa”, a partir de una matriz categorial. Se concluye que el proceso es una demostración de la globalización, y que el Blog es una manifestación de ciberciudadanía ambiental, determinada por un proceso político definido y contrainformativo de gestión de conocimiento, con la implementación de repertorios de movilización y denuncias digitales en el marco de una ecología de medios, que integra lo análogo, lo virtual y procesos de intervención en escenarios situados.

Palabras clave: Ciberciudadanías, comunicación alternativa, minería, la Colosa, resistencia, movimientos sociales.

1. Proyecto financiado por la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, adscrito a la sublínea de investigación Comunicación, educación y tecnologías y al grupo de investigación Fisura, del programa de Comunicación Social.
2. Profesora Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Universidad de Zaragoza, España. Coordinadora del Grado de Periodismo y directora de Radio.Unizar.es Licenciada en Periodismo. Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Máster en Televisión Educativa, UCM. Máster en Radio (servicio público) por RNE y UCM. Especialista en Nuevas Tecnologías y Educación, UNED. Correo electrónico: cmarta@unizar.es
3. Docente Asistente Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD. Colombia. Magister en Comunicación Estratégica, Universidad Andina Simón Bolívar. Máster en comunicación y educación en la red: de soc. Inf a soc. Conoc., UNED. Doctor en Comunicación y educación en entornos Digitales, UNED. Líder Nacional de la Cadena de Formación en Comunicación Social. Correo electrónico: miguel.badillo@unad.edu.co

Digital media and environmental cyber-citizenship: analysis in the Blog “noalacolosahorrorosa”

Abstract

The results of the research, digital media, collective actions and popular consultations are presented as manifestations of a cybercitizen against mining exploitation in the Colosa project. It applies a discourse analysis on 235 digital publications and specifically on the Blog “noalacolosahorrorosa”, from a categorical matrix. It is concluded that the process is a demonstration of globalization and that the Blog is a manifestation of environmental cybercitizenship, determined by a defined and counterinformative political process, of knowledge management, with the implementation of mobilization repertoires and digital denunciations in the framework of a media ecology, that integrates the analogous, the virtual and intervention processes in situated scenarios.

Keywords: Cyberciudadanías, alternative communication, mining, the Colosa, resistance, social movements.

Introducción

La expresión “Hablar de minería es hablar de la historia de la humanidad”, de Jorge López Bain⁴, exministro de Minas de Chile, dimensiona la realidad de lo que esta práctica históricamente ha representado para la sociedad y su relación con el desarrollo, tesis ratificada por Armengot, Espí y Vásquez (2006) al determinar que la minería surge de la necesidad de recursos que cada civilización ha requerido para su progreso. Pero dicha perspectiva también contiene un lado B: el papel de la minería como agente de conflictos y motor de un capitalismo que históricamente instauró una ecuación y un modelo de crecimiento cuantitativo de “acumulación por desposesión” (Harvey, 2005).

En Colombia los conflictos mineros surgen desde el contacto con Europa y la leyenda de “El Dorado”, y encierra la implementación de un modelo de “economía de rapiña” y saqueo extractivista que inauguró en el siglo XV la minería a gran escala, representada en la destrucción social y de la naturaleza, en función de lógicas de acumulación económica, control político y social (Alimonda, H, 2011, P.11).

En el siglo XXI, básicamente la ecuación se ha radicalizado al localizarse en un sistema económico más globalizado, soportado por la tecnología, con mayores necesidades de recursos, políticas públicas débiles, discrepancias y choque de intereses entre los actores involucrados (Estado, sectores privados y comunidades). Machado (2013) plantea que el fortalecimiento de la industria extractiva en América Latina ha generado: transformaciones en la geografía regional a partir de las zonas de extracción y desarrollo de los proyectos mineros, modificaciones en las morfologías económicas de las regiones y desequilibrio en lo relacionado con el territorio, los derechos y la vida de los actores involucrados.

4. Ampliar información sobre este pronunciamiento en <http://panorama-minero.com/documentos/hablar-de-mineria-es-hablar-de-la-historia-de-la-humanidad/>

El sector minero en Colombia⁵ ha representado en promedio el 2.2% del PIB entre 2010 y 2015, aportando el 19.6% de las exportaciones y 16% de inversión extranjera directa. Documentos como el Plan Nacional para el desarrollo minero Visión 2019, el Plan de Desarrollo 2010-2014 “Prosperidad para todos”, con la estrategia la Locomotora minero-energética, y el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 “Todos por un nuevo país”, con la formulación de una única Política Minera Nacional, demuestran la necesidad y el interés del Estado por dinamizar la economía mediante el desarrollo y expansión de la minería.

Pero este lineamiento tuvo consecuencias. El CINEP (Centro de Investigación y Educación Popular) manifiesta que entre 2001 y 2011 se registraron 274 acciones sociales colectivas en contra de la exploración y explotación minera⁶. En su análisis se resalta que dichos conflictos no son nuevos, “sino que, comunidades étnicas, campesinas, ambientalistas han tenido la capacidad de poner en evidencia que existen otras formas de relación entre los seres humanos y la naturaleza”.

Uno de estos conflictos tuvo su origen en La Colosa, Cajamarca (Tolima) el cual inicia hacia 1999 cuando la empresa Sociedad Keshada-AngloGold Ashanti, inició exploraciones en la región. El proyecto se protocolizó en 2007, cuando el presidente de la república, Álvaro Uribe Vélez, dio la noticia que se había encontrado una de las 10 minas más grandes del mundo. En ese proceso, se descubrieron irregularidades en las concesiones de licencias, otorgamiento de concesiones en páramos e incumplimiento de la empresa AngloGold Ashanti (AGA) al realizar exploraciones en zonas de reserva forestal.

Un factor determinante en este proceso ha sido el manejo estratégico de la información sobre el proyecto en relación con la comunidad. La presencia y la realidad de la mina eran desconocidas por los ciudadanos quienes solo hasta la primera audiencia pública realizada en 2009 conocieron los detalles del proyecto, que comenzó inmediatamente a generar tensiones y a encontrar detractores en las organizaciones sociales. La empresa diseñó estrategias de relaciones públicas en medios de comunicación locales, además de financiar gremios, organizaciones, realizar donaciones, forzar a sus empleados contra los

5. Para mayores detalles sobre la reseña histórica de los procesos mineros en Colombia puede consultarse: <http://www.semana.com/nacion/articulo/la-fiebre-minera-apodero-colombia/246055-3>

6. Hubo protestas en casi todos los departamentos. El informe ‘Minería, conflictos sociales y violaciones de derechos humanos’, destaca, por ejemplo, que “a través de acciones sociales colectivas, comunidades indígenas y afrodescendientes de Putumayo, Vichada, Nariño, Antioquia, La Guajira, Boyacá, Casanare, Norte de Santander y Cauca, reclamaron su derecho al territorio, expoliado por la avanzada de la exploración y explotación petrolera (y de otros recursos naturales) y por la violación de sus derechos culturales: a la autonomía, la libre determinación, a la vida y a la supervivencia como pueblos, al consentimiento previo e informado”. Más información en <http://deslinde2011.blogspot.com/2012/10/colombia-informe-especial-sobre-mineria.html>

eventos de la comunidad y presionar judicialmente a las autoridades locales, además de la estigmatización y desprestigio de los opositores al proyecto minero.

La comunidad ha tenido un interés determinante, exigiendo el derecho a la información y a participar en las decisiones sobre su territorio. Ante el control y el silencio de la AGA y del Estado, medios alternativos, en especial en formatos digitales, comenzaron a generar flujos de comunicación directa con los habitantes y sectores sociales externos a la región; y apoyados por las redes sociales, comenzaron un trabajo intenso de difundir información relacionada con el proyecto con mensajes contrainformativos hacia los actores involucrados.

Un hito que marca el sentido y fortalecimiento ciudadano ha sido la realización de marchas, carnavales ambientales y consultas populares que se han propuesto para que el Estado, la AGA y los sectores pro mineros del país sean obligados a escuchar la opinión de las comunidades sobre el uso y futuro de sus territorios. Así, se han realizado consultas en el municipio de Piedras, en 2013, la Consulta Popular de Cajamarca en 2014, El Espinal en 2014, Consulta Popular en Ibagué, la cual ha tenido dificultades, pero cuyo proceso avanza, y en 2017 la consulta popular en Cajamarca⁷, procedimientos caracterizados por presiones, amenazas y barreras jurídicas a las autoridades municipales y departamentales para su aval.

“Desde esta perspectiva, se detecta que procesos como el sucedido en La Colosa no son simplemente acciones desligadas que aprovechan la potencialidad de Internet para difundir sus posiciones y denuncias políticas. Por el contrario, se configuran como síntomas de lo que está sucediendo en un nivel de mayor profundidad entre la relación sujetos e Internet, con una capacidad de movilidad, adaptación y mutación prodigiosa. En un escenario que figura como paralelo, Internet y la configuración de prácticas cotidianas, vistos desde un ámbito sociocultural y pensados desde la cibercultura, han llevado a que se localicen dichas formas de ser, de pensar, de manifestarse en el ciberespacio, con personalidad e identidad propias” (Badillo, M, Lazo, C, 2014, p, 240).

En este marco surge la ciberciudadanía como un fenómeno producto de la evolución en algunos casos o la metamorfosis, fruto de las alineaciones que poco a poco se han ido

7. En marzo 26 de 2017 se pudo llevar a cabo la consulta popular en Cajamarca sobre la Colosa. De acuerdo con la Registraduría 6.296 personas participaron de los comicios, y un 97% eligió la opción de rechazar las actividades mineras en su municipio. Como antecedente fundamental se tuvo que en 2016 la Corte Constitucional se pronunció y derogó el artículo 37 de la Ley 685 de 2001, con lo cual gobernadores, alcaldes y consejeros recuperaron la capacidad de oposición al desarrollo de los proyectos mineros. Como resultado de la consulta popular el proyecto de explotación minera de La Colosa fue suspendido por la empresa Anglo Gold Ashanti según comunicado en su página web el 28 de abril de 2017.

estableciendo en la dinámica sujeto-sociedad-tecnologías. El vertiginoso avance de los desarrollos tecnológicos, en especial los relacionados con la comunicación, ha generado una diáspora de procesos e incidencias en la vida de los seres humanos y la actual aceleración de la vida dificulta su consolidación.

Contrainformación y ciberciudadanía ambiental

La contrainformación y la ciberciudadanía ambiental se ubican en el contexto de la Sociedad del Conocimiento (S.C.), un metarrelato que reemplazó los paradigmas del modernismo, que mutaron a nuevos esquemas de control como lo es el desarrollo, representado en un pensamiento único, y el consumo como eje de acción y de interés, Brey, (2009), Mayos (2009), Charras (2002).

Pero la (S.C.) también generó una serie de dinámicas globales y permitió que a la par que transitaban la dominación y la exclusión, también circularan las motivaciones, las exclusiones, la rabia y la esperanza (Castells M. 2010). De esta forma, Internet se convirtió en campo de lucha de movimientos sociales que, si bien han tenido una amplia tradición histórica, con Internet consiguieron nuevas configuraciones Valderrama, C. (2008), Zibechi (2007). Así, la contrainformación logra mayores impactos y se beneficia de todo el sistema global, su filosofía y sus posibilidades, lo que genera que los movimientos sociales transformen sus estructuras, y los esquemas en red potencien todas las posibilidades de comunicación e información. Así, la comunicación se convierte en lo que León et al. (2005, p. 26) denominan un “espacio de disputa estratégico”.

De esta forma, se dio un paso al cristalizar una mirada de la contrainformación desde las prácticas sociales, y permitir la oscilación entre los modelos difusionistas y críticos, identificándose qué es un concepto intersectado. Así se conceptualiza que la contrainformación:

“Debe estudiarse como un proceso mixto, que utiliza relaciones con las diferentes perspectivas de la comunicación a nivel de: relaciones mutuales, donde se benefician de ambas, por ejemplo, en el caso de los enfoques funcionalistas o modelos matemáticos de la información, en los que la contrainformación utiliza los esquemas jerárquicos de información (emisor-medios-receptor), pero los adapta y los invierte; relaciones comensales, donde convive con otros enfoques, se mimetizan en ellos, se beneficia de sus planteamientos, pero no incide ni los modifica, como ha sido el caso del debate con la comunicación alternativa, comunicación para el cambio social y comunicación participativa; y relaciones parasitarias, donde la contrainformación tiene su sentido de existencia a partir de los modelos

difusionistas y hegemónicos de información, así la promulgación, implementación y fortalecimiento de estos modelos vigorizan las prácticas contrainformativas” (Badillo y Marta-Lazo: 2014, p, 39).

El desarrollo del concepto permitió establecer dos categorías que guiaron el estudio:

Temáticas contrainformativas: en su forma y contenido tienen una línea de “contra” y alternativo, pero se establecen en la esencia de la categoría comunicativa informativa. Operan desde la linealidad, abordan la comunicación desde la transmisión de información, se centran más en los mensajes y su circulación y remediación. Se ubican aquellos mensajes de denuncia, de crítica y ataque, y acciones como la distribución de contenidos.

Prácticas contrainformativas: establecidas en la categoría de lo comunicativo. Proceso en el cual se integra el discurso, una plataforma ideológica que se soporta en fuertes interacciones individuales y grupales sobre motivaciones que trascienden lo netamente informativo y que buscan generar sentido, y cuyo fin es la construcción y deconstrucción de lo social. Su esencia se conserva intacta, pero la base ideológica permite ensanchar y lograr dinamizar estrategias contrainformativas en el marco de lo relacional. Badillo, M. E. y Marta-Lazo, C. (2014, p, 40).

Ciberciudadanía ambiental

Hoy el mundo se dimensiona desde la Red, generando prácticas: gobierno electrónico, entretenimiento, ciencia, cotidianidad y comunidad, Martínez (2004), Palacios (2001), Criado, Ramilo y Salvador (2002), Finquelievich, Baumann y Jara (2001). Exclusiones e inequidad: evidenciando una diferenciación en la calidad del acceso a los dispositivos virtuales, Robinson (2005), Araya (2005). Discursos: a través de un entramado entre acciones, ideologías y poder que mediante Internet son cimientos sociales, Porras (2005). Analfabetismos: con la inclusión y el acceso definiendo niveles de conocimiento y uso, y ciudadanía sumándose a las crisis de la ciudadanía contemporánea, Ariza (2007), Bartolomé y Cabrera (2003), Rueda (2005), surge un ciberciudadano que se interrelaciona con otras representaciones y manifestaciones de ciudadanía a partir de la configuración y exigencia de derechos.

Sobre esa base, pensar un ciberciudadano ambiental es ingresar a una práctica, a un sustantivo, que se define como: *un sujeto en relación positiva con la naturaleza que se desenvuelve sobre una lógica ciberespacial.*

Una ciber ciudadanía ambiental contiene una capacidad de articular recursos, conceptos y prácticas sobre los beneficios que aporta la globalización en ese sentido. Los derechos de nueva generación demarcan aspectos que ya son de orden transnacional. Además, el ejercicio de lo global-local, soportado en Internet como principal actor, genera una gramática de formas y comportamientos en Red en pro de temas ambientales, que van desde la denuncia, las campañas de protección, la gestión política, hasta la educación y la información. La sociedad civil cada día verifica que estos conflictos no tienen frontera ni límites a nivel de los temas ambientales, y que las redes juegan un papel fundamental ya que son las bases sobre las cuales se organizan posteriormente escenarios de incidencia, como son las coaliciones y posteriormente los movimientos, estructuras que sobre la configuración de nodos, el uso de herramientas colaborativas propulsadas por las TIC e Internet, se conforman arquitecturas móviles y dinámicas donde lo primordial son los valores.

De esta forma, una ciber ciudadanía ambiental debe reflexionarse y partir de lo que Escobar considera fundamental para la articulación de estos procesos sociales en el ciberespacio: "Articular la densidad del lugar con la densidad de la información; activismo de tiempo real y tiempo local; «tele-allús» con culturas y cuerpos inmersos en lugares; culturas híbridas creadas en el ciberespacio y culturas híbridas locales." (Escobar, 1999, p. 361).

El surgimiento de una ciber ciudadanía ambiental se ancla en los repertorios de decisiones, en tanto incorpora la tecnología de la información como herramienta y la ha transformado en paradigma, en ideología. La Red ya no es sólo un espacio ni una plataforma de interconexión; hoy las redes son modelo organizativo y referente de organización social y política tanto para teóricos de la nueva economía como para movimientos de resistencia y acción global (Roig, 2006, p. 33).

Tomando las reflexiones de Escobar, una ciber ciudadanía ambiental requiere de la potencialización de los beneficios de la tecnología, pero también lo que denomina la "capacidad de política situada". Si bien el ciberespacio actúa en un olvido hacia el territorio, el tiempo y el espacio, los conflictos ambientales si los tienen y son específicos, con actores que, si bien pueden navegar y existir en la Red, vivencian y son afectados en sitios localizados.

Con ello se quiere decir que, no obstante la importancia de las ciberherramientas y culturas, mucho de lo que necesita ser cambiado depende de las relaciones de poder en el mundo real. Podríamos darle a cada mujer en el mundo -a cada grupo ecológico- una computadora y una cuenta en internet, y el mundo quizá se mantendría igual. Esto significa que la relación entre la cibercultura y el cambio político -como también entre el ciberespacio y las prácticas del lugar- debe ser construida políticamente (Escobar, 2007, p. 374).

Metodología

El objetivo principal de la investigación fue conocer si las prácticas contrainformativas en Internet realizadas en el marco del Proyecto Minero La Colosa, en Tolima, Colombia son manifestaciones de una ciber ciudadanía ambiental. Para su desarrollo se planteó un diseño de investigación de carácter exploratorio y descriptivo, orientado al estudio de caso tomando como referente el modelo Galeano (2007). Para ello se planteó la siguiente estructura.

Fase 1 Exploración: clasificación y selección de medios que difundieron información oficial y alternativa del proyecto, donde se analizaron 235 contenidos publicados en Internet.	
Descripción	Objetivo
<ul style="list-style-type: none"> Marco histórico referencial de la problemática. Selección de medios y contenidos. 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar un marco referencial del proceso de exploración y explotación en La Colosa. Identificar las prácticas de Contrainformación en los contenidos que circularon a través de medios digitales relacionados con el proyecto de minería a cielo abierto, La Colosa entre el 2009 y el 2018.
Técnica: Entrevista en profundidad e Investigación documental.	
Fase 2 Focalización: se seleccionaron dos medios que se consideraron trascendían la práctica informativa y postulaban procesos de comunicación contrainformativa, acción social, dinámicas educativas y fomentaban la movilización social.	
Descripción	Objetivo
Caracterización de medios y contenidos a través de variables. Valoración a partir de: <ul style="list-style-type: none"> Tendencias: Tipo de medios, Modalidades, Contexto comunicativo, Análisis de desarrollo, Frecuencia de publicación Clasificación: Temáticas contrainformativas, Prácticas contrainformativas 	Identificar las prácticas de Contrainformación en los contenidos que circularon a través de medios digitales relacionados con el proyecto de minería a cielo abierto, La Colosa entre el 2009 y el 2018.
Técnica: Entrevista en profundidad e Investigación documental.	
Fase 3 Profundización: se realizó un análisis a partir de una matriz categorial para identificar la práctica de ciber ciudadanía ambiental en los dos procesos seleccionados.	
Descripción	Objetivo
Análisis de contenido sobre casos seleccionados	Identificar las prácticas de Contrainformación en los contenidos que circularon a través de medios digitales relacionados con el proyecto de minería a cielo abierto, La Colosa entre el 2009 y el 2018.
Análisis manifestación de ciber ciudadanía ambiental	Caracterizar manifestaciones de ciber ciudadanía ambiental en las Prácticas de Contrainformación identificadas.
Técnica: Análisis de contenido	

Tabla 1. Diseño de la investigación - Fuente. Elaboración propia

El trabajo de campo se llevó a cabo entre 2009 y 2018, a través de una exploración en el buscador Google, revisión documental y entrevistas en profundidad. Se realizó una revisión de contenidos producidos sobre el proyecto minero La Colosa. Se trabajó una matriz que agrupó 235 medios analizados, permitiendo ubicar los datos de estos contenidos, de donde se seleccionaron el Blog noalacolosahorrorosa y el grupo en Facebook conciencia campesina, a partir del análisis sobre los conceptos, temáticas y prácticas contrainformativas.

Posteriormente se realizó el análisis de las dos experiencias seleccionadas. Para ello se diseñó una matriz que integraba las categorías de análisis de medios contrainformativos de López y Roig, (2004 y 2006): marco ideológico, agenda de conflicto, organización del trabajo y estructura comunicativa.

Este instrumento se complementó para el análisis de la ciberciudadanía ambiental con las categorías conceptuales: gestión ecológica, valores, opiniones, actitudes y comportamientos, apropiación tecnocientífica, ecología de medios y dinámica global-local, adaptadas de Valencia, Arias y Velásquez (2009).

El planteamiento se centra en dos componentes: valores y opiniones, direccionados a las motivaciones intrínsecas y las actitudes y comportamientos, donde los aspectos que determinan la presencia o ausencia de una ciberciudadanía ambiental se materializan en hechos y acciones.

Resultados

Acorde con el diseño de la investigación se presentan los resultados de las fases propuestas

Variable		Descripción	Indicador % de registros de la variable/ % de registros total	
Cantidad de medios	235	Descripción		
Tendencias	Tipos de medios	Páginas web	65%	Medio alto
		Blogs	14%	Bajo
		Emisoras virtuales	4%	Bajo
		Otros	7%	Bajo
	Modalidad	Medios alternativos	34%	Medio bajo
		Medios institucionales	32%	Medio bajo
		Medios masivos en versión digital	20%	Bajo
		Medios contra informativos	4%	Bajo
	Clasificación: para este proceso no se tienen en cuenta los medios institucionales, solo Medios alternativos, masivos y contrainformativos.	Temáticas contrainformativas	74%	Medio alto
		Prácticas contrainformativas	8%	Bajo
Otros		18%	Bajo	

Variable	Descripción		Indicador % de registros de la variable/ % de registros total	
	2009	18		Baja
Frecuencia publicación de medios alternativos, medios masivos y contrainformativos		Mayo	2	Baja
		Junio	3	Baja
		Julio	1	Baja
		Agosto	7	Media baja
		Septiembre	1	Baja
		Noviembre	4	Baja
	2010	21		baja
		Marzo	1	Baja
		Abril	1	Baja
		Mayo	4	Baja
		Junio	4	Baja
		Julio	5	Media
Septiembre		3	Baja	
Octubre		1	Baja	
	Noviembre	2	Baja	
2011	40		Media baja	
	Enero	2	Baja	
	Febrero	1	Baja	
	Marzo	3	Baja	
	Mayo	5	Baja	
	Junio	2	Baja	
	Julio	10	Media baja	
	Agosto	4	Baja	
	Septiembre	2	Baja	
	Octubre	6	Baja	
		Noviembre	1	Baja
		Diciembre	2	Baja
	2012	24		Baja
	Enero	1	Bajo	
	Febrero	4	Bajo	
	Marzo	1	Bajo	
	Abril	1	Bajo	
	Mayo	6	Medio bajo	
	Junio	2	Bajo	
	Julio	1	Bajo	
	Agosto	3	Bajo	
	Septiembre	1	Bajo	
	Octubre	3	Bajo	
		Noviembre	1	Bajo
2013	24		Baja	
	Enero	1	Bajo	
	Febrero	9	Medio bajo	
	Marzo	6	Medio bajo	
	Abril	1	Bajo	
	Mayo	2	Bajo	
	Junio	5	Bajo	

Variable	Descripción	Indicador % de registros de la variable/ % de registros total			
Frecuencia publicación de medios alternativos, medios masivos y contrainformativos	2014	Enero	7	Medio bajo	
		Febrero	1	Bajo	
		Marzo	4	Medio bajo	
		Abril	2	Bajo	
		Mayo	2	Bajo	
		Julio	2	Bajo	
		Septiembre	2	Bajo	
		Octubre	4	Bajo	
		Noviembre	3	Bajo	
		Diciembre	3	Bajo	
		2015	Enero	2	Bajo
			Febrero	3	Bajo
	Marzo		2	Bajo	
	2016	Enero	5	Bajo	
		Febrero	22	Medio alto	
		Marzo	8	Medio bajo	
		Abril	4	Bajo	
		Mayo	22	Medio alto	
		Junio	16	Medio alto	
		Julio	12	Medio bajo	
		Agosto	25	Medio alto	
		Septiembre	16	Medio alto	
		Octubre	16	Medio alto	
		Noviembre	14	Medio bajo	
		Diciembre	20	Medio alto	
	2017	Enero	9	Medio bajo	
		Febrero	7	Medio bajo	
		Marzo	79	Alto	
		Abril	33	Medio alto	
		Mayo	11	Medio bajo	
		Junio	15	Medio alto	
		Julio	10	Medio bajo	
		Agosto	8	Medio bajo	
		Septiembre	3	Bajo	
		Octubre	2	Bajo	
		Noviembre	2	Bajo	
		Diciembre	5	Bajo	
	2018	Enero	13	Medio bajo	
		Febrero	16	Medio alto	
		Marzo	24	Medio alto	
		Abril	20	Medio alto	
		Mayo	24	Medio alto	
		Junio	10	Medio bajo	
		Julio	21	Medio alto	
		Agosto	7	Medio bajo	
		Septiembre	10	Medio bajo	
		Octubre	18	Medio alto	
		Noviembre	6	Medio bajo	
Diciembre		8	Medio bajo		

Tabla 2. Fases de exploración y focalización de contenidos - Fuente elaboración propia¹⁶.

16. Un primer avance de la investigación utilizó una base de datos de la matriz presentada, la cual se puede verificar en (Badillo, M, Lazo, C, 2014, p, 47)



Foto de Negocios creado por rawpixel.com - www.freepik.es/

La tabla presenta las tendencias en tipos de medios donde sobresalen las páginas web con 65%, mostrando la predominancia de medios digitales en los procesos comunicativos. La modalidad en medios alternativos con 34% y medios institucionales con 32% muestra un estado similar en cuanto a la procedencia y la tensión al enfoque de los contenidos. La clasificación muestra una predominancia en temáticas contrainformativas con 74%, con lineamientos hacia información de denuncia, quejas, recirculación y no en procesos sólidos de contrainformación. Con relación a la frecuencia, se evidencian meses con picos de información que sobresalen en agosto de 2009; julio 2010 de; julio de 2011; mayo y marzo de 2012 y 2013; enero de 2014 y febrero de 2015, los cuales se caracterizan por flujos amplios de información, que se incrementan entre los años 2016, (meses de diciembre, agosto y febrero), y de manera crónica en 2018 (marzo y abril) donde se llegó al nivel más alto de publicación. A continuación, se detallan los aspectos principales de la fase de profundización; para el efecto se presentarán los resultados de una de las experiencias seleccionadas, en este caso el Blog noalacolosahorrorosa.

OBJETO DE ESTUDIO: Medios digitales, acciones colectivas y consultas populares como manifestaciones de una ciberciudadanía contra la explotación minera en el proyecto la Colosa.

UNIDAD DE MUESTREO: Blog NoalacolosaHorrorosa. <http://noalacolosa.blogspot.com.co/>
Subtítulo Anglo Gold Ashanti la peor empresa del mundo 2011 FUERA DE AQUÍ! NO A LA MINERÍA Y A MEGAPROYECTOS

FONDO: Imagen con el texto SI PARAMOS LA COLOSA PARAMOS CUALQUIER COSA

LABELS: ANGLO GOLD ASHANTI, NO, NO A LA COLOSA, no a la colosa horrorosa, NO A LA MEGAMINERÍA

UNIDAD DE REGISTRO:	Temas	Agua- enlace y promoción evento mundial Canto al Agua.	
	Modalidad de Títulos	22 MARZO CANTO AL AGUA 2013-EN CAUSA POR NUESTRAS AGUAS-DONDE SE VA A REALIZAR EN TODO EL MUNDO	Jueves 7 de marzo de 2013
		DIRECTOR DE COMUNICACIONES DE #ANGLOGOLDASHANTI SEÑALA A CAMPESINOS COMO GUERRILLEROS-¿NOS VAN A MATAR A TODOS?	Jueves 26 de febrero de 2013
		¡¡¡EL PUEBLO COLOMBIANO CONTRA LA ANGLOGOLD ASHANTI FUERA DE AQUÍ!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!- La minera planea construir allí una planta de procesamiento de oro Un pueblo que se opone a la Anglogold Ashanti Decenas de habitantes de Piedras (Tolima) buscan alternativas para impedir su llegada al municipio.- El Tiempo Arquímedes Ávila Rondón, alcalde de Piedras./ Tomada de Pacolco.org- Viviana Londoño Calle, <i>Espectador.com</i>	
		Friday, 8 February 2013 QUE VIVA DOIMA Y QUE VIVA COLOMBIA-FUERA ANGLOGOLD ASHANTI-NO AL A MINERÍA Doima declara a AngloGold Ashanti minera non grata	
		Tuesday, 29 January 2013 MULTINACIONAL - DESPIERTA AMÉRICA DESPIERTA!! GRACIAS MERO :D!!!	Jueves 29 de enero de 2013
		ANGLOGOLD ASHANTI - DESPIDO DE MAS DE 12000 EMPLEADOS Y MUERTE DE 40 PERSONAS EN MARIKANA SUDÁFRICA... LO QUE NOS ESPERA...	Miércoles 9 de enero de 2013
	Cantidad de registros	2015	31
		2014	20
		2013	58
	2011	82	
Frases:	ENTONCES VENGAN A MATARNOS A TODOS! SOMOS UN PUEBLO DE CAMPESINOS, ORGULLOSOS DE SERLO, Y DEFENDEREMOS NUESTRA TIERRA CON UÑAS Y DIENTES DE LA ANGLO GOLD ASHANTI, DEL GOBIERNO CORRUPTO Y DE CUALQUIER MULTINACIONAL EXTRANJERA QUE PRETENDA DESTRUIR NUESTRA TIERRA, PARAMOS, RÍOS, MONTAÑAS, MARES, SELVAS Y DESIERTOS.		
Imágenes	Avisos contrainformativos		
Videos	Videos en YouTube y enlazados a redes sociales		
Mapas	Un mapa de ubicación de los puntos de agua		
Firmas digitales	AVAAZ.org FIRMA PARA QUE PAREN LOS MEGAPROYECTOS Y CONCESIONES A EMPRESAS NACIONALES Y EXTRANJERAS		

UNIDAD DE CONTEXTO MEDIO	Blog	X
	Red social	
	Página web	
	Emisión: sociedad civil	Blog
CODIFICACIÓN	Presencia	El blog presenta una gama de dispositivos (textos, enlaces, imágenes, videos) Un marco ideológico definido y en evolución Una agenda del conflicto, un esquema de trabajo y una estructura comunicativa que denota una acción de un reportero activista y subjetividad.
	Ausencia	De productos multimediales a excepción de un hipertexto.
	Frecuencia	Alta, la producción informativa es constante a comparación de los otros medios y temáticas contra-informativas.
	Intensidad	Alta, se logran instantes densos de información, el apoyarse en la agenda ambiental, permite construir contenidos que hacen que haya una continuidad en textos y facilita el articularse con iniciativas y procesos internacionales.
CATEGORÍAS	Marco ideológico	La base ideológica del blog se centra en la emancipación y las luchas indígenas por sus derechos, territorio y cultura.
	Agenda de conflicto	El blog presenta una etapa inicial de rigidez y autoafirmación, con información de La Colosa, y de otra serie de problemáticas relacionadas con el petróleo y la minería. Eso se aprecia en la información del 2011, la cual incluye información sobre la explotación en Marmato, La Colosa, San Andrés, impactos de la minería en el medio ambiente, críticas al estado y rescate de información de los medios masivos. Posterior en el 2012 ya se puede evidenciar un paso a la etapa de Ampliación, la agenda se soporta en una estructura ideológica mucho más definida y un foco de acción y denuncia, disminuye la información tan general y se centra a hacer un seguimiento del proyecto de La Colosa y sus acciones periféricas, disminuye la información de los medios masivos para integrar textos de medios contra-informativos, se perfila una ideología soportada en la tradición indígena y el problema de La Colosa evoluciona hacia el tema del Agua. La agenda de protesta se articula con las celebraciones del medio ambiente. Esta agenda se dinamiza con una integración sólida de redes sociales en especial el Facebook y la construcción de hipertextos.
	Organización del trabajo	Es sólida la estructura desde el inicio del blog. La organización en red permite por ejemplo construir contenidos, profundizar en acciones, presentar evidencias (contratos, facturas), por ejemplo: http://noalacolosa.blogspot.com/search?updated-max=2012-12-26T13:51:00-08:00&max-results=7 o realizar análisis a partir de expertos, difundir eventos, rescatar textos de los medios masivos y recontextualizarlos, hay una articulación con las organizaciones ambientales y otras entidades promotoras de la acción colectiva (marchas, recolección de firmas), agentes de protesta como algunos miembros del estado en especial de partidos alternativos que han participado en el debate. Se denotan filtros que permiten tener una producción propia que no se encuentra en otros medios.
	Estructura comunicativa	Los textos del blog han presentado igual una evolución. En su inicio se contaba con información demasiado extensa, textos de cartas, temas políticos en su total extensión y conferencias. Luego se identifica una evolución en información más corta y dinámica, incluso hay un texto donde se experimenta la construcción de un hipertexto, como en el siguiente ejemplo: http://noalacolosa.blogspot.com/2013/02/que-viva-doima-y-que-viva-colombiafuera.html Se utiliza una especie de firma por parte del autor, Inca Ramírez, con frases directas, que complementan en ocasiones un sentido de denuncia más técnico y académico, como por ejemplo: ALERTA COLOMBIA!! TENEMOS EL ENEMIGO EN CASA Y TODO EL MUNDO MIRANDO REINAS Y FÚTBOL!! NO PASARÁN!! De acuerdo a Sara López, el blog presenta a su autor desde el sentido de un activista reportero, quien firma la mayor cantidad de los textos. Hay otros autores que son parte de los contenidos que se integran, que son posteados por el autor del blog, quien en ocasiones refuerza el mensaje con sus propias ideas y frases de cierre. Se notan filtros ideológicos en tanto se publica información del proyecto desde otros enfoques como por ejemplo el estado y de la empresa, pero con el fin de analizarlos y contrargumentar. Hay una práctica importante y es la construcción de avisos contrainformativos, que fortalecen visualmente e ideológicamente el blog, lo cual refuerza el último componente que es el de la objetividad, la cual es totalmente ausente y hay una constancia en todo sentido, así como se citó incluso en los post donde se rescata información de otros medios, al final está la firma con mensajes más directos de denuncia y de ataque.

<p>INFERENCIAS</p>	<p>Sistemas</p> <p>Estándares</p> <p>Índices</p> <p>Procesos Institucionales</p>	<p>De acuerdo al modelo de inferencias de Krippendorff (1990) citado por Abela (s.f.) se encuentra que el blog plantea un enfrentamiento entre dos sistemas sociales, políticos y culturales. La problemática de La Colosa se debe interpretar en este contexto desde un suprasistema como es la realidad de las culturas precolombinas en el país y sus luchas frente al despojo de la tierra y de la naturaleza por parte de las culturas occidentales. El sentido de denuncia es agresivo, es beligerante y se está en pie de ataque constante por ese motivo.</p> <p>Los estándares nos permiten verificar como no hay un equilibrio informativo, se encuentra en constante acción subjetiva. A nivel de forma, se presenta una evolución en la estructuración y dinámica de los contenidos adecuados a un medio digital.</p> <p>Se identifica una capacidad de crear contenidos e innovar, a partir de una lectura y contextualización de celebraciones ambientales en todo el planeta. El sentido de ataque continuo lleva a explorar en medios gráficos como son la construcción de avisos contrainformativos. El blog indica que ha recibió un total de 8326 visitas.</p> <p>El blog establece una relación directa con las áreas y acciones en contra el desarrollo, la invasión, el despojo, la guerra, desde ese ámbito se consolida como referente institucional ancestral y tradicional, es parte de la causa de muchos pueblos en el mundo.</p>
<p>GESTIÓN ECOLÓGICA VALORES, OPINIONES, ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS</p>	<p>Gestión ecológica</p> <p>Concepción del medio ambiente Conciencia de la problemática ambiental Participación cívica y Política Información ambiental</p>	<p>Se presenta algo fundamental en la concepción del medio ambiente y de la problemática ambiental en el proceso. La relación mentira-verdad. Este eje se considera una de las ideas principales del blog. Indicar cómo hay una historia real y otra que los promotores de la mina están planteando. Al evolucionar la protesta, el conflicto ha degenerado en asesinatos, descubrimiento de políticos y empresarios vinculados y, en el último, se presenta en mayúsculas, una posición social, política y cultural, un grito de rebeldía y de guerra, donde nuevamente se coloca en primer plano la esencia campesina de sus habitantes.</p>  <p>ENTONCES VENGAN A MATARNOS A TODOS! SOMOS UN PUEBLO DE CAMPESINOS, ORGULLOSOS DE SERLO, Y DEFENDEREMOS NUESTRA TIERRA CON UÑAS Y DIENTES DE LA ANGLO GOLD ASHANTI, DEL GOBIERNO CORRUPTO Y DE CUALQUIER MULTINACIONAL EXTRANJERA QUE PRETENDA DESTRUIR NUESTRA TIERRA, PARAMOS, RIOS, MONTAÑAS, MARES, SELVAS Y DESIERTOS.</p> <p>INDICAMOS QUE CUALQUIER DESAPARICIÓN DE CAMPESINOS, LÍDERES COMUNALES SERÁ POR CAUSA DE LA ANGLO GOLD ASHANTI, HARÁN COMO HACEN EN SUDAFRICA LOS IRAN MATANDO UNO A UNO, Y NI CREAN POR UN MOMENTO QUE NOS QUEDAREMOS CALLADOS!!</p> <p>Imágenes tomadas http://noalacolosa.blogspot.com/</p>
<p>APROPIACIÓN TECNOCIENTÍFICA</p>  <p>Imágenes tomadas http://noalacolosa.blogspot.com/</p>	<p>Apropiación de las TIC, trascendiendo escenarios de analogía, sustitución, asimilación para ubicarse en una fase de articulación.</p>	<p>Diseño de materiales contrainformativos</p> <p>La posición ideológica del blog noalacolosa horrorosa ha generado un uso de las herramientas del blog y de complementos como Facebook y en especial del twitter, en mayor medida. Al no ser la página web de una organización establecida, el blog opera como tal y se pueden ubicar tres escenarios: la denuncia, el apoyo a las acciones, (específicamente las marchas) y a las consultas populares. Para ello, se ha valido de herramientas digitales como las firmas y el sentido que genera, el cual no se identifica con un espacio o territorio específico. La articulación en el blog lo constituye el manejo de las entradas, el uso de los titulares, el pasar de una región a otra, el tener siempre un tema puntual y el uso de los recursos, como los hipertextos, genera esa sensación de encontrar muchos puntos y temas de la problemática, pero condensados y relacionados</p> <p>Apropiación tecnocientífica</p>

<p>ECOLOGÍA DE MEDIOS</p>	<p>La comunicación en proceso de interacción, no centrada en los dispositivos, las TIC en el marco de los procesos, donde lo virtual y material se articulan.</p>  <p>Imágenes tomadas http://noalacolosa.blogspot.com/</p>	<p>La comunicación en proceso de interacción, no centrada en los dispositivos, las TIC donde lo virtual y material se articulan. En ese sentido, se identifica un uso del blog básicamente para denunciar y generar acciones como la recolección de firmas. Hay una visión ecológica en tanto se articulan diversidad de opciones de información, las cuales se utilizan para reforzar contenidos, recircular información y divulgar sus propios mensajes. Se encuentra una experiencia que podría potencializarse en otros frentes y es cuando se desarrolla el proceso del Canto al Agua.</p> <h1>Ecología de medios</h1>
<p>DINÁMICA GLOBAL-LOCAL</p>	<p>Apropiación de los beneficios de la globalización, trascendencia de las fronteras de los conflictos.</p> <h1>Dinámica global-local</h1>	 <p>Imagen tomada de: enlace del blog a @realgapa</p> <p>Este componente de la ciberciudadanía presenta aspectos donde el conflicto de La Colosa se globaliza en cuanto a la región, así, aparecen los municipios, las veredas y avanza a integrar otros lugares del país donde se evidencian situaciones de conflicto minero y campesino. En estas regiones los casos seleccionados apoyan con información y denuncia las acciones de "política situada" y son actores fuertes en los procesos que se han planteado: denuncia, marchas y consultas populares.</p>

Tabla 3. Fase de profundización, matriz categorial del Blog noalacolosaahorrerosa. Fuente: Elaboración propia¹⁷

17. Un avance de esta tabla se socializó en Badillo, M. 2014.

La tabla presenta el análisis del Blog, donde se evidencia que es un medio digital con una tendencia a la práctica contrainformativa, al denotar un compromiso conceptual, ideológico y de acción en procesos específicos. La estructura gráfica y de textos son mensajes que incluso sacrifican la organización semántica para enfatizar el mensaje, uso de mayúsculas sostenidas y un acompañamiento continuo de enlaces y hashtags para conectar contenidos puntuales. Las categorías presentan una base ideológica que sostiene el producto, una evolución que traduce una agenda del conflicto acorde con los avances de la problemática y una conexión con otros fenómenos globales de riesgo hacia el medio ambiente. La organización del trabajo tiende a emitir las denuncias, los ataques, y a profundizar en sus contenidos, y la estructura comunicativa está centrada en un activismo continuo así como en sistemas de información y gráficas contrainformativas.

Discusión

Las manifestaciones de ciberciudadanía ambiental en el proyecto minero La Colosa, a través del medio digital analizado, se pueden evidenciar en:

La gestión ecológica, valores, opiniones, actitudes y comportamientos. La concepción del medio ambiente que se encuentra en el Blog tiene una esencia fundada en que la región de La Colosa posee una tradición artesanal de la agricultura y la minería, basada en el uso de la naturaleza para un desarrollo controlado y donde cada campesino produce para su consumo y comercialización a escala baja, no hay procesos de gran industria en este sector. Por otro lado, hay una presencia muy fuerte de personas que han emigrado por oportunidades de trabajo, en especial de zonas como Cundinamarca y Boyacá, quienes conocen la realidad y las consecuencias de estos proyectos de explotación minera. Hay referencias sobre la importancia de los recursos naturales, de la vida, de la esencia de la tierra, toda muy marcada por las culturas precolombinas. Frente a este panorama, la consciencia de los líderes de estos procesos contrainformativos es contundente, hay claridad en que se debe luchar contra la empresa Anglogold Ashanti, en la manipulación del Estado, los intereses creados, el silencio y la negación de los medios masivos y en una sociedad que no dimensiona el impacto del proyecto La Colosa.

Todo esto se transversaliza con una serie de acciones políticas, construcción de redes nacionales e internacionales, conformación de asociaciones y una articulación en el trabajo con las distintas comunidades de la región. La visión política del proceso conlleva que la realización de las consultas populares haya generado debates y discusión frente a los órganos de control, enfrentamientos entre los dirigentes locales que avalan las consultas y los instrumentos del Estado que consideran que éstas no son legales.

La Colosa ha situado el ejercicio de la comunidad manifestándose en el marco de la Constitución Política de Colombia, pero también convirtiendo escenarios de lucha con eventos como las marchas campesinas. Los sujetos participantes se ubican entre los campesinos, quienes manifiestan de forma muy sencilla su situación, realidad y percepción de los eventos, ligados a una presencia y discurso mucho más elaborado por parte de otros actores tales como docentes, universitarios, expertos, miembros de organizaciones, políticos y miembros de la sociedad civil que tienen participación activa en las acciones o simplemente manifiestan su descontento, figurando en los eventos masivos o a través de los medios digitales y redes sociales.

En relación con la información, la producción del sentido comunicativo es netamente local; allí se construye, se produce y se distribuye. Los medios analizados son usados por la información que emerge y que se “cuelga”, con el objetivo de hacer visibles hechos que los medios masivos no hacen. Como ya se ha descrito, cada medio tiene un perfil y sobre éste se busca crear alianzas, coaliciones, afinidad, apoyos nacionales e internacionales, afectar la imagen pública de la empresa y de los representantes del Estado y ser promotor de contenidos propios y/o externos. Como se señaló en la teoría, el enfrentamiento es doble, la contrainformación surge contra el proyecto minero, pero también contra el esquema comunicativo imperante, en especial el de los medios masivos nacionales.

Otra manifestación consiste en la apropiación de las TIC, la cual, si bien es clave en el ejercicio, debe dimensionarse mucho más. Se actúa, se usa, se apropia, pero debe avanzar. Los dispositivos tecnológicos están disponibles, pero es necesaria una visión estratégica que los ubique con un objetivo, con una meta proactiva, no reactiva. Los medios usados y estudiados logran parcialmente definir una agenda propia.

Estos dos escenarios deben construirse desde una Ecología de la comunicación, una agenda, un marco estratégico, que se sustenta en la base política y sociocultural que soportan los años de lucha; ¿qué se puede construir a partir de interacciones más pensadas y proyectadas?

Todo este proceso abre un interrogante: ¿es necesario que entre dichas líneas se avance en una dinámica que posibilite analizar la realidad, la intervención de los medios y los procesos de formación en la comunidad, de forma que se acompañe y se logre una plataforma de conceptos, prácticas y acciones con mayores posibilidades de sostenimiento?

Procesos como los vividos en la Colosa dependen del empoderamiento social y esto solo se logra modificando radicalmente las formas de comunicación, ya hay un avance al conseguir movilizar sistemas de comunicación contrainformativos desde 2008 y penetrar

los sistemas educativos. En este punto, la comunicación, la formación ciudadana, y en especial la educomunicación, juegan un importante papel y se plantea un reto determinante. Tradicionalmente, el Estado ha manejado la educación y la formación ciudadana con un tinte ideológico. En Colombia, cada partido político o presidente delinea en la educación su pensamiento sobre el ciudadano que se debería formar. En teoría, con la Constitución de 1991 se plantearon derroteros más abiertos, pero con bajos niveles de inclusión en cuanto a la reflexión cultural y social de la ciudadanía. La educación debe, en este sentido, atender al contexto sociopolítico.

Por ello, adoptar estrategias de comunicación y educomunicación es fundamental para que el activismo logre el empoderamiento que trascienda los alcances de las estrategias. En cada marcha se reportan miles de personas que protestan, cantidad de flujos de información por todo el mundo, ¿pero al otro día?...

De esta forma, las organizaciones y los sistemas de información y comunicación deben trascender y generar un empoderamiento a través de estrategias de educomunicación, que permitan:

- La alfabetización, ya que el conflicto ha tenido un soporte en la negación y difusión de contenidos confusos, donde la verdad no es evidente, hay bombardeo informativo y distorsión.
- Construcción de contenidos propios, lo cual debe equilibrarse con la difusión y el activismo. Esto permite consolidar y dar una identidad comunicativa.
- Formación de agentes en cuanto a criterios de manejo de información, construcción de contenidos, medios y necesidades locales.

Conclusiones

El Blog “NoalaColosaHorrorosa” presenta un compromiso, una continuidad en la generación de contenidos soportados en su ideología: la tradición precolombina y las luchas campesinas por temas como la distribución de la tierra y los recursos naturales, es importante recordar que la minería detona y acoge diversidad de conflictos históricos.

En esa línea, se concibe que el conocimiento, la Sociedad del Conocimiento que tanto se ha ilustrado, incide totalmente en la relación entre el hombre y la naturaleza. De esta forma, la crisis ambiental ha generado una dinámica comunitaria global a par-

tir de los ámbitos y los sucesos en lo local. Los problemas ambientales se evidencian en lo micro y lo macro, y el despertar de una conciencia, en especial detonada por los movimientos sociales, han consolidado un activismo y un concepto transnacional. Son de uno y de todos.

Estas actuaciones han sido referentes muy sólidos de lo que es una nueva ciudadanía y un enfoque de la ciberciudadanía. Lo ambiental ha colocado en tensión la ciudadanía tradicional, ha despedazado los referentes tradicionales de Estado y Nación, de territorio, y los sujetos ante la crisis ambiental son ciudadanos del mundo, con interés en la preservación de la naturaleza, en el emerger y movilizar valores y reflexiones sobre derechos y deberes, y aún más, sobre la concepción misma del sujeto, validándose desde la ética y los principios.

Un ciberciudadano ambiental es una categoría conceptual que debe desligarse de sus bases, en tanto es un concepto tensionante y emergente. Así, debe trabajarse en conceptualizar su evidencia y no limitarse a plantearse lo que no es o de dónde proviene. Se traza una línea conceptual, que nos lleva a considerar que un ciberciudadano ambiental es *un sujeto en relación positiva con la naturaleza que se desenvuelve en una lógica ciberespacial*.

Una relación positiva con la naturaleza, donde los conflictos deben considerar una nueva visión, una posición desde la cultura que los comprenda no como simples acciones y signos, sino que hay trasfondos de mayor profundidad que se soportan en procesos culturales; este sujeto es un ciudadano en movimiento, no estático, ni limitado a exigir y criticar.

Y con una lógica ciberespacial, acorde con lo que se ha descrito, se propone que esta lógica sea consciente y establezca los flujos y las acciones entre lo local y lo global. Que permita una comunicación que políticamente dirige el comportamiento y el sentido entre lo que sucede y cómo se desenvuelven los conflictos en lo micro pero con la certeza de que el ciberespacio, como escenario cultural, se construye en una amalgama entre tecnología y humanidad.

Así, la ciberciudadanía ambiental enriquece posiciones como las que plantean Domínguez y Álvarez (2012) sobre la presencia social híbrida, sobre relaciones físicas atadas por un ejercicio de lo político, lo social y lo cultural en formas oscilatorias, que van y vienen entre lo *online* y lo *offline*.

Referencias

- Alimonda, H. (2011). La Naturaleza colonizada. Ecología política y minería en América Latina. Buenos Aires: CLACSO
- Araya, R. (2005). Internet, política y ciudadanía. *Nueva Sociedad*. Enero- febrero, 195, p. 56-71.
- Ariza, A. (2007). Democracias, ciudadanía y formación ciudadana. Una aproximación. *Revista de Estudios Sociales*. No. 27, p. 150-163
- Armengot, J, Espí, J, Vásquez, F. (2006) Orígenes y desarrollo de la minería. *Industria y minería*. No. 365
- Badillo, M. E. y Marta-Lazo, C. (2014). Análisis de la contrainformación en Internet relacionada con la minería: estudio de caso proyecto La Colosa, Tolima (Colombia). *Revista Eleuthera*, 11, 31-53.
- Badillo, M.; Marta-Lazo, C. (2014) Ciberciudadanía y minería: lineamientos conceptuales y prácticas, caso La Colosa, Tolima, Colombia *Entramado*, vol. 10, núm. 2, julio-diciembre, pp. 238-249 Universidad Libre Cali, Colombia.
- Badillo, M. (2014). Contrainformación y minería a cielo abierto. Estudio de caso en el proyecto la colosa, Tolima (Colombia). Ponencia presentada en el Congreso ALAIC 2014 Pontificia Universidad Católica del Perú: Lima.
- Bartolomé, M. y Cabrera, F. (2003). Sociedad multicultural y ciudadanía: hacia una sociedad y ciudadanía interculturales. *Revista de educación*. p. 33-56.
- Brey, A., Innerarity, D. y Mayos, G. (2009). La Sociedad de la Ignorancia y otros ensayos. Barcelona: Libros infonomía.
- Blog Noalacolosahorrorosa. [en línea], disponible en: <http://noalacolosa.blogspot.com.co/>
- Castells, M. 2010). La dimensión cultural de internet. *UOC*. [en línea], disponible en: <http://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502.html> recuperado: 15 de febrero 2015.
- CINEP. (2012). Minería, conflictos sociales y violación de derechos humanos en Colombia. Recuperado el 16 de octubre de 2015. Disponible en: http://www.alainet.org/images/IE_CINEP_octubre_2012.pdf
- Colombian Solidarity Campaign. (2013). *La Colosa: Una Muerte Anunciada. Informe Alternativo acerca del proyecto de Minería de Oro de AngloGold Ashanti en Cajamarca, Tolima, Colombia*. BM Colombia Solidarity Campaign: Londres
- Criado, J., Ramilo, M. y Salvador, M. (2002). La necesidad de Teoría(s) sobre Gobierno Electrónico. Una propuesta integradora. XVI Concurso de Ensayos y Monografías del CLAD sobre Reforma del Estado y modernización de la Administración Pública. CLAD: Venezuela.
- De Charras, D. (2002). Sociedad de la Información y Nueva economía: una revisión crítica. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires
- Domínguez, A y Álvarez, J. (2012). Redes sociales y espacios universitarios. Conocimien-

- to e innovación abierta en el espacio iberoamericano del conocimiento. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*. Vol. 9, n.º 1, p.p. 51-64. Recuperado el 20 de septiembre de 2015. Disponible en: <http://www.raco.cat/index.php/Rusc/article/viewFile/249883/334369>
- Escobar, A. (1999). *El final del salvaje. Naturaleza, cultura y política en la antropología contemporánea*. Bogotá D.C.: Instituto Colombiano de Antropología/CEREC.
- Escobar, A. (2007). *La invención del tercer mundo. Construcción y deconstrucción del desarrollo*. Venezuela: Fundación editorial el Perro y la Rana
- Finkelievich, S, Baumann, P. y Jara, A. (2001) *Nuevos Paradigmas de Participación ciudadana a través de las tecnologías de información y comunicación*. Argentina: Instituto de investigaciones Gino Germani.
- Galeano, M. (2007). *Estrategias de investigación social cualitativa*. Medellín: La Carreta Editores.
- Harvey, D. (2005). El “nuevo” imperialismo : acumulación por desposesión. Buenos Aires: CLACSO
- León, O., Burch, S. y Tamayo G. (2005). *Movimientos y Comunicación. Agencia Latinoamericana de Información*. Quito: ALAI.
- López, M. S. y Roig, D. G. (2004). Del tam-tam al doble click. Una historia conceptual de la Contrainformación. Recuperado el 18 de junio de 2014. Disponible en: <http://info.nodo50.org/Del-tam-tam-al-doble-click-una.html>
- Machado, H. (2013). Extractivismo y “Consenso Social”: Expropiación – consumo y fabricación de subjetividades (capitalistas) en contextos neocoloniales. *Revista Cuestiones de Población y Sociedad*. Vol. 3, N°3, Año II.
- Martínez, G. (2004). Internet y ciudadanía global: procesos de producción de representaciones sociales de ciudadanía en tiempos de globalización. En: *Coloquio Internacional “Políticas de ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización”* Organizado por el programa Globalización, cultura y transformaciones sociales, Caracas.
- Palacios, R. (2001) Democracia digital y ciudadanía de la política: problemas y desafíos. *Sala de prensa*. Vol. II.
- Porrás, J. (2005). Internet y las nuevas oportunidades para la deliberación pública en los espacios locales. *Nueva Sociedad*. 195, p. 102-116.
- Robinson, S. (2005). Reflexiones sobre la inclusión digital. Internet y las nuevas oportunidades para la deliberación pública en los espacios locales. *Nueva Sociedad*. Enero- febrero. 195, p. 127-140.
- Roig, G. (2006) ¿Por qué un “medio alternativo” es un medio alternativo?. *Revista Éxodo*. Recuperado el agosto 8 de 2015. Disponible en: http://www.nodo50.org/lecturas/html/medios_alternativos.htm
- Rueda, R. (2005). Apropiación social de las tecnologías de la información: Ciberciudadanías emergentes. *Tecnología y comunicación educativas*. 41. Recuperado el 18 de octubre de 2014. Disponible en: <http://investigacion.ilce.edu.mx/stx.asp?id=2335>

- Valderrama, C. (2008). Movimientos sociales: TIC y prácticas políticas. *Revista Nómadas*. 28, 94-101.
- Valencia, A; Arias, M y Vásquez, R. (2009). *Ciudadanía y conciencia medioambiental en España*. Opiniones y Actitudes. España: CIS
- Zibechi, R. (2007). Los movimientos sociales como sujetos de la comunicación. *América Latina en Movimiento*. Recuperado el 20 agosto 2015. Disponible en: <http://alainet.org/resultadobusq.php?page=recherche&cx=001315171428976469354%3A07kj9nrjtbi&cof=FORID%3A9&ie=UTF-8&q=Los+movimientos+sociales+como+sujetos+de+la+comunicaci%C3%B3n&sa=Buscar&siteurl=http%3A%2F%2Falainet.org%2Fpublica%2Frevista.phtml>

3. Los pasos de la memoria en tiempos de la ciudadanía digital

Harvey Murcia¹
Jenny Juliana Jiménez Rodríguez²

Resumen

Este capítulo busca mostrar el modo en el que las mutaciones tecnológicas y el paso hacia lo digital han transformado los modos de producción de memoria y de ejercicio de la ciudadanía. Partiendo de la idea de las transformaciones de la percepción y los modos de leer el mundo, buscamos reflexionar sobre las implicaciones de habitar un mundo en el que las certezas de la modernidad parecen ya no estar presentes y donde la construcción del sujeto pasa por nuevas formas de circulación y apropiación de los signos. No pretendemos aquí dar una respuesta definitiva a los modos de producción de la subjetividad contemporánea sino, más bien, abrir el espacio para hacer preguntas que nos permitan comprender nuestro presente.

Palabras claves: memoria, ciudadanía, digitalización, imagen, medios de comunicación.

1. Lingüista, y Magíster en Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana. Actualmente es director de la Escuela de Comunicación, Artes visuales y Digitales de la Facultad de Sociedad, Cultura y Creatividad del Politécnico Grancolombiano. Correo electrónico: hmurciaq@poligran.edu.co.
2. Profesional en Estudios Literarios y Magíster en Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana. Actualmente es docente e investigadora de la Facultad de Sociedad, Cultura y Creatividad del Politécnico Grancolombiano. Correo electrónico: jjrodriguez@poligran.edu.co

Abstract

This chapter seeks to show the way in which technological mutations and the move towards digital have transformed the modes of production of memory and exercise of citizenship. Starting from the idea of the transformations of perception and ways of reading the world, we seek to reflect on the implications of inhabiting a world in which the certainties of modernity seem no longer present and where the construction of the subject passes through new forms of circulation and appropriation of signs. We do not intend here to give a definitive answer to the modes of production of contemporary subjectivity but, rather, to open the space to ask questions that allow us to understand our present.

Keywords: memory, citizenship, digitization, image, media

Las mutaciones tecnológicas de la experiencia

La digitalización ha traído consigo numerosos cambios en las formas mismas de la percepción. Como lo intuyeran Benjamin (Benjamin, 2007, 2010) y McLuhan (2002) con las ideas de *sensorium* y *medio*, lo clave en el momento de pensar la evolución de las técnicas tiene poco que ver con los aparatos y mucho más con el modo en el que estos afectan la manera de comprender la realidad (Roncallo-Dow, 2012a). Esto fue lo que los llevó a pensar, en el caso de Benjamin en el cine y la fotografía y, con McLuhan nos adentramos en el modo en el que la electricidad trajo una visión implosiva del espacio y el tiempo. Hoy parecemos estar frente a un cambio que, si bien puede y debe ubicarse dentro del mundo eléctrico de McLuhan, ha transformado la percepción y con ella nuestras formas de memoria. Hablamos de la digitalización que, entonces, no implica simplemente una mutación en los soportes sino principalmente un cambio en la legibilidad de la realidad (Blumenberg, 2003).

Siguiendo esta línea de reflexión, Diogo y Sibilía (2017) sostienen que

[en] un mundo en el cual el cambio es la única constante, usar, disfrutar, probar y después descartar la mayor cantidad de cosas posibles puede ser una prueba de riqueza y sagacidad. No sorprende que esa misma lógica se aplique, inclusive, a las fotografías de la propia vida

En esta afirmación parece estar uno de los grandes principios que rigen las formas del ser, el estar y el actuar en el mundo hoy día, en virtud de la permeabilidad de las tecnologías e Internet. Vivimos, o mejor, transitamos vertiginosamente, entre dimensiones actuales y virtuales en las que proliferan servicios y herramientas digitales que atraviesan todos los ámbitos de la sociedad: el político, el económico, el educativo, el artístico, el del ocio, el de las relaciones personales, etc. (Piscitelli, 2002). La forma como nos desenvolvemos en los diferentes contextos está cada vez más subordinada a esa dinámica de usar, disfrutar, probar y descartar, en tanto constituye uno de los nuevos valores en la que Castells (Castells, 2005; Castells & Gimeno, 2004) llamara Sociedad Red, que marcó un cambio decisivo en la ecología mediática contemporánea (Roncallo-Dow & Scolari, 2016; Carlos Scolari, 2008, 2012; Carlos Scolari, 2015).

Si bien hoy día una gran cantidad de dinámicas sociales están mediadas por lo tecnológico (¿tal vez la mayoría?), las lógicas del ser, estar y actuar no se dan exclusivamente en un entorno virtual, sino que, de hecho, responden a una simbiosis en la que las experiencias se configuran sin límites claros entre lo público y lo privado, lo físico y lo virtual, tal como lo afirma Sibilía (2005):

Tanto la definición como el uso de los espacios sufren alteraciones en función de ese procesamiento digital, que diluye la clásica oposición entre las esferas pública y privada.

Las subjetividades y los cuerpos contemporáneos se ven afectados por las tecnologías de la virtualidad, y por los nuevos modos que inauguran de entender y vivenciar los límites espaciotemporales que estas tecnologías inauguran (p. 68).

En este punto es importante recordar la reflexión realizada por Eliseo Verón, quien propone que las prácticas que realiza el hombre no pueden ser y entenderse separadas de la tecnología, puesto que, al ser inherentes a su naturaleza, modelan y desarrollan dinámicas y saberes de acuerdo con el subtexto histórico en el que se encuentran. Así, el concepto de “medios designa los usos de las sucesivas tecnologías de comunicación, tal como estos usos se estabilizaron a lo largo de la historia” (Verón, 1996), estableciendo para el individuo otras relaciones con el tiempo, con el espacio y con él mismo.

Y justamente esa necesidad permanente por ajustarnos y amoldarnos a unas nuevas configuraciones del tiempo y el espacio, se evidencia a través de la renovación constante de los ejercicios de la ciudadanía (Fuchs, 2016), los cuales deben adaptarse social y comunicativamente para hacer frente a los movimientos telúricos, casi continuos e incesantes, en lo político, lo económico (Gómez & Bohórquez, 2018), lo medioambiental (Pellegrini, Puente, & Grassau, 2015), lo estético (Roncallo-Dow, 2012b), etc.

Estos tiempos, y hablamos en plural porque la categoría de tiempo parece atomizarse y resulta difícil enmarcarse en una época o en una era cuando el cambio es la única constante, se caracterizan por demandar de los individuos unas altísimas competencias de adaptabilidad en diferentes entornos (Anton, 2016; Logan, 2010; McLuhan, 1967, 1996; McLuhan & Fiore, 2005), sin embargo, las velocidades propias de la convergencia de medios, contenidos, lenguajes, etc. sobrepasan muchas veces las capacidades corporales, intelectuales y emocionales de los sujetos. De ahí que la experiencia, y la asimilación y recuperación de esta se convierta en un proceso sumamente aglomerado, donde la lógica del usar, disfrutar, probar y descartar en el menor tiempo posible, asimila las prácticas de producción, circulación y consumo (Žižek, 2009). “Más allá de “virtualizar” los cuerpos extendiendo su capacidad de acción por el espacio global, la convergencia digital de todos los datos y tecnologías también amplía al infinito las posibilidades de rastreo y colonización de las pequeñas prácticas cotidianas” (Sibilia, 2005, p. 66). Prácticas que desbordan cada vez más los escenarios de la intimidad y transitan lo público haciendo de estas un asunto de la colectividad.

Precisamente en esta colectividad es que aparece el quehacer ciudadano, la participación democrática y los sentidos que se ciernen sobre ella, los cuales no pueden ser pensados fuera de los márgenes de las tecnologías (Ihde, 1990, 2005; Mitcham, 1989); las posibilidades de tejer y fortalecer la sociedad civil están ligadas a las competencias

tecnológicas como facilitadoras de lenguajes que permiten la constitución del sujeto como ser político, tal como lo entendía Hannah Arendt (1997), es decir, en tanto actúa de forma concertada con sus semejantes. Este nuevo ciudadano debería estar en capacidad de “utilizar las tecnologías de la información y la comunicación para cuestiones relacionadas con la defensa de sus deberes y derechos tanto políticos como sociales” (Robles, 2009, p.36). Sin embargo, esta cuestión abre un espectro amplísimo de reflexión con relación al marco ético, estético y cultural dentro del cual se hace uso de las tecnologías en el contexto planteado.

De manera pues, que hoy estamos frente a otras formas culturales de estar en el mundo, las cuales trastocan radicalmente el entramado social con el que se alimentan las subjetividades; entonces, las formas de habitar y los tiempos en los que transcurren las acciones, al estar mediados por las tecnologías, proponen pragmáticas y performatividades que son difíciles de fijar, fugaces; condensando las dinámicas de producción, circulación y consumo que están afectando las ciudadanías, sus prácticas y las narrativizaciones de la vida cotidiana (Lipovestky & Serroy, 2015; Mason, 2017; Zuboff, 2019).

¿Pero por qué pensar y hablar sobre la narrativización de la vida cotidiana? Precisamente porque habitar esgrime un ejercicio propio de la condición cultural: mediatizar lo vivido, como bien lo expone Maldonado (2007)

«Habitar», dijo Benjamin, «es dejar huellas», y las huellas son el sello de la memoria. Como se ha dicho en más de una ocasión, en el mundo occidental la acumulación de objetos vistos como huellas representa uno de los principales medios de definición del propio espacio y de la propia identidad.” (p.174)

Así, se podría explicar cómo el proceso del habitar en el tiempo y dejar huella, como lo propone Benjamin, es “necesariamente mediado en todos sus niveles, desde lo micro hasta lo macro, simplemente porque el sentido solo puede circular materializado” (Verón 2013, p. 45), fijado en virtud de alguna técnica propia del momento histórico, siendo consustancial no sólo a las narrativas sino al habitar en sí. Entonces, se delinea una manera particular del dejar huella, que se articula a las dinámicas de producción, circulación y consumo desde la materialización técnica que determina el habitar y las maneras de hacer de la experiencia un relato (Bhabha, 1990).

Estas prácticas hacia las cuales vamos apuntando, son claramente de orden comunicativo, específicamente las que involucran al ciudadano en su configuración digital, asumiendo un rol y unas responsabilidades frente a ciertos procesos de comunicación que sostienen la memoria y posibilitan actos de recordación de la experiencia mediante la na-

rración. Afirma Walter Benjamin al referirse a este proceso: “La rememoración complementa la ‘vivencia’. En ella se precipita la creciente autoalienación del hombre, que hace inventario de todo su pasado como capital ya sin valor. La reliquia procede del cadáver, rememoración de la experiencia ya difunta que, eufemísticamente, se llama vivencia”. (Benjamin, 2008) Si bien las experiencias son una secuencia permanente de acontecimientos que van expirando a cada instante y yacen muertas en el pasado, estas adquieren el nivel o la categoría de vivencias con la rememoración a través de la narración.

Podemos afirmar entonces, que las prácticas de memoria cumplen pues una función inherente en la construcción del individuo, en la medida que le permite reconocerse de manera tridimensional, en tanto lo que fue, es y será. De modo pues que a través de las prácticas de memoria no solo se reconoce, sino que se representa -para sí y para los otros- en distintos niveles que oscilan entre lo más íntimo y lo público, atravesando diferentes esferas. Como bien lo señaló Salomé Sola “recordar y olvidar son condiciones de posibilidad de la humanización, de la socialización y de la biografía de cada individuo (Ruiz Callejón, 2001: 236). En este sentido, podríamos afirmar que la memoria es coextensiva a los procesos de individuación y a los de socialización” (Sola, 2013, p. 303).

Huellas, relatos y memorias

Reconociendo pues la memoria como una práctica a través de la cual la experiencia puede recobrar vida una y otra vez mediante el relato, se sobreentiende que este, el relato, tiene múltiples, casi infinitas, posibilidades de ser, y que es según sus particularidades que los “otros” se pueden situar frente a las maneras en que se entiende y se representa un individuo -o un colectivo-. Al tratarse entonces de un relato que se hace y circula en las redes, se expanden las posibilidades de lectura, tal como lo afirma Maldonado: “*en el fondo, lo que sugieren los relatos de este ciberespacio es que podemos convertirnos, de flaneurs del espacio interior en flaneurs de la Red*”. (2007, p. 178).

A pesar de que la red permite expandir de forma permanente las formas de construcción y circulación de los relatos, dentro de este enorme abanico de posibilidades narrativas cabe diferenciar cuatro grandes categorías relativas a la enunciación en términos de las prácticas de la memoria: el individuo que se cuenta a sí mismo -como si fuera otro- para recordar; el individuo que le cuenta a otros quién ha sido, qué ha vivido (cómo se ve a sí mismo, qué lugares ha recorrido, con quiénes se ha cruzado en los caminos, qué ha sentido, etc.); el individuo que se recuerda, o se reconoce, a través de las narraciones de otros; y los individuos que hacen un trabajo significativo de memoria de otros que posiblemente no tuvieron la opción de hacerla para sí mismos ni para otros.

¿Pero qué ocurre con las formas de narrar cuando ese habitar ya no solo se da en espacios finitos, con relación a objetos tangibles?, y, sobre todo, ¿cómo se construye la memoria y la identidad por fuera de ese espacio que ya no es propio ni estrictamente privado?. Recordemos que ya hemos señalado cómo el registro y la fijación de experiencias, dadas las naturalezas de tiempo y espacio principalmente en el entorno digital, se complejizan.

Desde siempre, pues, se le ha reconocido a los espacios de vida y a los objetos cotidianos una función primaria como escenario del recuerdo y de la identidad. Desde el Medioevo, «dichos espacios (particularmente el jardín cerrado, la habitación, el corsello [ruelle en francés; pasillo], el estudio y el oratorio), y dichos objetos (el libro, la flor, el vestido, el anillo, la cinta, el retrato y la carta) son totalmente particulares puesto que pertenecieron a un solo individuo, único en el tiempo y en el espacio. Sin embargo, su significado está codificado y es perfectamente comprensible para los demás». (Alpers, 1983; S. Schama, 1987. en Maldonado, 2007, p. 144).

¿Qué pasa cuando las huellas, esos sellos de la memoria como los llama Benjamin, ya no se dejan solamente en una habitación, sobre las hojas de una libreta, en un álbum familiar, etc.? ¿Qué es lo que cambia cuando los escenarios del recuerdo y la identidad no son solo las casas, las habitaciones, los parques, sino todos aquellos rincones que ofrece la red de redes? ¿Cómo es ese habitar y dejar huella a través de la red, o mejor aún, a través de las distintas redes, cada una con sus posibilidades narrativas tan particulares? Todo lo anterior sabiendo que las redes sociales se constituyen en herramientas y espacios a la vez, donde el tiempo va tan de prisa, donde las huellas pueden quedar en una nube indefinidamente o desaparecer en un instante.

Pensar en los procesos de memoria, o en las formas de “hacer” memoria a través de redes sociales, implica comprender las formas de producción del habitar, de la subjetividad, el reconocimiento del otro y, por supuesto, de los relatos con los que relaciona su identidad, puesto que todo desciframiento es “un proceso social, en el que toda decodificación e intento de comprensión está determinado histórica y socialmente en la interacción social” (Gutiérrez, 2009, p. 152).

Vale la pena entonces considerar de qué manera se ven impactadas las formas de “dejar huella” tanto del individuo -en su intimidad y en sus diversos roles sociales- como de la colectividad, con la aparición, o mejor aún, invasión y conquista espaciotemporal, por parte de la virtualidad y sus diferentes espectros. Entendiendo acá virtualidad tal como lo hizo Levy (1999), no en oposición a lo real sino a lo actual, sin perder de vista que “*las cosas solo tienen límites claros en lo real*” (p. 18).

A modo de conclusión

Vemos entonces cómo este sincretismo del ser, estar y actuar en el mundo con los límites de lo real, pero a la vez sin los límites de lo virtual, conlleva unas prácticas de memoria que podríamos llamar mixtas, dentro de las cuales se siguen configurando representaciones testimoniales a través de tangibles: como el *souvenir* que se carga de significado en tanto evidencia de un viaje, por ejemplo. Como representaciones testimoniales de naturaleza virtual que transitan en lo digital, y que a pesar de que permanezcan “allí” indefinidamente y con la potencia de trascender globalmente, tienden a ser más efímeras.

Un claro ejemplo de este último tipo de representación lo podemos encontrar a través de redes sociales como Instagram, que nos hacen pensar en una suerte de relevo del álbum familiar o del portarretratos. No del todo por supuesto, menos ahora que vivimos una época donde en una suerte de resistencia, las prácticas nostálgicas (Boym, 2001; Rubiano, 2013) han elevado su valor, es así como las cámaras polaroid, los casetes, los vinilos, entre otros, se han incorporado con gran fuerza en el mercado cultural. Y cuando hablamos de relevo no lo hacemos en términos equiparables o equitativos, el álbum tiene un carácter prominente de archivo personal (que incluye al colectivo más cercano y se mantiene en la esfera de lo privado), mientras que las prácticas alrededor y dentro de Instagram, si bien pueden atravesar la función del archivo, no se centran allí, principalmente porque propone varios esquemas temporales para la producción, circulación, consumo-interacción. Las dinámicas de esta red facilitan una convergencia de funciones individuales y colectivas que se desarrollan en el ámbito de lo público.

Tal como ya lo hemos señalado, de la mano de los registros análogos, de los objetos simbólicos, de la foto enmarcada tras un vidrio sobre una repisa, conviven esos otros registros que ya son en sí mismos relatos. En Instagram, por ejemplo, ya está dado todo para que se haga un registro enmarcado en unas alteraciones o posibilidades del relato (filtros, marcos, mosaicos, etiquetas, stories, etc.), a la vez que se plantea un escenario inmediato para la interacción: likes, comentarios, envíos, etc. (Manovich, 2017).

Lo anterior no solo nos da pistas relacionadas con la manera en la que estamos construyendo relatos que nos permiten representarnos, sino que nos pone de frente con la cuestión del carácter que le damos a las experiencias, ya que en últimas esto es lo que constituye el impacto, las mutaciones y movimientos en las prácticas de memoria. Los valores significativos y las construcciones simbólicas que se construyen en ese lapso que entendemos como presente, determinarán aquello que se convierta en el pasado, el lugar que este ocupe (en el futuro) y los lazos (afectivos o discursivos) que se puedan establecer con él.

Referencias

- Anton, C. (2016). On the Roots of Media Ecology: A Micro-History and Philosophical Clarification. *Philosophies*, 1(2). doi: 10.3390/philosophies1020126
- Arendt, H. (1997). *¿Qué es política?* Barcelona: Paidós.
- Benjamin, W. (2007). *Sobre la fotografía*. Valencia: Pre-textos.
- Benjamin, W. (2010). *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. New York: Penguín Books.
- Bhabha, H. (1990). DisemNación. Tiempo, narrativa y los márgenes de la nación moderna In H. Bhabha (Ed.), *Nación y narración. Entre la ilusión de una identidad y las diferencias culturales* (pp. 385-424). Buenos Aires: Siglo XXI.
- Blumenberg, H. (2003). *Trabajo sobre el mito*. Barcelona: Paidós.
- Boym, S. (2001). *The Future of Nostalgia*. New York: Basic Books.
- Castells, M. (2005). *La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M., & Gimeno, C. M. (2004). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*: Siglo Veintiuno.
- Fuchs, C. (2016). *Critical Theory of Communication: New Readings of Lukács, Adorno, Marcuse, Honneth and Habermas in the Age of the Internet*. London: University of Westminster Press.
- Gómez, C. T., & Bohórquez, D. N. (2018). When reason does not explain everything: A transnational look at communicative action by citizens in contexts of armed conflict or violence. *Palabra Clave*, 21(4), 1107-1135. doi:10.5294/pacla.2018.21.4.7
- Gutiérrez, E (2009) Leer digital: la lectura en el entorno de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. *Signo y Pensamiento XXVIII* (54) p. 144-163
- Ihde, D. (1990). *Technology and the Lifeworld. From Garden to Earth*. Indianapolis: Indiana University Press.
- Ihde, D. (2005). La incorporación de lo material: fenomenología y filosofía de la tecnología. *Revista iberoamericana de ciencia tecnología y sociedad*, 2(5), 153-176. Retrieved from http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1850-00132005000200010&script=sci_arttext
- Jelin, E. y Kaufman, S (2006) Subjetividad y figuras de la memoria. Argentina, Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Lévy, P. (1999) *¿Qué es lo virtual?* Barcelona, España: Paidós.
- Lipovestky, G., & Serroy, M. (2015). *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*. Barcelona: Anagramas.
- Logan, R. (2010). *Understanding new media: Extending Marshall McLuhan*. New York: Peter Lang.
- Maldonado, T (2005) Memoria y conocimiento. Sobre los destinos del saber en la perspectiva digital. Barcelona, España: Gedisa.
- Manovich, L. (2017). *Instagram and Contemporary Image* L. Manovich (Ed.) Retrieved

- ved from <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>.
- Mason, P. (2017). *PostCapitalism: A Guide to Our Future*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- McLuhan, M. (1967). The invisible environment: The future of an erosion. *Perspecta*, 11(1), 163-167.
- McLuhan, M. (1996). Playboy interview. A candid conversation with the high priest of popcult and metaphysician of media. In E. McLuhan & F. Zingrone (Eds.), *Essential McLuhan* (pp. 233-269). New York: Basic Books.
- McLuhan, M. (2002). *Understanding Media. The Extensions of Man*. Cambridge. London: The MIT Press.
- McLuhan, M., & Fiore, Q. (2005). *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects*. New York Penguin Books.
- Mitcham, C. (1989). *¿Qué es la filosofía de la tecnología?* Madrid: Anthropos.
- Pellegrini, S., Puente, S., & Grassau, D. (2015). La calidad periodística en caso de desastres naturales: cobertura televisiva de un terremoto en Chile. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21(0). doi:10.5209/rev_ESMP.2015.v21.50678
- Piscitelli, A. (2002). *meta-Cultura. El eclipse de los medios en la era de Internet*. Buenos Aires: La Crujía.
- Ramos, D., López, L., Solano, L., Ramírez, J., Beltrán, H., Díaz, W., Morales, M. (2018) La memoria y su devenir en sus espacios: Evidencias del pasado en algunas experiencias cartográficas. (Pensamiento), (palabra)... y obra, # 20, P. 38-57.
- Robles, J (2009) Ciudadanía digital. Una introducción a un nuevo concepto de ciudadano. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Roncallo-Dow, S. (2012a). Técnica, tecno-logía: más allá de la sinonimia y la objetualidad. *Universitas Philosophica*, 29(58), 39-65.
- Roncallo-Dow, S. (2012b). YouTube como medio aurático. In J. C. Arias, A. Piedrahita, C. Cogua, & J. A. López (Eds.), *Codificar/Decodificar. Prácticas, espacios y temporalidades del audiovisual en Internet* (pp. 197-217). Bogotá: Ed. Pontificia Universidad Javeriana.
- Roncallo-Dow, S., & Scolari, C. A. (2016). Marshall McLuhan: The Possibility of Re-Reading His Notion of Medium. *Philosophies*, 1(2). doi: 10.3390/philosophies1020141
- Rubiano, E. (2013). La experiencia sustituida: hacia la construcción tecnológica de la nostalgia. *Palabra Clave*, 16(2), 541-558. doi:10.5294/pacla.2013.16.2.11
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2012). Media Ecology: Exploring the Metaphor to Expand the Theory. *Communication Theory*, 22(2), 204-224.
- Scolari, C. (2015). From (new)media to (hyper)mediations. Recovering Jesús Martín-Barbero's mediation theory in the age of digital communication and cultural

- convergence. *Information, Communication & Society*, 18(9), 1092-1107. doi:10.1080/1369118X.2015.1018299
- Sibilia, P (2005) El hombre postorgánico. Subjetividad y tecnologías digitales. Argentina, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Sibilia, P. y Diogo Ligio (2017) Vitriñas de la intimidad en Internet: ¿Imágenes para guardar o para mostrar?. En Indji, Guido. Silva, Ana (Ed) *Clic! Fotografía y Sociedad*. Argentina, Buenos Aires: La Marca Editora.
- Sola, S. (2013) Memoria mediática y construcción de identidades. *Tabula Rasa*. Bogotá - Colombia, No.19: 301-314, julio-diciembre
- Verón E. (1996). *La semiosis social 1. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona, España. Gedisa.
- Verón E. (2013). *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires, Argentina: Paidós Estudios de Comunicación.
- Žižek, S. (2009). First as Tragedy, then as Farce. Retrieved from <https://www.thersa.org/discover/videos/event-videos/2009/11/first-as-tragedy-then-as-farce/>
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: PublicAffairs.

4. Comunicación transmedia y ciudad. El caso de La Candelaria de Bogotá, Colombia

Stefania Ramírez López¹

Resumen

Ciudades como Barcelona, Nueva York, Niza, Londres, entre otras, son catalogadas como las más innovadoras a nivel mundial de acuerdo con el reporte de Ciudades en Movimiento 2018, del IESE *Cities in Motion Strategies* (2018), e incluyen en su Plan de Desarrollo tecnologías de la información que buscan enriquecer la calidad de vida de sus habitantes y turistas. Sin embargo, existen ciudades que pocas veces hacen uso de éstas para mejorar la experiencia a la hora de conocer la historia. Esta investigación busca ir más allá, y pretende lograr que por medio de la comunicación transmedia e hipermedia se mejore la experiencia del usuario, sea habitante de la ciudad o visitante, para que se pueda descubrir de manera atractiva su patrimonio material e inmaterial, especialmente el segundo, y donde a su vez exista interactividad e interacción tanto física como virtual a partir de un dispositivo móvil. El presente trabajo tendrá como objeto de estudio la ciudad de Bogotá, Colombia, específicamente la localidad La Candelaria.

Palabras clave: Comunicación, Hipermedia, Patrimonio Material e Inmaterial, Tecnología, Transmedia.

1. Comunicadora social y periodista de la Universidad Externado de Colombia, magíster en Comunicación Audiovisual para la Era Digital de la Universidad Complutense de Madrid y doctorando en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas de la misma universidad. Docente universitaria e investigadora del Programa de Comunicación y Gestión de la Información del Politécnico Grancolombiano. Miembro del grupo Museum I+D+c' Laboratorio de cultura digital y museografía hipermedia en la Universidad Complutense de Madrid. Correo electrónico: sramirezl@poligran.edu.co

Transmedia Communication and the City. The case of La Candelaria in Bogotá, Colombia.

Abstract

Cities like Barcelona, New York, Nice, London, among others, are classified as the most innovative in the world according to Cities in Motion Strategies (2018) report. They include in their Development Plan information technology, seeking to enhance the quality of life for residents and tourists. However, there are cities that rarely make use of these to improve the experience when it comes to knowing the history. This research seeks to go beyond, what we want to achieve is to improve the user experience through transmedia communication and hypermedia, whether you are a resident or a visitor of the city, in an attractive way to discover the tangible and intangible heritage, and also with interactivity and interaction in a physical and virtual way from a mobile device. This investigation will study the city of Bogotá, Colombia, specifically the locality of La Candelaria.

Keywords: Communication, Hypermedia, Tangible and Intangible Cultural Heritage, Technology, Transmedia.

Introducción

A lo largo de los últimos años se ha podido apreciar que las ciudades han tenido grandes cambios, haciendo uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y de los procesos de innovación en la comunicación, aspirando así a convertirse en lugares funcionales, modernos y sostenibles.

Por ello, una ciudad debe apuntar a desarrollar las TIC para su bienestar, con el fin de rescatar y exponer su historia, generando nuevas posibilidades de visibilidad a las personas para que se apropien de la ciudad e interactúen con la misma, atrayendo así más visitantes. Una ciudad donde no solamente se haga uso de lo material como los monumentos, sino que a partir de lo inmaterial se pueda crear una experiencia única. Por eso nace esta investigación, que pretende descubrir cómo se percibe a La Candelaria de Bogotá, y cómo se aprecia y disfruta de su recorrido histórico por parte de las personas, base para que posteriormente, en otra investigación, se puedan estudiar, analizar y desarrollar estrategias para que las ciudades no dejen de lado su pasado, haciendo uso de los nuevos medios de comunicación digitales convergentes, la interacción, la interactividad y de las nuevas formas de producción audiovisual, para que al final se pueda conservar y comunicar su patrimonio material e inmaterial. Con base en esto, se plantea el principal objetivo de esta investigación, el cual es identificar y presentar las tecnologías creadas para desarrollar y gestionar la información TIC, y la importancia de la interactividad y la interacción, no solamente física sino también personal, para así difundir de manera atractiva la información sobre el patrimonio material e inmaterial de la localidad.

De acuerdo con Isidro Moreno (2014, p. 90) la “interacción se refiere a acciones dinámicas sin mediación tecnológica, y la interactividad refleja esas acciones dinámicas valiéndose de la tecnología”. Por otro lado, Freitas y Castro (2010, p. 25) hacen mención en su texto *Narrativas audiovisuales y tecnologías interactivas*, a que la interactividad es un concepto indispensable a la hora de la NT, visto que “depende de las sensaciones

despertadas por el contenido y las posibilidades de manipulación del objeto ofertado al público, proporcionados por el lenguaje y por el soporte utilizado como medio de expresión”.

Este proyecto se realiza con el fin de recopilar información, siendo esta una primera aproximación al tema de estudio puesto que actualmente existe poco desarrollo del tema, algo que sin duda es una oportunidad de innovación para el beneficio no solo de la localidad, sino también de la ciudad de Bogotá. Para iniciar la presente investigación es necesario hablar sobre La Candelaria, también conocida como el centro histórico de la capital, que, de acuerdo con el Departamento de Planeación Distrital; es la localidad número 17 de la ciudad de Bogotá, cuya población es 23.625 habitantes permanentes, con una extensión de 183.89 hectáreas, ubicada en el sector centro-oriental, con un total de 2.364 predios, de los cuales 54 se encuentran declarados como Bienes de Interés Cultural del Orden Nacional y 1.608 son predios de conservación arquitectónica (Alcaldía Mayor de Bogotá. Secretaría General).

Historia fundamental de La Candelaria

Jaime Umaña Díaz rescata en su artículo “La raíz de nuestra historia - La Candelaria: ayer y hoy” la descripción narrada por el historiador de la conquista Don Juan de Castellanos que describe el pensamiento con el que fue creada la ciudad de Bogotá, especialmente La Candelaria, donde las leyes indígenas construían las ciudades teniendo en cuenta la “trama de retícula” con forma de damero, que permitía la edificación en un lugar con la suficiente altura para que las aguas corrieran tranquilamente sin que invadieran las plazas y calles, además de ser en piedra, leña y buenos aires (2008, p. 23,24).

De acuerdo con la Alcaldía Mayor de Bogotá no existe acta de fundación, más la fecha aceptada fue el 6 de agosto de 1538 por Gonzalo Jiménez de Quesada, y estratégicamente se realizó en Teusaquillo, actualmente el Chorro de Quevedo en la Candelaria, ya que se encuentra:

En medio de dos ríos, el San Francisco y el San Agustín, protegida en su espalda por el cerro de Monserrate y con una perspectiva clara sobre la Sabana, de particular importancia en caso de ataques. Esa localización le permitió a Santafé primero y a Bogotá después, protegerse de las guerras que tanto amenazaron su tranquilidad (Secretaría Distrital de Planeación, 2009, p. 9).

A partir de ese momento han pasado diversos acontecimientos en la historia de La Candelaria, convirtiéndose en una zona llena de hechos históricos, donde cada calle, casa, plaza y esquina cuentan vivencias que conforman lo que hoy en día es la ciudad.

Comunicación transmedia y ciudad

A finales de los años 90 se empieza a construir un pensamiento acerca de las estructuras físicas de la ciudad como espacio para el desarrollo de una red electrónica y de las tecnologías digitales, de acuerdo con Toyo Ito en 1999, donde se buscaba explicar la hibridación como “el espacio requerido por ambos cuerpos que se llena con transparencia y homogeneidad... se trata de un espacio transparente de extensión infinita, pero era un espacio visible al que se podría dar forma” (2006, p. 19).

Hoy en día se habla de *Smart City* o ciudad inteligente, un concepto cuyo objetivo es el de suministrar a la ciudad “una infraestructura que intente garantizar un desarrollo sostenible, un incremento de la calidad de vida de sus ciudadanos, una mayor eficiencia de sus recursos humanos y energéticos. Resumidamente, se trata de usar la tecnología en beneficio de la población” (Bustillo y Rodríguez, 2015, p. 258).

Experiencias únicas, interacción e interactividad, son conceptos que se buscan aplicar en la localidad de La Candelaria, tratando de experimentar con los espacios físicos, llevando a cabo una comunicación transmedia, como menciona Russell:

Lo que antes era exclusivo de los constructores, arquitectos e ingenieros, hoy está en manos de todos: la capacidad de dar forma y organizar el espacio y el mundo real... cubriendo todo con una capa invisible de anotaciones; la información textual, visual y sonora está disponible cuando te acercas, cuando el contexto lo indique o cuando la pides (1999, pp. 4 y 30).

Ahora bien, existen muchas ciudades en el mundo pioneras en la creación de actividades culturales innovadoras, de acuerdo con el índice *IESE Cities in Motion* (2016); por ejemplo, hoy se pueden destacar *Smart Cities como* Londres, Nueva York, Hong Kong, Barcelona, Ámsterdam y Tokio, que cuentan con aspectos fundamentales para ser eficientes, ofreciendo una alta calidad de vida. Las características que se analizan para ser consideradas como ciudades inteligentes son su modo de gobernar, la gestión pública, el medio ambiente, la proyección internacional, la cohesión social, la planificación urbana, la movilidad y transporte, el capital humano, la economía y por supuesto, la tecnología.

Comunicación audiovisual en movilidad

Las Narraciones Transmedia (NT) son aspectos indispensables, puesto que, gracias a ellas es posible comunicar lo que se desea haciendo uso de Internet en las diversas plataformas digitales y en todo tipo de medios tradicionales. Se entienden las NT como una

forma de contar una experiencia o historia a través de diferentes soportes entrelazados por la red. Ahora bien, podemos encontrar que Carlos A. Scolari (2014, p. 73) habla sobre la expansión del relato de un medio a otro, teniendo en cuenta la participación de los usuarios, “Las narrativas transmedia se extienden de un extremo a otro de la ecología mediática, abarcando viejos y nuevos medios”.

La primera vez que se introdujo el concepto de Narraciones Transmedia lo hizo Henry Jenkins en 2003 en su artículo *Transmedia Storytelling* publicado en la revista digital “Technology Review”, en el cual la define como una técnica narrativa fundamentada en el desarrollo y creación de “mundos narrativos”, a partir de diferentes plataformas y medios digitales, donde a su vez se integran experiencias interactivas (Jenkins, 2003). Asimismo, Jenkins (2009) explica dos características de las narraciones transmedia que se encuentran relacionadas como cuerdas que constituyen las experiencias de nuestro diario vivir y la ficción de la NT, “*in immersion, then, the consumer enters into the world of the story, while in extractability, the fan takes aspects of the story away with them as resources they deploy in the spaces of their everyday life*”. En la primera, la explica como aquel fenómeno por el cual las personas llevan consigo aspectos de la historia que aplican en su vida, y en la segunda, se refiere a la capacidad del consumidor para acceder a mundos ficcionales.

Esta teoría es sumamente importante en la presente investigación, puesto que, a la hora de aplicarla en el caso objeto de estudio, lo que se podrá lograr es que el usuario pueda integrarse a la historia, y con esta, extraer información que le será útil. Es por ello que se hace necesario tener en cuenta la creación de contenidos específicos para cada plataforma. Una de las tecnologías que permite que el usuario experimente la inmersión es la de los videos de 360°, que en el caso de La Candelaria, permiten profundizar en la historia de la zona. Entonces, la narración transmedia, al ser una técnica para desarrollar de manera interactiva una historia a partir de diferentes medios y plataformas, tanto digitales como tradicionales, se puede aplicar al desarrollo de actividades culturales, y al emplear este concepto en la investigación se abre la posibilidad de contar la historia de la localidad de La Candelaria de forma fascinante, buscando como objetivo no solo la interactividad del usuario, sino también la interacción del mismo, con el consecuente disfrute de una experiencia satisfactoria teniendo en cuenta el potencial que cada plataforma ofrece.

En este punto es necesario profundizar en la diferencia entre interactividad e interacción, para evitar tropiezos en el desarrollo del trabajo de investigación. Interactividad se entiende como aquella acción que “cuando se da el control de navegación a los usuarios para que exploren a voluntad el contenido multimedia, se convierte en una navegación no-lineal e interactiva” (Vaughan, 1995, p. 230). Se comprende entonces como la capaci-

dad que tiene el ser humano para hacer parte de un mensaje y al mismo tiempo contribuir con su creación; además, se caracteriza por ser un procedimiento que le proporciona al ser humano la oportunidad de comunicarse con una máquina, al tiempo que ésta le da una respuesta, teniendo en cuenta las acciones, los mensajes y el contenido que el usuario ha compartido. En relación con la interacción, O’ Sullivan (1997, p. 196) la define como “el intercambio y la negociación del sentido entre dos o más participantes situados en contextos sociales... el acento está puesto en la comunicación y la reciprocidad entre quienes promulgan, utilizan y construyen los códigos y las reglas”. Entonces, es aquel intercambio entre dos o más personas en un contexto social, donde existe correlación entre ellos para construir diálogos con sentido.

Por otro lado, es necesario destacar la existencia de los tres grados de participación del usuario, que Isidro Moreno identifica como: participación selectiva, “cuando la interactividad se reduce a seleccionar entre las opciones que ofrece el programa”, participación transformativa cuando “el usuario no sólo selecciona los contenidos propuestos por el autor, sino que puede transformarlos” y participación constructiva cuando “el programa permite al usuario seleccionar, transformar e, incluso, construir nuevas propuestas que no había previsto el autor” (2012, p.9). El usuario en todo momento tiene la posibilidad de seleccionar entre muchas o pocas opciones programadas, trazando su propio camino con base en su interés.

Desde hace años se están dando cambios en la comunicación, y ahora los dispositivos móviles comparten nuestro día a día jugando un papel fundamental en nuestras vidas. Las tecnologías ofrecen la posibilidad de disfrutar de una sociedad basada en el acceso a la información virtual de manera global, intercambiando información, favoreciendo la aparición de experiencias en tiempo real gracias a estos dispositivos móviles, favoreciendo el aprendizaje y las condiciones de vida. Actualmente, debido a los medios móviles, es posible tener acceso a la geolocalización, lo que hace posible crear y desarrollar estrategias de comunicación en las que el usuario puede conectarse con un entorno cargado de información digital, para recibir datos interactivos que lo lleven a vivir una experiencia única en el lugar donde se encuentra ubicado.

Begoña Gros Salvat y Anna Forés Miravalles definen la geolocalización como aquella tecnología por la cual

Se permite asociar contenidos digitales (imágenes, vídeos, audios, etc.) a una ubicación geográfica física que puede ser activada mediante un dispositivo móvil. De este modo, el uso de este tipo de dispositivos aumenta la implicación que viene derivada del aumento de la motivación de los alumnos (2013, p. 43).

Por lo tanto, se entiende como el medio por el cual se puede localizar geográficamente a una persona en tiempo real, independientemente de la zona en que se encuentre, siempre que se encuentre conectado a Internet. Es así como, cuando el usuario dé permiso para ser ubicado gracias al uso de la geolocalización, se le proporcionarán las coordenadas del lugar en el que se encuentra para que pueda navegar y determinar la ruta que desee utilizar, consultando, explorando y descubriendo las características del área.

Al integrar la realidad aumentada con la geolocalización, se intentará proporcionar al visitante y habitante de la localidad de La Candelaria una experiencia positiva, explorando la zona y logrando una combinación entre lo real y lo virtual. Para comprender mejor este aspecto, es necesario recurrir a Andrés Agudelo Toro, que define la realidad aumentada como:

Un tipo de ambiente virtual en el cual el usuario no se sumerge completamente en un mundo virtual sino en una mezcla de éste con el mundo real. Para el usuario aparecen los objetos virtuales y reales coexistiendo en el mismo espacio” (2005, p. 47).

Se comprende entonces, como aquella tecnología que le añade a la realidad elementos virtuales, creando así una imagen aumentada en tiempo real, que proporciona información de manera atractiva, mejorando la experiencia del usuario. Lo que se busca es experimentar con los espacios de La Candelaria permitiendo que la historia, el arte y los museos entre otros, trasciendan espacios físicos para poder contarlos de forma atractiva, teniendo en cuenta la interacción y la interactividad, a partir de la opinión de las personas que caminan por las calles de la localidad.

Metodología

La hipótesis que se plantea es que, en la ciudad de Bogotá y específicamente en la localidad de La Candelaria, dedican poca atención al desarrollo de estrategias de comunicación transmedia con el fin de comunicar su patrimonio material e inmaterial.

A partir de lo expuesto, se procede a plantear el objetivo principal de esta investigación, consistente en identificar y presentar las tecnologías creadas para desarrollar y gestionar la información, TIC, y resaltar la importancia de la interactividad y la interacción, no solamente física sino también personal, para difundir de manera atractiva el patrimonio material e inmaterial de esa localidad. Esto se podrá lograr gracias a la recolección de información mediante encuestas que se realizarán a habitantes, turistas e instituciones de la localidad de La Candelaria en la ciudad de Bogotá-Colombia, para así generar en las personas interés y aprecio por descubrir la historia de la localidad de manera interactiva.

A continuación, se plantean los objetivos secundarios:

- Se pretende descubrir si los habitantes sienten que forman parte de la localidad y si son tenidos en cuenta para la creación de actividades culturales en las instituciones.
- Dado que La Candelaria es un lugar histórico, es importante descubrir qué tipo y calidad de actividades se realizan, para explorar su grado de interés, y así tener una visión clara sobre el panorama a tratar.
- Del mismo modo, se pretende identificar qué llama la atención de los turistas y habitantes que día a día caminan por las calles de la localidad así como saber cuáles son los medios que más consultan a la hora de hacer turismo y realizar actividades en la zona.
- Por último, comprobar si acuden o no a las actividades, y cuál es el grado de participación de las personas en estas.
- La finalidad de los resultados es contribuir a la creación de una visión clara sobre el estado en el que se encuentra el tema a tratar.

En este punto, lo que se quiere explicar es la manera como se pretende buscar la respuesta a la pregunta y verificar la hipótesis planteada. De acuerdo con José Cegarra Sánchez, la metodología “exige la observación, el registro de los resultados y su análisis lo más profundamente posible, siempre teniendo en cuenta la racionalidad y objetividad de la interpretación” (2004, p. 10). Entonces, es posible definirla como un conjunto de técnicas y medios lógicos que ayudan en una investigación a diseñar los problemas, sometiendo a prueba las hipótesis existentes para demostrar si son verdaderas o no.

Con la intención de desarrollar de forma clara y precisa la presente investigación, las metodologías a seguir en el presente trabajo serán exploratorias, cualitativas y cuantitativas, con el fin de ampliar el panorama sobre el tema e intentar evitar sesgos en los resultados. Adicionalmente, se pretende registrar de manera precisa los datos necesarios para partir con una base sólida en las próximas investigaciones.

Con relación a la investigación cuantitativa, Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2006) afirman que:

La investigación cuantitativa ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista sobre el conteo y magnitudes de éstos. Asimismo, brinda una gran posibilidad de réplica

y un enfoque sobre puntos específicos de dichos fenómenos, además de facilitar la comparación entre estudios similares (p. 21).

Para obtener resultados sobre uno o varios grupos de sujetos a gran escala, los estudios cuantitativos son la opción más recomendada y precisa, al permitir comparar la información obtenida de manera más fácil. Por otra parte, el objetivo de la investigación cualitativa es buscar la subjetividad, para comprender y explicar las situaciones que viven la o las personas a las que se les investiga, siendo un medio explicativo y descriptivo, que permite a la gente expresarse libremente sobre lo que sienten y sus necesidades de manera legítima (Álvarez-Gayou Jurgenson, 2003, p. 17).

Del mismo modo, Strauss y Corbin (2002, p. 21) definen tres elementos indispensables que son: los datos que se obtienen por diversas fuentes, los procedimientos que se usan para estructurar y analizar los datos y los informes escritos y verbales que se plasman en artículos, charlas o libros.

La técnica de investigación utilizada fue la encuesta, que a partir de la valoración y opinión del público a quien se le aplica, facilita una muestra de información sobre el asunto, además de brindar información fiable, cuyas respuestas pueden ser comparables.

De acuerdo con M^a Ángeles Cea (1998, p.240) la encuesta posee cinco características que la definen: la primera hace referencia a que la información se obtiene a partir de la observación indirecta gracias a las respuestas que dan los encuestados oralmente, la segunda se refiere a que la información obtenida comprende varias cuestiones donde es posible incluir aspectos tanto subjetivos como objetivos, la tercera es la comparación de las respuestas, que se da cuando la información se recolecta de manera estructurada, la cuarta trata sobre el agrupar y cuantificar las respuestas para luego, a partir de técnicas de análisis estadísticos, examinar y relacionar entre ellas, y finalmente, la quinta se relaciona con que la significatividad de la información obtenida dependerá de los errores de muestreo y otros ajenos a este. Entonces, la encuesta se utiliza como técnica para recoger datos y así poder comparar las respuestas, y es esta acción la que permitirá analizar la información de la presente investigación de manera más profunda y de manera cualitativa. Gracias a las encuestas se podrán reunir diferentes percepciones y opiniones de forma puntual, aspecto que beneficia este trabajo.

Con relación a la muestra, según Hernández et al (2006, p.236) “para el proceso cuantitativo la muestra es un subgrupo de la población de interés (sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión), este deberá ser representativo de la población”. En este proyecto investigativo la selección

de la muestra se realizará teniendo en cuenta tres grupos para ser encuestados: Los vecinos que habitan la localidad, visitantes, e instituciones que se encuentran ubicadas en la misma.

- Los habitantes de la Candelaria son indispensables a la hora de realizar esta investigación, puesto que ellos son quienes día a día cruzan las calles y conocen de primera mano la historia que hay en cada rincón.
- Los turistas o visitantes también son un público importante, pues aportan desde otra perspectiva -siendo ajenos al lugar- información que los habitantes y las instituciones no brindan.
- Finalmente, las instituciones son de gran importancia, dado que en su mayoría son quienes realizan actividades culturales y apoyan la divulgación de cultura.

Desarrollo de la investigación

Como se mencionó en el punto anterior, los grupos identificados son: vecinos de la localidad, visitantes o turistas, y las instituciones. A cada grupo se le realizaron diferentes encuestas teniendo en cuenta cada una de sus características y la información que se pretendía obtener. El número de encuestas realizadas a los habitantes fue de 50, a los visitantes igualmente otras 50 y solamente se obtuvieron 15 de las instituciones, reuniendo así un total de 115 encuestas. Se es consciente que la muestra en una investigación debe ser más amplia que la ya mencionada, sin embargo, se ha realizado un gran esfuerzo para obtener los resultados teniendo en cuenta la distancia y el tiempo; además, la información obtenida puede ser orientativa para una futura investigación más profunda.

Las modalidades de encuesta utilizadas fueron tanto presenciales como por medio de Internet. En relación con la distancia, y tomando en cuenta que el caso de estudio es la localidad de la Candelaria de Bogotá, se obtuvo ayuda de terceros para aplicarlas presencialmente en el lugar establecido. En el primer grupo, de habitantes de la zona, se realizaron digitalmente, utilizando los formularios de Google, gracias a los grupos de vecinos y habitantes que se encontraron en la red social de Facebook. A falta de nueve respuestas, se complementaron presencialmente. Con el segundo grupo, instituciones de la localidad, previamente se enviaron a los respectivos correos electrónicos conseguidos en sus sitios web y demás medios digitales, obteniendo solamente tres respuestas, por lo que fue necesario ir directamente a cada una con las encuestas físicamente, que posteriormente se digitalizaron, alcanzando la meta de 15. Finalmente, en el grupo de turistas, las 50 encuestas también se realizaron de manera presencial en la localidad.

Análisis de resultados cualitativos y cuantitativos

Resultados habitantes de La Candelaria

Los resultados de las encuestas brindan datos cuantitativos, lo que permite abordar de una manera más aproximada el tema. Empezaremos con los resultados obtenidos del grupo de residentes de la localidad. Es posible observar que más de la mitad de los habitantes se sienten orgullosos de poder vivir en La Candelaria con un 56%, al 30% le es indiferente, solamente el 12% se sienten muy orgullosos, mientras que el 2% de los encuestados dicen sentirse poco orgullosos de pertenecer a dicha localidad.

De igual forma, se midió la importancia de la cultura de la localidad, mostrando que el 54% la considera importante, seguido con un 28% que considera La Candelaria como un lugar muy importante, y solamente al 18% le es indiferente. Se obtuvo un porcentaje de 0 en las calificaciones de poco importante y nada importante.

En el intento por conocer más sobre las actividades, se pidió calificar la oferta de las actividades en la localidad, a lo cual la mayoría respondió “normal” con un 54%, el 28% la calificó como poco buena, un 10% como buena, el 6% muy buena, y finalmente el 2% como nada buena. Continuando con la ruta de la pregunta, el 54% considera que la calidad de las actividades es normal, seguido con un 18% que la considera como buena, sin embargo, se puede observar que un 16% la califican como mala, un 8% pésima y solamente un 4% cree que es de excelente calidad.

Para poder tener una visión más clara sobre la oferta y la calidad de las actividades, se deseaba saber si los habitantes participan en las diferentes actividades culturales. En este punto, más de la mitad de los encuestados respondieron con un no (74%), un 18% con un poco de participación y finalmente un 8% sí asiste. Por otra parte, se preguntó si ellos consideran que la alcaldía, la localidad y las instituciones apoyan la creación de actividades culturales, y aquí prima el 52% que no sabe ni tiene conocimiento sobre este punto, contrastado con un 26% que sí lo considera y por último un 22% que afirma que no apoyan su creación. Asimismo, se consideró fundamental determinar si los habitantes consideraban que las actividades culturales se dirijan hacia ellos, donde en gran medida (72%) respondió que no lo consideraban así, mientras que un 28% sí. Acto seguido, brindamos la posibilidad a los habitantes para que propusieran actividades, obteniendo muchas opciones, donde se destacan la creación de recorridos divertidos que atraigan la atención de las personas, al igual que la realización de vídeos 360 mostrando la historia de la localidad, también hacer actividades en las calles, la creación de videojuegos históricos y trayectos donde exista la innovación y lo virtual. Cabe mencionar que

muchos habitantes consideran primordial mejorar la seguridad de la zona para realizar cualquier actividad sin preocupación. Adicionalmente, se descubrió que el 82% de los encuestados cuenta con teléfono celular (móvil) con acceso a Internet y el 18%, no.

Algo fundamental para esta investigación es averiguar si los habitantes conocen la historia de La Candelaria, y se puede apreciar que un porcentaje la conoce poco (48%), un 36% afirma tener conocimiento sobre la historia y un 16% no tiene. Finalmente, se preguntó que si la localidad contara con una aplicación gratuita donde se pudiera obtener información cultural, ellos la descargarían y harían uso de ella, ante lo cual el 68% respondió sí, mientras que al 26% le es indiferente y un 6% no lo haría.

Resultados del grupo de turistas

Continuando con la revisión de los resultados, se pasa a exponer el grupo de los turistas que día a día visitan no solamente la ciudad de Bogotá, sino el centro histórico de la capital, La Candelaria. Para tener un panorama sobre los visitantes se quiso conocer su lugar de origen, resultando que el 38% provenía de Europa, el 30% de Norteamérica, seguido con un 24% de Suramérica y un 8% de Asia. No se encontraron turistas de África y Oceanía. Asimismo, se quiso conocer la ciudad o departamento de los turistas colombianos encuestados, y el resultado fue: Medellín, Pereira, Cali, Ibagué y La Guajira. Después se preguntó si tienen algún conocimiento sobre la historia de La Candelaria, al respecto, el 84% no sabe y el 16% sí. Del mismo modo, se cuestionó acerca de sus intereses cuando visitan una ciudad, un 48% respondió que la arquitectura es lo que más les llama la atención, un 24% tiene interés en los museos, el 22% en los monumentos, el 2% en los restaurantes, un 2% en las bibliotecas y finalmente, otro 2% en otras cosas que ofrecen las ciudades. Con un 62% la gran mayoría de los turistas hacen uso de su teléfono celular (móvil) como medio y guía para recorrer y conocer los diferentes lugares turísticos de un lugar, un 32% usa los mapas de turismo y el 6% contrata personas especializadas como guías turísticos. Para poder confirmar el uso indispensable del teléfono celular, se ha preguntado si cuentan con acceso a Internet en Bogotá, obteniendo como resultados que el 68% de las personas entrevistadas sí tiene acceso a este servicio, mientras que un 32% no.

En cuanto a la localidad, se deseaba saber si les parece atractivo conocer la historia que representa esta zona, y el 100% respondió afirmativamente. Igualmente, el 100% de los turistas respondió que tienen previsto regresar a Bogotá. Por último, se les ha preguntado que si la localidad de La Candelaria contara con una aplicación gratuita donde pudieran obtener información cultural, ellos la descargarían y harían uso de ella, donde de nuevo el 100% respondió afirmativamente.

Resultados del grupo de instituciones

Para finalizar con la presentación de los resultados de las encuestas, se expone la información obtenida en el grupo de las Instituciones. La primera pregunta realizada fue sobre si han organizado actividades culturales en la localidad. El 86,7% sí lo ha hecho, destacándose los talleres culturales, las obras de teatro y conferencias, entre otras. Sin embargo, 13,3% no ha realizado actividad alguna. Igualmente, se les cuestionó sobre la posibilidad de ver sus actividades publicadas en algún medio, a lo que el 93,3% dijo que sí y el 6,7% respondió negativamente. Los que contestaron afirmativamente mencionaron medios como las redes sociales, sus sitios web y correos masivos. En relación con la cantidad aproximada de personas que acuden a dichas actividades, se logró establecer un término de entre 20 a 200, aunque es necesario aclarar que otras instituciones con mayor capacidad, han dado como máximo 400 y 4.000 personas. Asimismo, se quería descubrir en qué medida las instituciones creen que el acervo histórico fundamental de La Candelaria se conoce, a lo que el 53,3% indicó que poco, contra un 46,7% que afirmó que se sabe mucho.

Por otro lado, era necesario saber si las instituciones consideran a los habitantes de la localidad como público importante para las actividades culturales que realizan. El 86,7% afirmó tener en cuenta a los vecinos, sin embargo, el 13,3% no lo hace. Se preguntó por la percepción acerca del uso de teléfonos celulares como medio para difundir la cultura de un lugar, a lo que la mayoría, con un 33,3% respondió muy importante, seguido de un 26,7% que lo considera importante, un 26,7% lo considera normal; por último, el 13,3% de las instituciones opinaron que es poco importante. Complementando la anterior pregunta, la gran mayoría consideró que el uso de dispositivos móviles como medio para comunicar la cultura de la localidad es muy efectivo, relevante e importante, puesto que actualmente es un medio con el que las personas pasan mucho tiempo.

Se les preguntó si consideran que los turistas y habitantes acceden de manera fácil y ágil a las diferentes actividades culturales en La Candelaria, primando el sí con un 86,7% sobre un 13,3% que respondió negativamente. De igual forma, el 60% de las instituciones sí tienen en cuenta a los turistas a la hora de crear y desarrollar actividades culturales, frente a un 40% que no lo hace. Aquellas que respondieron afirmativamente explicaron que lo hacen mediante la difusión en el sector; también por medio de recorridos y visitas guiadas, además con la difusión de información en las embajadas, en los medios de comunicación y en las redes sociales.

Finalmente, se les preguntó si tienen previsto desarrollar aplicaciones para celular sobre la localidad, a lo que el 60% respondió negativamente, contra un 40% de respuestas positivas. Aquellas que respondieron sí, se les cuestionó en qué sentido y a qué público estaría

dirigida la aplicación, mas no dieron respuesta alguna, dejando en evidencia la poca claridad que tienen sobre el asunto.

Justificación de verificación de la hipótesis

Durante la recolección de los resultados y su análisis posterior, se obtuvo información que verifica la hipótesis planteada, que en este punto se considera necesario recordar: “en la localidad de La Candelaria de la ciudad de Bogotá, dedican poca atención al desarrollo de estrategias de comunicación transmedia con el fin de comunicar su patrimonio material e inmaterial”. En las entrevistas realizadas se reunió todo tipo de información que sin duda abre paso a más vías de investigación, además, se consiguieron una serie de evidencias que convalidan la hipótesis planteada.

Los resultados obtenidos hacen mención a que las actividades culturales que se realizan en la localidad son de carácter normal tanto en calidad como en oferta, deseando poder ver innovación en estas, lo que sugiere la poca o casi nula existencia de estrategias transmedia, dejando un vacío para los turistas, quienes hacen más uso de dispositivos móviles con acceso a Internet para descubrir una ciudad, algo que sin duda puede ser aprovechado para el bien de La Candelaria.

Interpretación de resultados

Los resultados obtenidos a partir de las 115 encuestas realizadas serán interpretados de acuerdo con la categoría de las preguntas, reuniendo los tres grupos.

Los residentes de La Candelaria se identifican con la Localidad, arguyendo sentirse orgullosos de vivir en esa zona, y resaltan la importancia cultural que tiene la localidad en la ciudad de Bogotá, donde la gran mayoría cree que la oferta de actividades culturales y su calidad son de estándar normal, si bien es posible percibir que resalta la poca conformidad de muchas personas en relación con los dos últimos puntos. Del mismo modo, las instituciones que respondieron la encuesta afirmaron que han creado actividades en la localidad, que se pueden encontrar en sus páginas web y redes sociales. Junto con ello, declaran una asistencia aproximada de 20 a 400 de personas a estas actividades, claramente dependiendo de la institución e instalaciones de la misma; si bien la mayoría de los residentes manifiestan no participar de ellas; no obstante, no tienen pleno conocimiento de si la alcaldía y otras instituciones participan en la elaboración de estas.

Continuando con las actividades culturales, los residentes creen que hasta el momento no han sido tenidos en cuenta para la realización de estas, sin embargo, contrasta con la opi-

nión de las instituciones, que afirman que sí son considerados como público importante. En comparación con la importancia de los turistas, la visión de las instituciones entrevistadas casi se divide, ya que solamente un poco más de la mitad afirma que sí son tenidos en cuenta a través de las embajadas y por medio de la divulgación de información. Con relación a la historia de La Candelaria, claramente se puede observar que los turistas no tienen ningún conocimiento de ésta, lo que es entendible; no obstante, un poco menos de la mitad de los habitantes entrevistados afirman conocer solamente un poco los hechos históricos, siendo la más alta respuesta. Lo anterior se ratifica con las respuestas dadas por las instituciones, ya que la mayoría afirma que poco se conoce sobre el tema. Al analizar, se percibe un preocupante aspecto, y es que la mayoría de los vecinos que diariamente caminan por el centro histórico de Bogotá, solamente saben un poco acerca del lugar donde viven, y por ello se les ha pedido sugerir actividades, a lo que propusieron realizar recorridos históricos diferentes a los existentes con ayuda de lo virtual, además de implementar aspectos innovadores con apoyo de tecnologías como los videos 360° y crear videojuegos sobre la historia de la zona, entre otros.

En relación con el uso de dispositivos móviles, la mayoría de los residentes y turistas afirmaron contar en la ciudad con acceso a Internet en sus celulares, así mismo, expresaron que si La Candelaria contara con una aplicación gratuita sobre información histórica y cultural todos la descargarían y harían uso de ella. Entonces, es posible observar que un gran porcentaje de los visitantes hacen uso de dispositivos móviles como guía en una ciudad para conocer las actividades que se ofrecen, dejando en segundo plano a los mapas y guías turísticos. Por lo tanto, existe un gran uso de esta tecnología que puede ser aprovechado.

Por otro lado, las instituciones perciben el uso de celulares como medio importante, relevante y efectivo para comunicar información cultural de un lugar. Sin embargo, no todas tienen previsto desarrollar aplicaciones, y quienes en un futuro lo harían no tienen una visión clara sobre cómo sería ni para qué público se crearía. Los turistas llegan con el fin de descubrir y conocer todo lo que ese lugar les ofrece, aun así, en los resultados obtenidos se determinó que ellos fijan su atención primordialmente en la arquitectura que La Candelaria les ofrece. Finalmente, los viajeros afirman que tienen previsto visitar de nuevo Bogotá.

Conclusiones

Esta investigación se ha realizado con el propósito de obtener información sobre la manera como actualmente se comunica a las personas el patrimonio cultural material e inmaterial de La Candelaria, y la percepción de ellos en relación con las actividades ofrecidas. De acuerdo con la información recolectada y lo discutido anteriormente se pueden establecer las siguientes conclusiones sobre la investigación:

- Se identificó que los habitantes se sienten felices de poder vivir en una zona con tanta historia, sin embargo, no se sienten totalmente considerados a la hora de desarrollar actividades culturales, algo que sin duda se ve reflejado en su poca participación. Esto sin duda es importante, puesto que la base para crear estrategias de comunicación transmedia efectivas es que los habitantes se sientan parte de La Candelaria y orgullosos de poder hacer parte de ella.
- Por otra parte, sabiendo que tanto habitantes como turistas cuentan con un dispositivo móvil con acceso a internet, se abre la puerta a un posible desarrollo de aplicaciones que permitan comunicar su patrimonio material e inmaterial, oportunidad que no se encuentra establecida actualmente como futura meta por parte de las instituciones, quienes afirman querer desarrollar una aplicación aunque no han decidido a qué público iría dirigida ni cuál sería su uso.
- Además, no hay interactividad ni interacción en la localidad con su patrimonio material e inmaterial, por ende, claramente no existe proceso alguno de inmersión.

Los resultados obtenidos en este trabajo permiten afirmar que no existe ninguna estrategia de comunicación transmedia en el ámbito cultural e histórico para los habitantes y visitantes, algo que podría mejorar el turismo y a su vez resguardar la historia, y sitúa en esta materia a Bogotá por debajo de otras ciudades.

A partir del presente trabajo y con la información obtenida, surgen nuevas cuestiones para investigar y nuevas hipótesis para contrastar, cumpliendo con la finalidad del estudio, que era que, a partir de los resultados obtenidos, se pudiera contribuir a la creación de una visión clara sobre el estado en el que se encuentra el tema tratado.

La localidad de La Candelaria, al ser reconocida como el centro histórico de Bogotá, garantiza el aprovechamiento y la creación de muchas opciones de actividades, y por ende, se pueden desarrollar y aplicar estrategias transmedia que mejoren su calidad. Se abre una oportunidad para generar estrategias de comunicación transmedia para que todas las personas que viven y visitan la localidad puedan sentirse parte de ella; esto se podrá lograr partiendo como base de la interacción y la interactividad, para así crear actividades pensadas en el disfrute del patrimonio material e inmaterial de la localidad, fortaleciendo la experiencia del usuario. Sobre los grupos seleccionados, se propone continuar con el estudio del tema con ellos, realizando entrevistas en profundidad y encuestas con una muestra representativa, para obtener así resultados importantes y con un alto grado de confiabilidad.

Ahora bien, ha surgido una serie de hipótesis plausibles a lo largo del desarrollo del trabajo, que son:

- La historia de la localidad de La Candelaria no está comunicando la esencia en su totalidad.
- Se está perdiendo la identidad cultural por la poca representatividad de las prácticas comunicativas en los acontecimientos históricos de la zona.
- La narración con la que cuenta la localidad es básica y limitada, no existen múltiples miradas ni formas de transmitirla.
- Los habitantes de La Candelaria conocen la importancia que tiene su localidad por los hechos históricos aprendidos en las aulas, más no por las actividades culturales que se realizan.
- La comunicación transmedia es poco considerada a la hora de realizar estrategias para el desarrollo cultural de la zona.
- Este trabajo es una base, un primer paso, que precede a la continuación del estudio sobre el tema, lo que abre nuevas líneas de investigación que son:
- Realizar entrevistas en profundidad tanto a habitantes de la localidad como a instituciones, con preguntas semiestructuradas para reunir datos más detallados sobre el patrimonio cultural material e inmaterial.
- Estudiar, analizar y crear estrategias a partir de los medios de comunicación digitales convergentes en La Candelaria para no dejar en el olvido su historia.
- Definir qué nuevas formas de producción audiovisual son las adecuadas para comunicar el patrimonio material e inmaterial y así conservarlo.

Se espera la continuación de la investigación, este trabajo es un primer paso hacia nuevas líneas, la localidad es indispensable en la capital de Colombia, tanto por su historia como por el turismo que atrae, y sin duda abre la oportunidad para la creación de estrategias que beneficien a La Candelaria.

Referencias

- Agudelo, A. (19 de enero de 2005). Modelo de contexto para realidad aumentada. *Revista Universidad EAFIT*. Vol. 41. No. 13B. Pp. 44-64. Recuperado de <http://goo.gl/y9ouaF>
- Alcaldía Mayor de Bogotá (Sin fecha). Secretaría General. Recuperado de <http://goo.gl/WOQM68>
- Álvarez-Gayou Jurgenson, J. L. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa*. México: Paidós.
- Ausubel, D., Novak, J.
- Berrone, P. y Ricart, J. (2017). IESE Cities in Motion Index. Recuperado de <https://goo.gl/MHLsbm>
- Bustillo, E., y Rodríguez, P. (2015). Los sistemas de información geográfica y las ciudades inteligentes. *Polígonos Revista de geográfica*. Recuperado de <http://goo.gl/YJOBju>
- Cea D'Ancona, M.ª Ángeles (1998). *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Editor Síntesis.
- Estebanell, M. (2002). Interactividad e Interacción. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*. Volumen 1. número 1. Recuperado de <http://goo.gl/LssyYl>
- Freitas, C. y Castro, C. (2010). «Narrativas audiovisuales y tecnologías interactivas». *Revista Estudios Culturales*. Recuperado de <http://goo.gl/jcpVav>
- Gros, B., y Forés, A. (2013). El uso de la geolocalización en educación secundaria para la mejora del aprendizaje situado: Análisis de dos estudios de caso. *RELATEC Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*. Vol. 12 (2) 41-53. Recuperado de <http://goo.gl/3dK9xO>
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- IESE Cities in Motion (2016). Índice IESE Cities in Motion. Recuperado de <http://goo.gl/kvzKwk>
- leseinsight (2016). IESE Insight Londres encabeza el ranking de las ciudades más "inteligentes". Recuperado de <http://goo.gl/B8h1iC>
- Ito, T. (2006). *Arquitectura de límites difusos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Jenkins, H. (Enero 15 de 2003). Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. *Revista MIT Technology Review*. Recuperado de <http://goo.gl/bssAvh>
- Jenkins, H. (Diciembre 12 de 2009). Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling. En Aca-Fan. The official weblog of H. Jenkins. Recuperado de (parte 1) <http://goo.gl/DncSCY> y (parte 2) <http://goo.gl/NR38MR>
- Moreno, I. (2012). Narrativa hipermedia y transmedia. Recuperado de <http://goo.gl/aRqOU1>
- Moreno, I. (2014). Interactividad, interacción y accesibilidad en el museo transmedia. Recuperado de <http://goo.gl/8NmrJZ>

- O'Sullivan, T. et. al. (1997). *Conceptos Clave en Comunicación y Estudios Culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Rosemberg, R. (17 de septiembre de 2015). Bogotá, la ciudad donde viven los hombres felices. (Imagen 3) recuperado de <http://goo.gl/LTN03G>
- Russell, B. (1999). Know your place HeadMap location aware devices. Recuperado de <http://goo.gl/N7QBWU>
- Sánchez, J. (2004). *Metodología de la investigación científica y tecnológica*. Madrid: Editorial Díaz de Santos.
- Scolari, C. A. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. De Anuario AC/E de Cultura digital 2014. Recuperado de <http://goo.gl/GWd3Ai>
- Secretaria Distrital de Planeación (2009). *Conociendo la localidad de La Candelaria: Diagnóstico de los aspectos físicos, demográficos y socioeconómicos*. Bogotá, Colombia. Recuperado de <http://goo.gl/25zOCG>
- Strauss A, Corbin J. (2002). *Bases de la Investigación Cualitativa. Técnicas y Procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín: Ed. Universidad de Antioquia. Recuperado de <http://goo.gl/cErg9e>
- Umaña Díaz, J. (2008). La raíz de nuestra historia - La Candelaria: ayer y hoy. *Revista La Tadeo*, 0 (73). Recuperado de <http://goo.gl/cCUZfm>
- Vaughan, T. (1995). *Todo el Poder de Multimedia*. Segunda Edición. México: Editorial McGraw-Hill Interamericana.

5. Jornalismo digital e a inclusão de comunidades diversas da região Amazônica: estudo do site InfoAmazônia¹

Paula Melani Rocha, Universidade Estadual de Ponta Grossa
Juliana Colussi, Universidad del Rosario
Abinoan Santiago, Universidade Federal de Santa Catarina.

Resumen

Entre las transformaciones del periodismo en el Siglo XXI se encuentra el aumento de iniciativas de periodismo en línea por sectores y grupos específicos. Esa división del área, caracterizada principalmente por emprendimientos de pequeña y mediana escala, engloba iniciativas basadas en la inclusión de sociedades y grupos diversos normalmente invisibles en los principales medios de comunicación. El presente capítulo analiza el sitio web InfoAmazônia, el cual pretende recopilar noticias sobre la complejidad de la región amazónica, y establecer si hay o no perspectiva de inclusión y si va en contravía de lo preponderante en la propuesta periodística. El marco teórico se basa en el periodismo en línea y valor noticioso. La metodología se compone de entrevista semiestructurada al creador del sitio web y del análisis de los contenidos periodísticos publicados en la sección Noticias. Los resultados apuntan a que el sitio web presenta actualmente una preocupación acerca de la inclusión de hechos sobre la Amazonía, hasta entonces poco conocidos por el público en general.

Palabras clave: periodismo digital, periodismo web, comunidades diversas, valor noticioso.

1. Este capítulo es resultado del artículo presentado en el XIV Congreso Alaic realizado en los días 30, 31 de julio y 1 de agosto de 2018, en la Universidad de Costa Rica.

Digital journalism and the inclusion of diverse communities of the Amazon region: study of the InfoAmazônia site

Abstract

Among the transformations of journalism in the 21st century is the increase in initiatives of segmented online journalism and niches. This unfolding of the field, characterized mainly by small and medium-sized enterprises, encompasses initiatives based on the inclusion of diverse societies and social groups, usually invisible in the mainstream media. This chapter analyzes the InfoAmazônia website, which seeks to aggregate news about the complexity of the Amazon region and assess whether or not there is a prospect of inclusion and counter-hegemony in the journalistic proposal. The theoretical framework is based on web journalism and newsworthiness. The methodology includes a semi-structured interview with the idealizer of the site and analysis of journalistic contents published in the section News. The results indicate that the site currently presents a concern of inclusion of guidelines on the Amazon, until then little known by the general public.

Keywords: Digital journalism, web journalism, diverse communities, newsworthiness.

Periodismo digital en el contexto del Siglo XXI

A partir del final de la segunda mitad del Siglo XX el internet, la globalización, así como el contexto político y económico impactaron en el campo del periodismo y se reflejaron en transformaciones. Los canadienses Charron y De Bonville (2016) afirman que el periodismo ingresó en su cuarto paradigma: el periodismo de comunicación. Entre las características enumeradas por los autores en ese cuarto modelo están: un mercado diversificado con una sobreabundancia de oferta; el desmoronamiento del dominio del mercado, hasta entonces asegurado por la prensa escrita y las cadenas de televisión; y la emergencia de nuevos medios especializados, innovadores y con menos apego a las normas establecidas en el modelo anterior.

La digitalización y la miniaturización de los equipos, el desarrollo de las telecomunicaciones y, más recientemente, la implementación rápida de internet son sucesos en la técnica cuyo uso tiende a cuestionar las normas y prácticas usuales de producción, de difusión y consumo de la información y que sitúan a productores y consumidores de información en un ambiente mediático en pleno cambio (Charon y De Bonville, 2016, p. 30).

Otro aspecto resaltado por los autores frente al aumento de la demanda en el mercado mediático fue la estrategia adoptada por las nuevas iniciativas periodísticas de invertir en la segmentación del mercado o en nuevos mercados (Charon y De Bonville, 2016). Así, el contexto dio lugar a la emergencia de medios periodísticos en el ambiente digital, con líneas editoriales diversificadas, muchas segmentadas o enfocadas a nichos específicos, sobre todo de media y pequeña escala, con iniciativas fundamentadas en la inclusión de sociedades y grupos sociales diversos, y normalmente invisibles para los medios de comunicación convencionales. En Brasil, la Agencia Pública mapeó 86 sitios web de periodismo independiente creados, en su mayoría, a partir de 2010². La metodología usada por la Agência para incluir los sitios web fue considerar iniciativas nacidas en la red, oriundas de proyectos colectivos, sin vínculos políticos o con grandes grupos de medios, organizaciones y empresas. También excluyeron iniciativas individuales

2. Disponible en <<http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>>, recuperado el 11/11/ 2017.

y blogs. Al mismo tiempo que el mapeo encabezado por la Agencia Pública, se dio una recomendación colaborativa realizada por lectores, la cual tiene registrada más de 139 sitios web (Agência Pública, 2017). Los dos mapas presentan iniciativas segmentadas por región, ciudades, temas, o enfocados en nichos. En ese sentido, Kikuti y Rocha (2017) identificaron 15 sitios web en el mapa de la Agência que presentan en su línea editorial cuestiones de género y empoderamiento. Otra encuesta con el mismo alcance trata de la investigación Empreendimentos do Jornalismo Digital Brasileiro³ que rastreó, entre 2015 y 2016, más de 200 iniciativas independientes en línea.

En el ámbito latinoamericano, en 2016, el Foro Latinoamericano de Medios Digitales y Periodismo lanzó el Primer Estudio de Medios Digitales y Periodismo en América Latina con el apoyo financiero del Fondo Regional para la Innovación Digital en América Latina y el Caribe (FRIDA)⁴. El estudio rastreó, en el periodo de enero a abril de 2014, solamente las iniciativas con cobertura nacional – al considerar el alcance del tema –, con personal propio y proyecto editorial. La investigación analizó 34 iniciativas de 13 países (Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Perú, Venezuela y Uruguay). Del total de las 34, el 73% fue creada entre 2010 y 2014.

Entre las conclusiones, el estudio señaló que la mayor parte de las iniciativas que hicieron periodismo investigativo son financiadas por donaciones internacionales y con estrategias de recogida de fondos colectivos.

Posteriormente, Sembramedia (2017)⁵ divulgó un estudio sobre 100 emprendimientos de periodismo digital fundados a partir de 1998, en Argentina, Brasil, Colombia y México, siendo 25 en cada país. De esas 100 iniciativas, 49% fueron creadas hace más de 4 años, y otro dato revelador es que 45% sufrieron violencia o amenazas a causa del periodismo hecho. De acuerdo con el informe “ (...) los periodistas emprendedores están transformando profundamente la manera en que el periodismo es ejercido y consumido en América Latina” (Sembramedia, 2017, p. 6). Por medio de las coberturas, los periodistas promueven mejoras en la ley, defienden los derechos humanos, exponen la corrupción y el abuso de poder (Sembramedia, 2017).

Este capítulo trae un análisis del sitio web brasileño InfoAmazônia, una iniciativa digital creada en 2012, en el Siglo XXI, con el propósito de hacer periodismo independiente con cobertura segmentada sobre la Amazonía y su diversidad ambiental, cultural y huma-

3. Disponible en <<http://interatores.com.br/como-estao-sendo-planejadas-as-iniciativas-em-jornalismo-digital-no-brasil/>>, recuperado el 5/6/2016.
4. Disponible en <http://programafrida.net/>, recuperado el 15/11/2017.
5. Disponible en <http://data.sembramedia.org/?lang=pt-br>, recuperado el 11/11/2017.

na. Los objetivos de esta reflexión son: comprender el trabajo periodístico en el sitio web a partir del trabajo de su creador en el proceso de producción de contenido; evaluar si se da o no la inclusión de las diversas comunidades de la región amazónica en las pautas periodísticas; e identificar de qué forma eso se caracteriza por la perspectiva de valor noticioso. Para eso, las referencias teóricas que impregnan la reflexión son el periodismo web y el valor noticioso. El conjunto del análisis está compuesto por el material recogido en la entrevista semiestructurada con el creador del sitio web InfoAmazônia, el periodista Gustavo Faleiros⁶ y el análisis de los tres últimos reportajes publicados en la sección Noticias⁷. En ese sentido, se pretende dialogar con el alcance del trabajo sobre ciudadanía organizadas, observando si hay un diálogo entre la línea editorial del sitio web y los contenidos producidos reconociendo las múltiples ciudadanía y grupos que habitan la Amazonía.

Esta reflexión es parte del proyecto de investigación “Innovación tecnológica y conocimiento científico en periodismo”⁸, el cual tiene como objetivo general entender la fase actual del periodismo no solo como una “crisis” sino reflexionar sobre el proceso de trabajo, modelos de gestión y el conocimiento en periodismo, considerando la innovación tecnológica y los agentes involucrados teniendo como rasgo el periodismo en línea. La investigación pretende contribuir con los estudios sobre las transformaciones que el mundo del periodismo viene transitando; identificar lo que está cambiando en el perfil de los profesionales, en la construcción de la narrativa de contenido, en las formas de gestión probadas por vehículos “tradicionales”, nuevos medios digitales y con las temáticas de ciudadanía digitales e inclusión social.

El sitio web InfoAmazônia

La idea de creación surgió en 2008 cuando el periodista Gustavo Faleiros trabajaba como editor del sitio web O Eco⁹, Al principio, sería un blog que utilizaría imágenes de satélites para ilustrar reportajes, caracterizando mapas interactivos de historias geolocalizadas. Pero solamente hasta 2012 la idea se materializó, por falta de financiamiento (Gustavo Faleiros, 2017)¹⁰. El nombre InfoAmazônia surgió en un encuentro en 2011, con 3 periodistas de seis países que tienen frontera con la Amazonía: Bolivia, Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Brasil. No se logró traer al encuentro periodistas de los otros tres países: Guyana, Surinam y la Guyana Francesa. En esa reunión se

6. La entrevista fue autorizada por el Comitê de Ética em Pesquisa, por medio de Plataforma Brasil.
7. Disponible en <https://infoamazonia.org/pt#!/map=49>, recuperado el 11/11/2017.
8. La investigación fue desarrollada junto al Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (LabJor) de la Universidade Estadual de Campinas, con apoyo de Fapesp (proceso número 2016/ 09841-6) en asociación con la Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).
9. Disponible en <http://www.oeco.org.br>
10. Entrevista hecha al realizador del proyecto, Gustavo Faleiros, el 13 de mayo de 2017 a través de Whatsapp.

creó también Comunicación por la Amazonía, una red de periodistas que eventualmente trabajan juntos en proyectos de cobertura, en especial Perú, Ecuador, Colombia y Brasil.

La elección por la Amazonía ocurrió por dos aspectos: por la disponibilidad de datos en el acompañamiento de la tala de bosque, haciendo posible el uso de periodismo de datos; y por la importancia del tema tanto en el ámbito nacional como internacional, en diálogo con la experiencia en periodismo ambiental adquirida a lo largo de la carrera profesional de Gustavo Faleiros.

Parte del proyecto pasó a ser financiado por el *Client and Development Knowledge Network*, que cubrió dos años del sitio web, hasta 2014, y el periodista Gustavo Faleiros obtuvo una beca profesional del Centro Internacional de Jornalistas. Posteriormente consiguieron otros donadores. “Los primeros cinco años del proyecto... fueron bien financiados. Ahora estamos entrando en una fase un poco más difícil, una fase de transición en que estamos pensando como sostener el proyecto” (Faleiros, 2017).

A diferencia de la forma de gestión del modelo informativo y sostenido por los medios convencionales, la gestión de InfoAmazônia se caracteriza por proyectos de cobertura. Durante el desarrollo de la investigación, el sitio web estaba siendo incubado por otra iniciativa de periodismo independiente de Brasil, especializada en la región amazónica: el sitio web Amazônia Real¹¹; uno de los 100 emprendimientos estudiados en América Latina (SebraeMedia, 2017), que tiene como uno de sus pilares de financiación la Fundación Ford.

En mayo de 2017 el sitio web contaba con cuatro profesionales: dos editores que también tenían la función de reportería y dos programadores, siendo uno responsable por la gestión del servidor y otro estando enfocado en las plataformas de publicación, como mapas, por ejemplo. Según Faleiros (2017), el sitio web ya tenía 14 personas trabajando en proyectos, es decir, además del número fijo, había un número variable de personal de acuerdo con la especificidad de la cobertura y a la cantidad de proyectos en desarrollo. El proceso de trabajo, división de funciones y planificación de las plataformas narrativas (multimedia) es diseñado a partir de la necesidad de publicación, de acuerdo con la aprobación de financiamiento definiendo, incluso, el tiempo de producción.

Discusión teórica y abordaje metodológico

El sitio web InfoAmazônia nació en el ambiente de las *noticias web* y no en la era del periodismo en línea. Para Canavilhas (2001), el periodismo en línea significó una transposición

11. Disponible en <http://amazoniareal.com.br/>

del contenido impreso o de otros formatos al entorno *online*, mientras que una noticia web corresponde a la configuración de un contenido totalmente nuevo que explora las posibilidades de internet. La exposición del autor se alinea con la tercera generación presentada por Mielniczuk (2003) llamada periodismo web. La transposición entre generaciones ocurre a partir de una evolución de los sitios periodísticos en el ambiente digital. Así, la primera generación caracterizada por Mielniczuk (2003) coincide con la posición de Canavilhas (2001) en la cual se configura por el cambio del mismo contenido para otra plataforma. La segunda generación contempla el empleo de algunos recursos como interactividad e hipertexto (Mielniczuk, 2003). La cuarta generación abarca los bancos de datos y el periodismo colaborativo (Reges, 2010). Más recientemente, Barbosa (2013) introdujo en la dinámica de desarrollo de los medios digitales la noción de *continuum multimedia* (Grusin, 2010) que integra en la producción periodística diversos formatos de contenidos como textos, fotos, audios, imágenes, animación, infografías interactivas, *newsgames*, líneas de tiempo; en fin, una diversidad de formatos narrativos que ayudan en la construcción de contenido informativo, realizados por profesionales que emplean las tecnologías digitales y en red (Barbosa, 2013). La construcción hace posible una continuidad narrativa entre diferentes plataformas.

El sitio web InfoAmazônia trabaja con mapas interactivos, bases de datos abiertas de libre descarga y acceso, videos, imágenes, infografías; encuadrándose así, en la quinta generación, de acuerdo con la conceptualización de Barbosa (2013). El contenido está disponible en cinco secciones (Noticias, Proyectos, Mapas, Datos y Blog) que componen los contenidos publicitarios, muchos con enlaces a otras páginas sobre la temática de la cobertura periodística presentada, impulsando de esta manera la navegabilidad.

Figura 1. Página principal InfoAmazônia



Fuente: [//infoamazonia.org/pt#!/map=49](http://infoamazonia.org/pt#!/map=49)

En la página Sobre, el sitio web InfoAmazônia se define a partir del uso de datos asociados con noticias relacionadas con la Amazonía, consiste en una red de periodistas de nueve países de la región, así como bases de datos actualizadas y compartidas para descarga. Barbosa y Torres (2012) consideran la publicidad de bases de datos como una nueva forma de presentar y visualizar informaciones periodísticas, usualmente utilizada en la quinta generación. En un estudio más reciente, Barbosa, Normande y Almeida (2014, p. 6) apuntan a las bases de datos como estructura fundamental en la presentación de noticias, “sea por medio de metadatos, minería de datos, etiquetado, organización de datos, entre otros”. Las secciones Mapas y Datos presentan contenido a partir de bases de datos. Mapas trae 18 mapas interactivos, cada uno siendo elaborado desde un conjunto de informaciones obtenidas en bases de datos diferentes (INPE, NASA, Terra-i Project, Ministério do Trabalho e Emprego, Ministério da Agricultura, Imazon SAD, entre otras). En la sección Datos hay acceso público a cada una de las bases de datos en su integridad para descarga. La última publicación se hizo el 18 de octubre de 2017 y las dos anteriores el 26 y 29 de junio de dicho año. Así, los intervalos de publicación varían. Otra sección que vale la pena mencionar es la de Proyectos que se compone también de mapas, datos con acceso abierto e interactividad. Los dos últimos, por ejemplo, son Alerta de inundaciones y Cartografía de ataques contra indígenas. El primero se trata de una “plataforma piloto para informar con anticipación a las comunidades locales sobre el riesgo de inundaciones” y también ofrece información “para periodistas e investigadores de análisis históricos de niveles de los ríos” (InfoAmazônia, 2017)¹² El segundo es un mapa interactivo, con georreferenciación de información y disponibilidad de datos, el cual presenta registros de asesinatos de indígenas en todo el territorio nacional, indicando cantidad, regularidad y periodo.

Otro aporte teórico usado para analizar el sitio web InfoAmazônia es el concepto de valor noticioso, de acuerdo con la sistematización propuesta por Silva (2014). Para la autora, el valor noticioso comprende una instancia conceptual que involucra valores éticos, epistemológicos, de valor de la noticia y criterios de interés periodístico (*noticiabilidad*). Los dos últimos, la autora los concibe como diferentes perspectivas. De esta manera, los primeros corresponden a las características del hecho en sí. Los segundos se refieren al conjunto de valores noticiosos tratados durante el proceso de selección, producción y construcción del contenido informativo, aproximándose a Wolf (1994):

“(…) Nos lleva a establecer instancias o conjuntos diferenciados de criterios de valor noticioso: (a) En el origen de los hechos (selección primaria de los hechos por su valor

12. Disponible en <https://infoamazonia.org/pt/projects/>, recuperado el 18/11/2017.

noticioso), considerando sus atributos propios o características típicas, que son reconocidos por diferentes profesionales y medios de prensa; (b) en el tratamiento de los hechos, centrándose en la selección jerárquica de los mismos y teniendo en cuenta, además de los valores de las noticias de los hechos elegidos, factores dentro de la organización como: el formato del producto, la calidad del material periodístico (texto e imagen), hora de cierre, infraestructura, tecnología, etc.; así como también factores fuera de la organización directa e intrínsecamente ligados al ejercicio de la actividad periodística como: relaciones del reportero con las fuentes y el público; (c) en la visión de los hechos, a partir de las bases éticas, filosóficas y epistemológicas del periodismo, abarcando definiciones de verdad, objetividad, interés público e imparcialidad, que orientan las acciones e intenciones de las instancias o ejes anteriores” (Silva, 2014, p. 52).

Silva (2013, p. 65) muestra que los cubrimientos periodísticos que llenan los requisitos de valor noticioso son aquellos que presentan acontecimientos que “rompen con las expectativas sociales”. Es decir, que escapan del sentido común “doxa” (concepto filosófico que significa “saber aparente que no conduce a la verdad”). El autor, basándose en una discusión dialógica con perspectivas de representación simbólica, interaccionismo y marxismo, muestra que la clase dominante tiene interés en defender la *doxa*, como una “(...) intención de establecer en su ‘debido lugar’ una manera hegemónica de pensar y discutir el mundo” (Silva, 2013, p. 82). Por lo tanto, las noticias generalmente empleadas en el periodismo sirven como eventos que escapan del principio rector de la concepción de la realidad, los cuales son comprendidos por valores y criterios noticiosos construidos sobre la base de las normas y valores sociales actuales. Tanto la escogencia del hecho como de posible interés periodístico, como el enfoque y la selección de las fuentes siguen la lógica dominante de comprensión del mundo. Incluso si es para probarla o confrontarla, comienzan desde el mismo referencial incorporado como sentido común. Existe una dificultad en producir inflexiones en el cubrimiento periodístico a partir de la asimilación de nuevas perspectivas. En el campo empírico, eso significa que no basta simplemente con trazar un acontecimiento con múltiples fuentes para componer una narrativa horizontal e inclusiva. Es necesario producir una cobertura polifónica con versiones oriundas de lugares sociales, culturales, étnicos y de género distintos; además de seleccionar como eventos periodísticos hechos no visibles a la lógica convencional y dominante, comúnmente diluidos en la “doxa”. Sería un quiebre de paradigma en lo referente a valor noticioso.

El análisis propuesto pretende evaluar por medio de entrevista con el responsable del proyecto, Gustavo Faleiros¹³, y del análisis de las dos últimas publicaciones en la sección

13. Entrevista hecha al realizador del proyecto, Gustavo Faleiros, el 13/05/2017.

Noticias, si el proyecto del sitio web InfoAmazônia logra realizar coberturas priorizando el valor noticioso a partir de la inclusión de las comunidades no reconocidas por el contenido periodístico producido por los medios de comunicación principales, como publicaciones relacionadas con la Amazonía que escapan de la visión dominante, del sentido común. Las noticias seleccionadas son: “El Papa anunció Sínodo de Obispos para la región Amazónica” (del 18/10/2017), y “Esta pareja construyó una comunidad sostenible en la Amazonía” (del 29/06/2017).

InfoAmazônia: valor noticioso e inclusión de las comunidades regionales

La propuesta inicial del sitio web se transformó en un periodo de más de seis años de actividad. Parte de esa transformación se debe a la inmersión del periodista en la región, lo que dio lugar a cambios en los temas de cobertura.

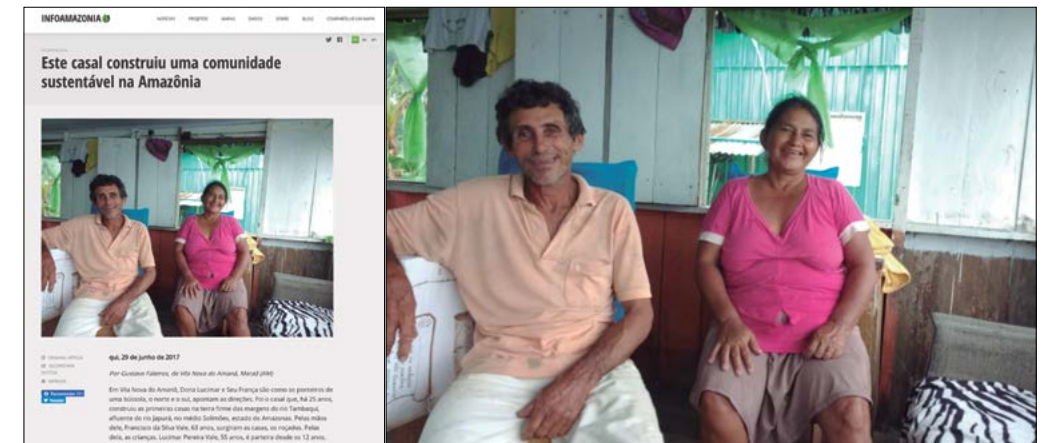
“A lo largo de dos años fueron surgiendo otras cosas que reforzaron esa percepción de que es una región importante, que tiene historias para ser contadas... Ahora en particular estoy muy enfocado en echar una mirada a otros aspectos que sean socioambientales. Comenzamos muy enfocados en la cuestión ambiental, pero ahora estoy más bien interesado en el aspecto socioambiental de la población indígena, también en la cultura. Los asuntos relacionados con la salud y la alimentación en la Amazonía son esenciales para que nosotros logremos un cubrimiento bien hecho” (Faleiros, 2017).

El discurso de Faleiros señala que la práctica de cubrir la región y el conocimiento sobre la complejidad que habita en la Amazonía incluye no solo el tema del bosque en sí y el medio ambiente, sino también el ambiente social con sus particularidades representadas por comunidades diversas respecto a etnia, contexto social, modo de producción, sustentabilidad y cultura, lo que redirige su interés periodístico.

El sostenimiento financiero de InfoAmazônia se caracteriza por un distanciamiento de la participación activa en intereses políticos y económicos regionales en la manutención del proyecto y la gestión editorial asociada al cubrimiento periodístico. Ello permite la movilidad en este último, sin distanciarse del espacio de la Amazonía.

El primer contenido analizado “Esta pareja construyó una comunidad sostenible en la Amazonía” es de autoría de Gustavo Faleiros y trae cuatro fotos y tres enlaces, los cuales dirigen al lector a otras fuentes mencionadas en el texto (no humanas), además de la pareja que apoya el informe.

Figura 2. Publicación de contenido “Esta pareja construyó una comunidad sostenible en la Amazonía.



Fuente: [//infoamazonia.org/pt/2017/06/casal-comunidade-sustentavel-amazonia/#!/story=post-16966](https://infoamazonia.org/pt/2017/06/casal-comunidade-sustentavel-amazonia/#!/story=post-16966)

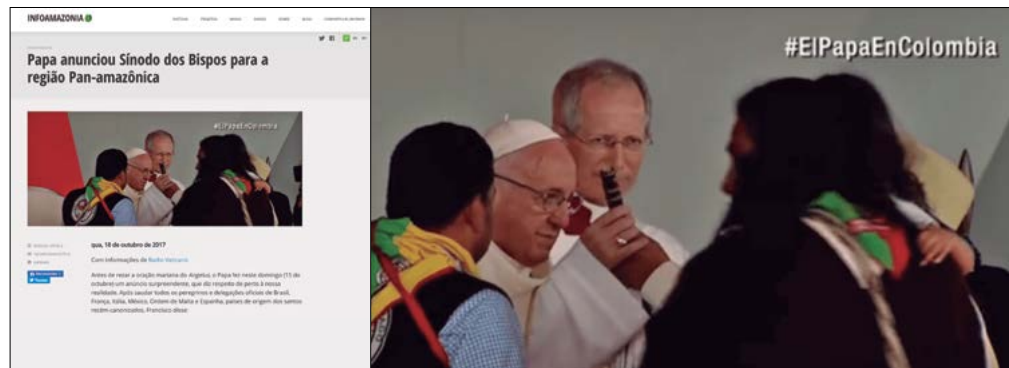
Tanto el hecho publicado como su contenido tienen como *noticiabilidad* (valores noticiosos y criterios de calidad noticiosa) lo que es ajeno a la guía del sentido común (*doxa*). La publicación retrata a una comunidad sostenible de la ribera, formada a partir del matrimonio con ayuda de biólogos del Instituto Mamiraurá y el proyecto de una reserva. Es un cubrimiento de inclusión de una comunidad invisible para los medios de comunicación convencionales y otras regiones del país. También es un cubrimiento de inclusión al traer la perspectiva de otro modo de vida (económico, de relaciones entre los integrantes de la comunidad y su visión de mundo), con empoderamiento de fuentes populares y no oficiales.

La segunda publicación “El Papa anunció Sínodo de Obispos para la región Amazónica” es de autoría de la Radio del Vaticano, y trae una foto con tres enlaces. Se trata de la primicia sobre la preocupación del Vaticano por llevar a cabo misiones de evangelización en la región, especialmente con grupos indígenas sacudidos por la amenaza a los bosques y al medio ambiente. Ese contenido no presentó fuentes diversificadas y no invisibles a los medios convencionales. También trae una publicación presente en las coberturas que es la deforestación de la región. La diferencia es el enfoque de las misiones. Con todo, los representantes de los grupos indígenas no se escuchan en el texto principal.

Los dos reportajes analizados son publicados por InfoAmazônia. Si bien la segunda es con asesoría del Vaticano, es reproducida por el sitio web y no por los periódicos asociados. Esa identificación es registrada en el sitio web con una marca anexa.

Como ya se mencionó, las asociaciones entre periódicos de los países fronterizos a la Amazonía son parte constitutiva del proyecto.

Figura 3. Publicación del contenido “El Papa anunció Sínodo de Obispos para la región Amazónica”



Fuente: [//infoamazonia.org/pt/2017/10/portugues-papa-anunciou-sinodo-dos-bispos-para-a-regiao-pan-amazonica/#!/map=49&story=post-17175](https://infoamazonia.org/pt/2017/10/portugues-papa-anunciou-sinodo-dos-bispos-para-a-regiao-pan-amazonica/#!/map=49&story=post-17175).

El análisis de los textos apunta a una preocupación del sitio web por la inclusión de comunidades, así como grupos sociales y culturales en la narrativa periodística y el valor noticioso de los sucesos. Ello se reitera después de la observación de las publicaciones que se hicieron después del periodo de recogida para el análisis de esta reflexión. En total cinco contenidos en 2018: “Científicos se unen a la comunidad en red de investigación colaborativa” (7 de mayo); “La colaboración ciudadana será destacada por Espaço Amazônia en el congreso de unidades de conservación” (30 de julio); “Plataformas y aplicaciones facilitan la participación de la sociedad en investigación y conservación de la biodiversidad” (7 de agosto); “Río Amazonas está robando agua del Río Orinoco” (27 de agosto), y la última del 20 de septiembre de 2018: “Fotoperiodista del Correo del Croní está desaparecido hace más de seis meses”. De estas cinco publicaciones, tres fueron hechas por InfoAmazônia y dos por periódicos asociados al proyecto.

Ahora bien, aún es rápido para afirmar que InfoAmazônia logró avanzar en un nuevo paradigma de valor noticioso. Parte de ello se debe a la propia jocosidad del sitio y al modelo de gestión que depende de financiamientos, aprobaciones de proyectos y colaboraciones en la producción de contenido. Si lo anterior actúa como limitaciones del proyecto, la formación de su realizador y su inmersión en el mundo de la Amazonía van distorsionando el valor noticioso y los criterios de interés periodístico que vienen del sentido común. Aquí nos atrevemos a señalar las distorsiones del modelo de valor noticioso, propio de la prensa convencional; y así mismo, las intenciones e incluso

acciones del editor Gustavo Faleiros en plantear nuevas perspectivas, basadas en las particularidades de la conformación de estas nuevas iniciativas digitales, si bien aún embrionarias y en proceso de consolidación.

Referencias

- Agência Pública. (2017). Agência de reportagem e Jornalismo Investigativo Pública. Disponible en [//apublica.org/mapa-do-jornalismo/](http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/), recuperado el 11/11/2017.
- Barbosa, S. y Torres, V. (2012). Extensões do Paradigma JDBD no Jornalismo Contemporâneo: modos de narrar, formatos e visualização para conteúdos. En: Anais eletrônicos do XXI Encontro Compós. N. 21, v. 1. Juiz de Fora, MG: UFJF
- Barbosa, S. (2013). Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais”. En Canavilhas, J. (Ed.), Notícias e Mobilidade. O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis, Covilhã, PT, Livros LabCOM, 2013. pp. 33-54.
- Barbosa, S.; Normande, N. y Almeida, Y. (2014). Produção horizontal e narrativas verticais: novos padrões para as narrativas jornalísticas. Documento presentado en el Grupo de Trabalho Estudos de Jornalismo del XXIII Encontro Anual da Compós, en la Universidade Federal do Pará, Belém, del 27 al 30 de mayo de 2014.
- Charron, J. y De Bonville, J. (2016). Natureza e transformação do jornalismo, Florianópolis: Ed. Insular.
- Canavilhas, J. M. (2001). Webjornalismo: Considerações gerais sobre jornalismo na web. Disponible en [//www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf](http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf).
- Faleiros, G. (13 de mayo de 2017). Entrevista con el creador del sitio web Gustavo Faleiros, realizada por Whatsapp, aprobada por el Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos. Plataforma Brasil.
- Fondo Regional para la Innovación Digital en América Latina y el Caribe (FRIDA). (2016) YÚDICO, J.M. (org) Primer Estudio de Medios Digitales y Periodismo en América Latina. Disponible en <http://programafrida.net/>, recuperado el 15/11/2017.
- Grusin, R. (2010). Premediation: affect and mediality after 9/11. Londres: Palgrave.
- Infoamazônia (2017). Disponible en <https://infoamazonia.org/pt#!/map=49>, recuperado el 15/11/2017.
- Kikuti, A. y Rocha, P.M. (2017) O jornalismo independente e o empoderamento do discurso de gênero nas mídias digitais. En: Anais 13º Mundo de Mulheres e Fazendo Gênero 11. Disponible en http://www.en.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1497722193_ARQUIVO_KIKUTI-ROCHAFAzendoGenero.pdf, recuperado el 10/10/2018.
- Mielniczuk, L. (2003) Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. (Tesis de doctorado). FACOM/UFBA, Salvador.
- Reges, T.L. da R. (2010). Características e gerações do Webjornalismo: análise dos aspectos tecnológicos, editoriais e funcionais. Disponible en [//www.bocc.ubi.pt/pag/reges-thia](http://www.bocc.ubi.pt/pag/reges-thia)

ra-caracteristicas-e-geracoes-do-webjornalismo.pdf.

SebraeMedia (2017). Ponto de Inflexão. Impacto, ameaças e sustentabilidade. Disponible en // data.sebraemediamedia.org/?lang=pt-br, recuperado el 11/11/2017.

Silva, G. (2014) Para pensar critérios de noticiabilidade. En Fernando, M. L.; Silva, G. y Silva, M. P. da. Critérios de Noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular.

Silva, M. P. da. (2013). A construção cultural da narrativa noticiosa: noticiabilidade, representação simbólica e regularidade cotidiana. (Tesis de doctorado). Programa de Posgrado en Comunicación Social de la Universidade Metodista de São Paulo.

Wolf, M. (1994). Teorias da comunicação. Lisboa: Editorial Presença.

Respetar al Banxico
Arstens ama a cuidar la economía

El mandatario debe preservar la estabilidad financiera, dice Meade

CONVENCIÓN

José Manuel Artega
y otros

PULCO.— Para generar un mayor crecimiento económico, el próximo presidente de México deberá mantener la estabilidad financiera alcanzada por el país y respetar el mandato del Banco de México, dijo el gobernador del Banco de México, Agustín Cárdenas.

“La estabilidad no es una condición suficiente, pero sí necesaria para que haya crecimiento. El nuevo gobierno debe tomar esa base”

Agustín Cárdenas, gobernador del Banco de México

se ha traducido en un contenido en donde hacia afuera hay muchos elementos de incertidumbre, pero México ofrece un espacio de certidumbre y creo que eso es un valor que hay que preservar”, dijo Meade.

Durante la clausura de la Convención Bancaria, Gerardo Rodríguez Regedosa, subsecretario de Hacienda, advirtió que es indispensable fomentar una mayor competencia en el sector bancario que reduzca los niveles de concentración y fomente una democratización de los canales de distribución de los productos financieros.

do durante mu- la estabilidad fi- se constituya en hoy creo que eso

CANDIDATOS ANTE BANQUEROS



Imágenes tomadas <https://www.eluniversal.com.mx>

UNIVERSITARIOS EXIGEN EQUIDAD INFORMATIVA

Estudiantes de la UIA, Tec de Monterrey, ITAM, Universidad Anáhuac y UNAM se manifestaron ante Televisa para exigir una cobertura informativa equilibrada del proceso electoral y se respete su derecho a la libertad de expresión; rechazaron que su protesta tuviera fines políticos **NACIÓN A6**

Cae otro militar por posibles nexos con los Beltrán Leyva

Sérvia Otero
sotero@procuraduria.gob.mx

El teniente coronel de Caballería retirado Sérvio Isidro de Jesús Hernández Soto fue presentado ante la PGR como parte de la investigación por delincuencia organizada que se realiza contra elementos del Ejército por sus presuntos nexos con el cártel de los Beltrán Leyva, con lo que surman cuatro los militares asegurados bajo sospecha. Informó la Secretaría de la Defensa Nacional (Sedena).

Anoche, personal de la Procuraduría General de Justicia Militar cumplimentó una orden de localización y presentación, a petición de la SIEDO, para que rinda su declaración ministerial, añadió la Sedena. La dependencia expuso en un comunicado que “con esta diligencia se cumplimentan las cuatro presentaciones de personal requeridas por la PGR”, el 7 de mayo pasado. El teniente coronel Hernández Soto fue director de la Policía Ministerial de Sinaloa; fungió como inspector gene-

NACIÓN A6

46 grados
centígrados marca el termómetro en varios estados

19 personas
han sido internadas en Sonora por deshidratación

Calor y

FIN de SEMANA

RETRATO ÍNTIMO DE LA BARONESA DE LAS LETRAS

•• Elena Poniatowska es una de las escritoras con más reconocimiento. Hoy, en su

1. Medios sociales, capital social y sentimiento de eficacia política: Un estudio comparativo entre las juventudes de México y Perú

Daniel Javier de la Garza Montemayor ¹
Amaro la Rosa ²
Daniel Barredo Ibáñez ³
Úrsula Freundt-Thurne ⁴

1. Doctor en Filosofía con orientación en Ciencias Políticas por parte de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL). En la actualidad se desempeña como Profesor de Tiempo Completo de la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales de la UANL. Tiene la distinción de Candidato a Investigador Nacional dentro del Sistema Nacional de Investigadores durante el periodo 2018-2020, concedido por el CONACYT (México). Correo electrónico: djdelgarzam@uanl.edu.mx.
2. Licenciado en Psicología y Maestro en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Inca Garcilaso de la Vega (Lima-Perú). Investigador del Instituto de Investigación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres. Investigador registrado en DINA. Correo electrónico: amarolarosa@gmail.com
3. Doctor en Periodismo por la Universidad de Málaga. Investigador sénior acreditado por COLCIENCIAS. Profesor de carrera de la Universidad del Rosario (Colombia) y director del proyecto de I+D Esfera pública y participación ciudadana, financiado con el fondo de proyectos de Gran Cuantía de esta institución. Correo electrónico: daniel.barredo@urosario.edu.co
4. Doctora en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Politécnica de Cataluña (Barcelona-España). Magister en Docencia para la Educación Superior por la Universidad Andrés Bello (Chile). En la actualidad se desempeña como Decana de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Correo electrónico: ursula.freundt@upc.pe

Resumen

El estudio sobre la relación entre los medios sociales y la implicación ciudadana se ha producido tanto en diferentes contextos, como en diversas coyunturas políticas. En términos generales, cada investigación presenta resultados que, en buena medida, son válidos principalmente para su entorno y el momento histórico que retratan. Esto se debe en parte a que las redes sociales virtuales se encuentran en una continua evolución, pero también los países latinoamericanos han ido cerrando de manera paulatina la brecha digital, por lo que sus alcances pueden variar. Por otra parte, también existen determinados momentos en los que se intensifica la implicación cívica que se traslada de las redes a las calles, con lo cual no se puede describir un comportamiento lineal de este fenómeno. Con el fin de contribuir a comprender mejor este proceso, realizamos un estudio con jóvenes universitarios de dos países emblemáticos en América Latina: México y Perú. En el primer caso, se realizaron 1.239 encuestas en el contexto de las elecciones presidenciales mexicanas de 2018. En el segundo caso, se aplicaron 720 cuestionarios a finales de 2017, previo a la crisis política que culminó con la renuncia del presidente peruano en marzo de 2018. En este estudio nos concentramos en dos dimensiones principalmente: el sentimiento de eficacia política, entendido como el constructo que analiza si el individuo considera que su contribución individual a política incidirá de manera positiva en su entorno; y el capital social, que parte de la construcción de la confianza en una sociedad con el fin de llevar a cabo acciones colectivas. Los resultados demuestran que, en efecto, tanto el capital social, el sentimiento de eficacia política y la participación en línea de los jóvenes encuestados en México y en Perú, se encuentran relacionados entre sí. En términos generales, aun cuando ambos países latinoamericanos mantienen dinámicas políticas distintas, se encontró que existe un patrón similar en cuanto a los constructos que se examinaron durante el estudio.

Palabras clave:

Redes sociales, eficacia política, capital social, participación política, Internet.

Public networks, social capital and sense of political efficacy: A comparative study between the youth of Mexico and Peru.

Abstract

The study of the relationship between social media and citizen involvement has occurred in different contexts, as well as in different political situations. In general terms, each research presents results that, to a large extent, are valid mainly the historical moment and the specific place they portray. This is partly due to the fact that social networks sites (SNS) are in a continuous evolution, but as Latin American countries have variations on the matter of digital divide, so their influence may vary. On the other hand, there are also certain moments in which the civic involvement that is transferred from the networks to the streets varies in its intensity, so it is not possible to describe a linear behavior of this phenomenon. In order to contribute to a better understanding of this process, we conducted a study among university students from two emblematic countries in Latin America: Mexico and Peru. In the first case, 1239 surveys were conducted in the context of the Mexican presidential elections of 2018. In the second case, 720 questionnaires were applied at the end of 2017, prior to the political crisis that culminated in the resignation of the Peruvian president in March of 2018. In this study we concentrate on two main dimensions: the sense of political efficacy, understood as the construct that analyzes whether the individual considers that his individual contribution to politics will have a positive impact in his environment; and social capital, which starts from the construction of trust in a society with the aim of carrying out collective actions. The results show that, in effect, the social capital, the feeling of political efficacy and the online participation of the young people surveyed, in Mexico and Peru, are related to each other. In general terms, even though both Latin American countries maintain different political dynamics, it was found that there is a similar pattern in terms of the constructs examined during the study.

Key words:

Social networks, political efficacy, social capital, political participation, Internet.

Introducción

Aunque México y Perú comparten muchas características similares como países latinoamericanos, sus contextos políticos recientes son divergentes. Sin embargo, ambos han sufrido tanto crisis políticas recientes, como procesos de ruptura que han tenido sus respectivas repercusiones en la discusión sobre asuntos de interés público, tanto dentro de los medios sociales, como fuera de los mismos. En el caso de Perú, esta encuesta se aplicó en medio de tensiones políticas, así como de un clima de desaprobación a la gestión del presidente Pedro Pablo Kuczynski de un 65% para noviembre de 2017⁵, situación que finalmente lo llevaría a dimitir en marzo de 2018.

En el caso de México, el cuestionario fue contestado por parte de jóvenes mexicanos en un proceso electoral que derivó en un resultado histórico: la victoria de la izquierda mexicana en las urnas, con un triunfo amplio de Andrés Manuel López Obrador como presidente electo con un 53% de los votos computados, así como una presencia mayoritaria en el Congreso de la Unión por parte del partido MORENA (Movimiento de Regeneración Nacional) y sus aliados.

En estricto sentido, parecerían procesos inversos (la destitución de un presidente y la elección de otro), pero ambos representan rupturas en sus respectivos sistemas políticos. En buena parte puede subrayarse que, en términos generales, existe un desgaste evidente en las estructuras tradicionales de poder. En el caso del Perú, implicó la salida de un mandatario acusado por casos de corrupción, así como por otorgarle “indulto humanitario” al expresidente Alberto Fujimori (24/12/2017), curiosamente días después de que su pedido de vacancia (21/12/2017) no prosperara al no alcanzarse los votos requeridos. En el caso de México, ganó la elección presidencial un candidato con una larga trayectoria opositora (Bolívar, 2017), con un discurso anticorrupción.

Es en el contexto de estos momentos históricos, como se mencionó antes, que ambas encuestas fueron aplicadas. Para el propósito de este estudio, se analizarán principalmente las respuestas que se obtuvieron de los jóvenes en cuanto a los constructos de capital social y de eficacia política. Se buscó relacionar ambos conceptos con la participación política tanto dentro como fuera de línea de los encuestados.

5. Encuesta nacional realizada por la empresa Ipsos Perú publicada por el diario peruano El Comercio. 12 de noviembre de 2017. <https://elcomercio.pe/politica/aprobacion-ppk-volvio-caer-encuesta-ipsos-peru-noticia-473173>

Redes sociales y el contexto mexicano

La irrupción de los medios sociales en México fue notoria durante el surgimiento del movimiento #YoSoy132 en México. Se trató de un movimiento que surgió en contra de la concentración de medios de comunicación masiva que imperaba en ese momento y su manipulación informativa durante las elecciones presidenciales de 2012 que llevaron a la presidencia al candidato del PRI, Enrique Peña Nieto (Alonso, 2013). La juventud fue clave en este proceso, debido a que las protestas que se generaron en los medios sociales se expresaron en las calles con una enorme energía y creatividad (Red, 2013). El Movimiento #YoSoy132 fue producto de una comunidad virtual tan amplia como la mexicana, que había tenido algunos antecedentes con movilizaciones dentro de la red, pero ninguna había cobrado tanta notoriedad como sería a raíz de este proceso histórico (Sancho, 2014).

En esto coincide el estudio, que abarca una década, de Domínguez y López (2015), en el que asegura que las redes sociales se convirtieron en el espacio natural de expresión de los jóvenes universitarios, en la medida en que la tecnología evolucionaba y se encontraba al alcance de todos. Estos acontecimientos originarían una nueva forma de comunicación, en la que, en abierta oposición a los medios tradicionales, surgirían grupos de la sociedad civil, su mayoría pertenecientes a una nueva generación, que realizarían un importante contrapeso con información de denuncia (Cordero y Alberich, 2015), un cambio sustantivo que, en México, ha dado origen a una nueva construcción del estudio en materia de comunicación política (Rodríguez-Estrada, 2017).

La continuación del ciberactivismo en México se vio demostrada durante las protestas virtuales en contra de la Ley de Telecomunicaciones en 2014, en la que uno de los apartados propuestos pretendía limitar la libertad de expresión dentro de los medios sociales (Torres-Nabel, 2014). En las siguientes elecciones legislativas federales se confirmó que existía una nueva modalidad de participación política y de deliberación pública a partir de los medios sociales. En buena medida, la participación política en línea fortalecía la participación política fuera de las redes, creando una sinergia que comenzaba a cambiar la correlación de fuerzas de los medios tradicionales (De la Garza y Barredo, 2017). Fue irónico que, precisamente, durante el gobierno de un presidente que fue acusado de llegar al poder mediante el apoyo decidido de los medios de comunicación masiva, éstos se debilitaron de forma consistente, en la misma medida que el gobernante perdió popularidad de forma progresiva (De la Garza y Barredo, 2018).

Redes sociales y el contexto peruano

Es indudable la importancia que las redes sociales en línea han adquirido en los últimos años a nivel mundial, especialmente entre los jóvenes. El filósofo esloveno Slavoj Žižek reconoce de manera implícita la trascendencia de Internet para el ser humano actual cuando la caracteriza como «la red de comunicación global que todos usan y que viene a ser la sustancia de sus vidas sociales» (Žižek, 2008). En América Latina se ha producido un aumento del número de usuarios, pero es esta una región todavía identificada por la brecha tecnológica, en donde los usuarios se centran más en consumir, que en producir contenidos (Barredo *et al.*, 2018).

En el caso peruano, el incremento en el uso de las redes sociales se relaciona con los siguientes factores:

- El crecimiento del mercado de Internet originado por la disminución del costo de las líneas dedicadas para conexiones domiciliarias en consonancia con su mayor demanda.
- La ampliación progresiva a nivel nacional de Internet de banda ancha, que posibilita el acceso más rápido a un mayor volumen de datos, con mayor calidad de información. La norma en vigencia al momento de redactar este artículo señala que debe ser como mínimo de 4 Mb.
- El acceso creciente al servicio gratuito de redes inalámbricas (Wifi) en ciudades, universidades, así como en diversos locales públicos tales como hoteles y restaurantes.
- El abaratamiento de costos de los teléfonos inteligentes con acceso a Internet y a las principales redes sociales.
- La disminución de costos del servicio de telefonía móvil dada la mayor competencia entre los operadores.
- La reducción de las tarifas de Internet móvil en Perú. Según el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL, 2018) la tarifa para navegar en Internet móvil se redujo en 92 por ciento en el curso de los últimos cuatro años.
- La mayor disponibilidad de tablets a bajo costo, debido a la economía de escala.

El estudio **Internet y medios sociales en Perú**, realizado por Tendencias digitales (2018) muestra que: “La penetración de internet en Perú es de 48%. Si bien subió 3 puntos desde 2015, aún se encuentra muy por debajo de la media de la región que está en 61%;

67% de los usuarios pertenecen al género masculino, más del doble que la proporción de mujeres. Poco más de la mitad de los usuarios (51%) forman parte de la Generación X; les siguen los Baby Boomers (28%) y los Millenials (21%)⁶.”

En contraposición con lo que suele pensarse, los jóvenes peruanos no evidencian desinterés por la realidad política: “los estudios les permiten un conocimiento de la realidad y opinan que todo universitario debe comprometerse a ser un buen estudiante (97,1%) y debe preocuparse por los problemas del país (95,8%)” (Cano-Correa, Quiroz y Nájjar, 2017). Tanto más está demostrada su activa participación en la génesis de diversos movimientos sociales contemporáneos en Perú (Acevedo, 2015:11). La participación de los jóvenes en los movimientos sociales de la era 2.0, potencialmente, se facilitaría por su dominio de los recursos y aplicaciones de Internet y de los teléfonos móviles; su gran capacidad de convocatoria a través de las redes; su grado de identificación con los movimientos sociales; o el interés de los jóvenes por participar en el cambio social y la independencia de los medios sociales de las tradicionales modalidades de comunicación (La Rosa, 2014). Pero todavía persisten algunos problemas en el imaginario de estos jóvenes y en su relación con la tecnología; de acuerdo con Barredo *et al.* (2018), dichos usuarios tienden a consumir más frecuentemente contenidos originados en línea, a contenidos fuera de línea. Sin embargo, como describen estos autores, las plataformas fuera de línea siguen siendo consideradas como más confiables -para los jóvenes peruanos-, que las que paradójicamente ocupan un mayor tiempo en su cotidianidad.

Sentimiento de eficacia política y su incidencia en la participación política

Cada ser humano es único, no obstante, tiene en esencia rasgos comunes con los demás que naturalmente se manifiestan de manera diferente por razones de naturaleza psicológica o cultural. En la vida diaria, en función de su desarrollo personal-social, de las experiencias que vayan interiorizando y de su ajuste al entorno, los seres humanos pueden sentirse plenamente capaces de realizar apropiadamente un sinnúmero de acciones. Sobre el particular, Nussbaum (2002) plantea una clasificación de capacidades:

- Básicas: De carácter innato; vale decir las potencialidades del individuo
- Internas: Desarrolladas por el individuo considerando su funcionalidad.
- Combinadas: Capacidades internas desarrolladas en vinculación con condiciones externas del entorno en que se desenvuelve.

6. <https://tendenciasdigitales.com/internet-y-los-medios-sociales-en-peru/>

A decir de Gómez (2013), este criterio filosófico «tiene una clara orientación política» y es evidente que se emparenta con la eficacia política, en especial con las necesidades combinadas relacionadas con las condiciones del medio ambiente.

En términos generales, Bandura (1974) describe la autoeficacia percibida como «las creencias de las personas sobre sus capacidades de producir determinados niveles de rendimiento que ejerzan influencia sobre eventos que afectan sus vidas». Señala, además, que pueden desarrollarse fundamentalmente mediante cuatro fuentes: experiencias maestras que impliquen superar obstáculos, experiencias vicarias de modelos sociales, persuasión social y reducción de situaciones de estrés.

Campbell, Gurin y Miller (1954) plantean que eficacia política es el “sentimiento de que el cambio político y social es posible y que el ciudadano individual puede desempeñar un rol para promover este cambio”. Podría conceptualizarse igualmente como la percepción individual de que se logrará cierto efecto en el ámbito político en el cual se desarrolla el individuo. Si tomamos el punto de vista de Bordieu, ese cambio en lo político se relaciona estrechamente con un cambio real en el sistema de recursos simbólicos que se utilizan en el entorno social respectivo: «...la revolución política no encuentra su cumplimiento sino en la revolución simbólica que la hace existir plenamente, dándole los medios de pensarse en su verdad» (Bordieu, 2009).

Sobre este mismo tema, Abramson (1987) estima que la eficacia política es el «conjunto de sentimientos por medio de los cuales los ciudadanos creen que poseen una capacidad para influir sobre las decisiones de los líderes políticos». Esto explica el comportamiento político de quienes tienen confianza ciega en un líder *outsider*, cuyas propuestas no son nada claras, pero cuya demagogia convence por su verosimilitud (apariencia de verdad) arguyendo que recoge el sentir popular y aparenta tomar nota de todas las sugerencias formuladas por sus seguidores, quienes así retroalimentan su visión de la realidad política. Tratándose de líderes manipuladores puede llegarse al extremo de usar la fabulación, vale decir la presentación de información falsa (Martínez, 2005:37).

A partir del análisis de la obra de diversos autores, Mierina (2011) plantea dos categorías de eficacia política:

1. Eficacia externa: que describe la percibida capacidad de respuesta del gobierno.
2. Eficacia interna: que es la autoeficacia percibida y representa el sentimiento de ser capaz de actuar de modo efectivo en el ámbito político con sus capacidades.

Naturalmente, estas dos categorías no están aisladas una de la otra. A partir de una investigación con una muestra de 1.071 estudiantes de la Universidad de Oviedo, Ovejero y Grossi (1994) concluyen que la eficacia política interna determina el grado de la eficacia política externa, debido a que, si consideran que pueden cambiar el sistema, pueden llevar a cabo acciones determinadas.

La investigación de Zhou y Pinkleton (2012) realizada con universitarios del noroeste de Estados Unidos, demostró el uso de una variedad de recursos de información; medios tradicionales, redes sociales y sitios web de información pública, lo cual resulta importante para la eficacia y la participación políticas. La diversidad de fuentes contribuye, asimismo, a una toma de decisiones más apropiada. Igualmente, el estudio comprueba que el compromiso de los jóvenes es de suma importancia para el desarrollo de la eficacia política. En un experimento de campo, Rhee and Kim (2009) encontraron que las señales de identidad social aumentaban la eficacia de la discusión política, la misma que también se incrementaba en condiciones de deliberaciones anónimas en línea.

En los jóvenes es posible encontrar una vinculación entre la eficacia política y las modalidades no convencionales de participación política, vale decir, aquellas acciones que no involucran necesariamente la integración en partidos políticos. Sobre el particular, la investigación de Brussino, Rabbia y Sorribas (2009) revela que: «Los encuestados que optan por involucrarse principalmente en formas no convencionales son aquellos que se autoperciben como competentes para intervenir en los asuntos públicos, a la vez que muestran un mayor interés en la dinámica política en la cual están inmersos».

Por su parte, Schulz (2005) encuentra un vínculo entre la eficacia y la estabilidad democrática: «altos niveles de eficacia entre los ciudadanos son vistos generalmente como deseables para la estabilidad de la democracia». Sobre el particular pueden estimarse algunas de las siguientes razones:

- La percepción de libre logro de metas políticas solo es posible en regímenes democráticos.
- El ciudadano está convencido de la legitimidad del régimen.
- El ciudadano tiene confianza en la participación política en el sistema.
- La libertad de reunión está garantizada.
- Las reglas de juego del sistema son estables y abiertas.
- Existe amplia libertad para asociarse en grupos y partidos políticos que cuentan con paradigmas filosóficos e ideologías propias.

En relación con el comportamiento político y la democracia, suele destacarse la utilidad que tiene la participación social. Al respecto, se investigó el impacto de la intervención activa de los ciudadanos en la elaboración del presupuesto participativo de la ciudad de Elche (España), entre 2008 y 2011. Pineda (201) encontró que, a diferencia de experiencias similares, solo se había incrementado levemente la confianza de los ciudadanos en su potencial de influencia sobre las decisiones políticas, que es un indicador de eficacia política.

Brussino *et al.* (2006), al analizar la relación entre la participación y la eficacia política (en ciudad de Córdoba, Argentina), observaron que, aproximadamente, el 65% de los jóvenes investigados no participa políticamente. Para los que sí participan, lo que más favorece su participación es el conocimiento político. Pero tienen poco conocimiento. La participación es básicamente de tipo no convencional, que es asistir a movilizaciones espontáneas y acudir espontáneamente a medios de comunicación masiva. Solo aquí la asociación entre eficacia interna, interés y frecuencia de participación es mayor, positiva y más alta. Curiosamente, el consumo de *talk shows* políticos influye en el nivel de eficacia política y en la participación política (Zaheer, 2016), como también el compromiso religioso, considerado como una variable mediadora de los procesos de participación democrática en América Latina (Barredo, 2018).

Se suele pensar que a los jóvenes no les importa la política, pues dotados de una mentalidad individualista, se interesarían más que nada por aquello que les reporta un beneficio pecuniario a corto o mediano plazo, por más atractiva que sea la oportunidad a futuro. Cuando existe, el interés no es permanente y esto, al menos en la realidad peruana, se expresa en la limitada motivación por participar activamente en los partidos políticos. La descalificación del 'yo político' ha contribuido a esto, pero también podemos acotar otras razones:

- El individualismo que caracteriza a la posmodernidad.
- La falta de partidos políticos sólidos. Se registra actualmente una marcada crisis de representatividad y poca oportunidad de logros en los existentes por el predominio del caudillismo.
- La tendencia de los millenials a no permanecer un tiempo prolongado en cierta actividad, inclusive laboral, e ir en búsqueda de mayores oportunidades que signifiquen nuevos aprendizajes.

A pesar de esto, se ha observado que han sido jóvenes los principales promotores y activistas de los movimientos sociales contemporáneos de mayor trascendencia, tales como la primavera árabe, la revolución de los tulipanes o, en el caso peruano, de las marchas convocadas por colectivos en redes sociales con el objetivo de protestar por la vio-

lencia contra las mujeres (#NiUnaMenos, 2016), de las movilizaciones de protesta social contra la corrupción (2017), o de las protestas que llevaron a la derogatoria de una ley que afectaba claramente los derechos laborales de los jóvenes y que ellos mismos se encargaron de denominar «Ley Pulpín».

El amplio e interesante estudio descriptivo sobre opiniones y otros aspectos cognitivos de los jóvenes militantes de partidos políticos en Chile, desarrollado por Espinoza y Madrid (2010), conceptualiza la eficacia política como «la impresión de los militantes jóvenes respecto de cuáles ganancias deriva de su participación en el partido. La escala de percepción de eficacia política considera la democracia interna y las relaciones con otros militantes». Encuentran que la mayoría de los militantes (75.7% de hombres y 78.1% de mujeres) valoran en primera instancia la posibilidad de adquirir nuevos conocimientos a través de diversas vías dentro del partido.

Capital y medios sociales

Con respecto a los medios de comunicación, Lee (2017) había probado a través de un modelo estadístico que a mayor libertad de medios, se podía consolidar el capital social. De igual manera, se ha probado de manera empírica que el capital social puede fungir como un factor predictivo de acciones colectivas. Al respecto, Kim (2018; 1023) concluyó en su investigación que la interacción a través de las redes sociales en un grupo social puede estimular un comportamiento colectivo. Sin embargo, el investigador también es muy claro en cuanto a que este comportamiento depende de un contexto determinado, donde la confianza social tiene un efecto positivo.

En la perspectiva de Glass y Gesing (2018), la experiencia universitaria significa para los jóvenes una compleja red de relaciones en las que el capital social se encuentra directamente relacionado. El estudio concluyó que los estudiantes extranjeros en una universidad estadounidense que participaron en las diferentes organizaciones estudiantiles existentes, habían fortalecido tanto sus redes de apoyo como su capital social. Aquellos estudiantes extranjeros que participaban activamente en estos grupos tenían una mayor propensión a convivir con los estadounidenses; el mismo estudio emite una recomendación en torno a que el desarrollo del capital social durante la vida universitaria debe formar parte del plan de desarrollo de una universidad (Glass y Gesing, 2018).

La manera en que las herramientas coadyuvan a generar capital social es motivo de discusión. Por una parte, es difícil desconocer que el teléfono móvil juega un rol importante en la interacción social de los más jóvenes. Sobre este tema, Vidales-Bolaños y

Sábada-Chalezquer (2017) aseguran que el móvil (con conexión a Internet) tiene un impacto positivo en la construcción del capital social, sobre todo en cuanto a fortalecer las relaciones que se mantienen dentro de línea.

En esto coincide la investigación de Barbosa, Fonseca, Amaro y Pasqualotti (2018): el uso de Internet, en términos generales, contribuye a generar capital social, pero no tiene el mismo efecto en las personas mayores. En otras palabras, los adultos que no tienen la costumbre de conectarse a Internet reciben un menor impulso para fortalecer su capital social que los jóvenes, que se mantienen activamente conectados.

También, el debate de qué tanto puede ayudar la tecnología a formar capital social, es bastante amplio. Al respecto, Sung, Sigerson y Cheng (2017) realizaron un estudio para determinar si los juegos de teléfono móvil basados en una ubicación física (en este caso analizaron el popular juego Pokemon Go) contribuían a crear capital social. Los investigadores concluyeron con base en sus resultados, que se puede determinar que aquellos juegos de teléfono móvil que implican que las personas tengan que salir a una ubicación física específica pueden contribuir a generar conversaciones y una interacción con otros, por lo que contribuyen a crear capital social.

Existen diferentes tipos de redes sociales, como Facebook, Instagram, Twitter, y Snapchat, entre otras. Al respecto, Shane, Manago, Gaggi y Gillespie (2018) argumentan que los diferentes medios sociales promueven un capital social diverso. En otras palabras, el estudio argumenta que el capital social como puente se vuelve más sólido en herramientas como Twitter, en las que el usuario se comunica y recibe información de una audiencia masiva de la que no conoce detalles de su vida cotidiana. Lo contrario sucede con una red social como Facebook, en la que se estimula el capital social vinculante, debido a que la interacción se da principalmente con contactos cercanos.

En cuanto a diferenciar qué tipo de redes sociales virtuales aportan un mayor capital social, se encuentra el estudio realizado por Roldán, Sustanonpaiboon y Burkhard (2017), en el que argumentan que la red social Facebook contribuye a construir capital social, aún más que otras redes sociales como LinkedIn, que funciona principalmente para conectar a los profesionales. En este caso, sugieren que los usuarios van fortaleciendo el capital social en la medida en que pueden interactuar entre ellos, más allá de la lectura de la información publicada.

El capital social se vuelve complicado en un contexto en el que predomina la violencia, debido a que aumenta la desconfianza en el entorno social. De acuerdo con el estudio realizado por DeMatthewz (2018), se ejemplifica un caso en Ciudad Juárez, en el que una

maestra encontró enormes retos para crear capital social dentro de la comunidad a la que le prestaba sus servicios. El estudio argumenta en torno a la importancia que tiene el hecho de que los líderes académicos trabajen con las comunidades para lograr los objetivos que se han propuesto las instituciones educativas.

Objetivos e Hipótesis

a. Objetivo del estudio

Explicar el impacto de las redes sociales tanto en la creación de capital social, como en el sentimiento de eficacia política en jóvenes universitarios en México y Perú.

b. Hipótesis:

El sentimiento de eficacia política, así como el capital social de los jóvenes universitarios mexicanos y peruanos, se relaciona de manera positiva con la participación cívica dentro de los medios sociales.

Metodología

Para efectos de estudio, se utilizaron escalas del constructo de eficacia política del estudio de Kushin y Yamamoto (2010) y el de Gil de Zuñiga, Veenstra, Vraga, y Dhavan (2010). En el caso de capital social, se adoptaron algunos ítems de los estudios de Pishghadam, Nohani y Reza (2011: 202-203). En torno a la participación política dentro y fuera de línea, se adoptaron algunas preguntas de los estudios tanto de Oser, Hooghe y Marien (2013) y el de Vesnic-Alujevic (2012).

En el caso de Perú, la encuesta se aplicó en los meses de noviembre y diciembre de 2017. La encuesta se aplicó mediante la herramienta tecnológica *Google Forms*. En el caso de México, la encuesta se aplicó durante el periodo de las campañas para la elección presidencial de 2018. Su aplicación comenzó el 30 de marzo de 2018 y terminó de aplicarse el 27 de junio de ese año. Al igual que en el caso peruano, la encuesta se aplicó de manera digital mediante la misma herramienta (*Google Forms*). En ambos casos, participaron instituciones de gran prestigio. En todos los casos (720 en el caso de Perú y 1.239 en el de México), la encuesta se aplicó a estudiantes universitarios activos. En ambos países se contó con el apoyo de autoridades académicas, personal administrativo y docentes, que facilitaron la aplicación del instrumento.

Resultados

Tabla 1. Eficacia política de los estudiantes consultados en México.

	Respuesta mayoritaria	Porcentaje Total	F	M	DE
Mi voto hace la diferencia	Totalmente de acuerdo	45.6%	565	4.01	1.13
La información que comparto en redes sociales es de calidad	Intermedio	44.2%	546	3.41	1.00
La información que comparto en redes sociales puede contribuir	De acuerdo	32%	397	3.68	1.05
Puedo hacer la diferencia si participo en política	Totalmente de acuerdo	31.8%	394	3.79	1.09
Tengo la manera de influir en lo que hace el gobierno	Intermedio	36.7%	455	3.13	1.17
Tengo la manera de influir en lo que hacen los partidos políticos	Intermedio	36.1%	446	2.94	1.18
Tengo la manera de influir en lo que hacen los candidatos	Intermedio	38%	471	3.00	1.17
Puedo contribuir a que otros cambien de opinión	Intermedio	37%	458	3.32	1.15

Nota: N= 1.239. El valor mínimo es de 1 y el valor máximo es de 5. Existen 5 valores: Totalmente en desacuerdo, Desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo y Totalmente de acuerdo.

En el caso de los estudiantes mexicanos, podemos destacar que la mayoría de las preguntas que se realizaron estuvieron por encima de la opción intermedia (“Ni de acuerdo ni en desacuerdo”), siendo las únicas excepciones las variables “Tengo manera de influir en lo que hacen los partidos políticos” y “Tengo la manera de influir en lo que hacen los candidatos” ($M=2.94$ $DE=1.18$ y $M=3.00$, $DE=1.17$, respectivamente). En el caso de las preguntas que ameritaron una respuesta más favorable, nos encontramos con que “Mi voto hace la diferencia” fue de lejos, la opción que recibió una respuesta más positiva, debido a que por el 45.6% de los participantes en el estudio declararon que estaban “Totalmente de acuerdo con esta aseveración” ($M=4.01$ $DE=1.13$). Las siguientes opciones que tuvieron respuestas positivas fueron: “Puedo hacer la diferencia si participo en política” en la que el 31.8% manifestó que estaba “Totalmente de acuerdo” ($M=3.79$ $DE=1.09$) y “La información que comparto en redes sociales puede contribuir a que otros cambien de opinión” donde el 32% se manifestó “De acuerdo” ($M=3.68$ $DE=1.05$). Por último, también cabe destacar que la variable “La información que comparto en redes es de calidad” también obtuvo una respuesta favorable ($M=3.41$ $DE=1.00$), según puede cotejarse a continuación:

Tabla 2. Eficacia política de los estudiantes consultados en Perú.

	Respuesta mayoritaria	Porcentaje Total	F	M	DE
Mi voto hace la diferencia	Intermedio	31.2%	219	3.58	1.19
La información que comparto en redes sociales es de calidad	Intermedio	41.5%	292	3.42	.97
La información que comparto en redes sociales puede contribuir	Intermedio	34.4%	242	3.57	1.05
Puedo hacer la diferencia si participo en política@	Intermedio	35.2%	248	3.28	1.16
Tengo la manera de influir en lo que hace el gobierno	Intermedio	33.4%	234	2.73	1.22
Tengo la manera de influir en lo que hacen los partidos políticos	Intermedio	34.8%	243	2.60	1.21
Tengo la manera de influir en lo que hacen los candidatos	Intermedio	37.5%	263	2.61	1.18
Puedo contribuir a que otros cambien de opinión	Intermedio	35.5%	250	3.12	1.18

Nota: N= 720. El valor mínimo es de 1 y el valor máximo es de 5. Existen 5 valores: Totalmente en desacuerdo, Desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo y Totalmente de acuerdo.

Aun cuando, a diferencia de México, la encuesta aplicada en Perú no se realizó en el contexto electoral, la respuesta más favorable por parte de los jóvenes encuestados en esta dimensión fue también la que estuvo relacionada con la importancia del voto ($M=3.58$ $DE=1.19$). De hecho, si realizamos una comparación con los resultados en México, en este caso también coinciden las mismas preguntas como las que obtuvieron un promedio de respuesta favorable más alto, aunque con un orden ligeramente distinto. Le siguen la idea de que la información que se comparte en redes puede contribuir a que otros cambien de opinión ($M=3.57$ $DE=1.05$), que la misma es de calidad ($M=3.42$ $DE=.97$) y que se puede incidir en asuntos políticos ($M=3.28$ $DE=1.16$). Al igual que en el caso mexicano, la que obtuvo el promedio más bajo es en torno a la percepción de si los jóvenes consideran que pueden incidir en lo que hacen los partidos políticos ($M=2.60$ $DE=1.21$). Al comparar ambos países, vemos que en términos generales existen claras coincidencias, si bien en el caso de los jóvenes mexicanos se muestran con mayor seguridad en términos de demostrar un sentimiento de eficacia política.

Tabla 3. Capital Social de los estudiantes consultados en México.

	Respuesta mayoritaria	Porcentaje Total	F	M	DE
Hablo con mis padres	Totalmente de acuerdo	53.2%	658	4.22	1.02
Participo en actividades para jóvenes	De acuerdo	30.7%	379	3.75	1.06
Mis padres se involucran en mis actividades	Intermedio	29.2%	362	3.48	1.18
Veo a mis hermanos semanalmente	Totalmente de acuerdo	50.7%	627	3.81	1.48
Veo a mis amigos semanalmente	Totalmente de acuerdo	51.8%	640	4.14	1.11
Tengo lazos con la comunidad	Intermedio	36%	446	3.46	1.13
Las redes sociales contribuyen a generar confianza	Intermedio	35.1%	434	3.51	1.07
Las redes sociales contribuyen a disminuir confianza	Intermedio	38.5%	477	3.26	1.11
Incrementan la confianza entre gente que no se conoce	Intermedio	38.5%	477	3.28	1.10
Tengo fuertes lazos con mis contactos	Intermedio	36.1%	446	3.04	1.12
Confío igual en amigos offline y online	Totalmente en desacuerdo	26.5%	328	2.58	1.27

Nota: N= 1.239. El valor mínimo es de 1 y el valor máximo es de 5. Existen 5 valores: Totalmente en desacuerdo, Desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo y Totalmente de acuerdo.

En este caso, podemos distinguir que, salvo una pregunta, todos los valores reflejan que estuvieron por encima de la opción intermedia. En particular destacan cuatro aseveraciones en torno al capital social de la gente cercana a los estudiantes encuestados: Padres ($M=4.22$ $DE=1.02$), hermanos ($M=3.81$ $DE=1.48$) y amigos ($M=4.14$ $DE=1.11$). También los universitarios mexicanos se mostraron inclinados a involucrarse en actividades diseñadas para los jóvenes ($M=3.75$ $DE=1.06$). En torno al tema de la confianza y las redes sociales, las respuestas generales tienden a inclinarse más hacia el acuerdo en cuanto a si estas herramientas contribuyen a generar confianza en un entorno determinado ($M=3.51$ $DE=1.07$) y entre gente que no se conoce ($M=3.28$ $DE=1.10$).

Tabla 4. Capital Social de los estudiantes consultados en Perú.

	Respuesta mayoritaria	Porcentaje Total	F	M	DE
Hablo con mis padres	Totalmente de acuerdo	41.7%	292	4.10	.96
Participo en actividades para jóvenes	De acuerdo	35.2%	247	3.69	1.07
Mis padres se involucran en mis actividades	Totalmente de acuerdo	32.3%	227	3.07	1.17
Veo a mis hermanos semanalmente	Totalmente de acuerdo	45%	313	3.65	1.50
Veo a mis amigos semanalmente	Totalmente de acuerdo	43.5%	305	4.03	1.06
Tengo lazos con la comunidad	Intermedio	36.8%	259	3.40	1.12
Las redes sociales contribuyen a generar confianza	Intermedio	33.9%	237	3.61	1.03
Las redes sociales contribuyen a disminuir confianza	Intermedio	40%	281	3.33	1.05
Incrementan la confianza entre gente que no se conoce	Intermedio	38.4%	270	3.42	1.05
Tengo fuertes lazos con mis contactos	Intermedio	40.3%	282	3.21	1.05
Confío igual en amigos offline y online	Intermedio	35%	246	2.78	1.23

Nota: N= 720. El valor mínimo es de 1 y el valor máximo es de 5. Existen 5 valores: Totalmente en desacuerdo, Desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo y Totalmente de acuerdo.

Tabla 5. Relación entre participación dentro y fuera de línea, eficacia política y capital social en México

	1	2	3	4
Participación en línea	1	.371**	.423**	.222**
Participación fuera de línea		1	.266**	.173**
Eficacia política			1	.419**
Capital social				1

Nota: * $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$. Los coeficientes de Pearson en negritas indican las asociaciones más estrechas.

Cuando se realizó un análisis correlacional entre la participación en línea, la participación fuera de línea, la eficacia política y el capital social, en el caso mexicano nos encontramos con el hecho de que todas tienen correlaciones positivas entre sí. En particular cabe destacar la relación entre la participación en línea y la participación fuera de línea ($r = .371$ $p < .01$), la participación en línea y la eficacia política ($r = .423$ $p < .01$) y la eficacia política y el capital social ($r = .419$ $p < .01$).

Tabla 6. Relación entre participación dentro y fuera de línea, eficacia política y capital social en Perú

	1	2	3	4
Participación en línea	1	.427**	.434**	.192**
Participación fuera de línea		1	.234**	.098*
Eficacia política			1	.327**
Capital social				1

Nota: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$. Los coeficientes de Pearson en negritas indican las asociaciones más estrechas.

En el caso de Perú, es posible observar que las relaciones entre los constructos más fuertes son las mismas que en el caso mexicano, si bien la relación entre la participación en línea y fuera de la misma ($r = .427$ $p < .01$), así como la participación en línea y el capital social ($r = .434$ $p < .01$) son un poco más fuertes que en el caso mexicano. La excepción fue en la relación entre el capital social y el sentimiento de eficacia política, donde es más moderada que en el caso mexicano ($r = .327$ $p < .01$). También cabe destacar que las relaciones de la participación en línea y el capital social ($r = .192$ $p < .01$), así como la participación fuera de línea y el mismo constructo ($r = .098$ $p < .05$) resultaron más débiles en el caso peruano que en el mexicano ($r = .222$ $p < .01$ y $r = .173$ $p < .01$, respectivamente).

Discusión y conclusiones generales

En relación con el sentimiento de eficacia política, vemos confirmado lo que planteaban Abramson (1987) y Campbell, Gurin y Miller (1954) en cuanto a que tanto los jóvenes mexicanos como los peruanos, consideran que, en buena medida, sí pueden marcar una diferencia si participan en política. En esto coinciden los resultados con las conclusiones esgrimidas por Zhou y Pinkleton (2012), en cuanto a que la información puede coadyuvar en este proceso de participación política.

En cuanto al segundo constructo, el capital social, nuestros resultados coinciden en parte con los de Shane-Simpson, Manago, Gaggi y Gillespie-Lynch (2018) en torno a que la mayoría de los jóvenes de ambos países mostraban fuertes vínculos con su entorno fa-

miliar y de amistades más cercano. Al encontrarse una relación positiva entre la actividad dentro de medios sociales con el capital social, es posible argüir que también se puede coadyuvar a generar capital social vinculante por medio de las redes sociales virtuales.

Aun cuando en el caso mexicano los últimos años han estado marcados por la violencia, el capital social se mostró bastante sólido en las preguntas descriptivas que contestaron los alumnos. Así como se narró en la investigación de DeMatthewz (2018), es posible construir capital social aún en los momentos más adversos, si existen liderazgos que toman la iniciativa y tienen la capacidad de cohesionar a la sociedad en torno a un mismo objetivo en común.

Para efectos de este estudio, se tomó en cuenta a la población más joven, por lo que no es posible afirmar, si al igual que en el caso de la investigación de Barbosa, Fonseca, Amaro y Pasqualotti (2018), existe una diferenciación generacional en el capital social que se puede crear a través de los medios sociales.

Referencias

- Acevedo, J. (2015). Movimientos sociales y redes de comunicación. Una aproximación a partir de la movilización de jóvenes peruanos en contra de la Ley Pulpín, *Comunifé*, 15, 11-18.
- Alonso, J. (2013). Cómo escapar de la cárcel de lo electoral: el Movimiento #YoSoy132, *Desacatos*, (42), 17-40.
- Bandura, A. (1994). Self-efficacy. In Ramachandran, C. (Ed.), *Encyclopedia of human behavior* (pp. 71-81). New York: Academic Press
- Barbosa, B., Fonseca, J., Amaro, F., y Pasqualotti, A. (2018): Social capital and Internet use in an age-comparative perspective with a focus on later life, *PLOS ONE*, 13(2), 1-27.
- Barredo, D. (2018). Religious Commitment, Subjective Income, and Satisfaction towards the Functioning of Democracy in Latin America. A Mediation Analysis Model Based on Latino-barómetro, *Religions*, (9), pp. 1-12.
- Barredo, D., De la Garza, D., Freundt-Thurne, Ú., Pinto, K., y Días, D. (2018). Cuestionando la existencia del prosumer en Iberoamérica. Un estudio sobre los universitarios de Colombia, Perú, Chile y España, *LETRAL*, (20), 183-205.
- Bolívar Meza, R. (2017). Liderazgo político: el caso de Andrés Manuel López Obrador en el Movimiento de Regeneración Nacional (Morena), *Estudios Políticos*, (42), 99-118.
- Bordieu, P. (2009). La eficacia simbólica: Religión y poder, Buenos Aires: Editorial Biblos
- Brussino, S., Rabbia, H., y Sorribas, P. (2009). Perfiles sociocognitivos de la participación política de los jóvenes, *Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology*, 43(2), 279-287.

- Brussino, S., Sorribas, P., Gutiérrez, J., Imhoff, D., Kerman, L., Medrano, L., Vidal, N. (2006): Participación política en jóvenes: Un análisis descriptivo. XIII Jornadas de Investigación y Segundo Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Campbell, A., Gurin, G. y Miller, W. (1954). *The voter decides*: Evanstone: Row, Peterson and Co.
- Cano- Correa, A., Quieiz, M., y Nájara, R. (2017). Jóvenes universitarios en Lima: Política, Jóvenes universitarios en Lima: Política medios y participación, *Comunicar*, 25(53), 71-79. <https://doi.org/10.3916/C53-2017-07>
- Cordero, I., y Alberich, J. (2015). Revisión de usos sociales y formas de ejercer la política a través de los nuevos medios. *El profesional de la información*, 24(6), 811-818.
- De la Garza, D. y D. Barredo (2018). Redes sociales, participación ciudadana y medios alternativos: la crisis de los medios masivos de comunicación en México durante el sexenio de Enrique Peña Nieto. En Zugasti, R., A. Mancho, A. Segura, (Coords.). *La opinión pública y la comunicación política en entornos digitales* (pp. 11-28). España: Agregius Ediciones.
- De la Garza, D., Barredo, D. (2017). Democracia digital en México: un estudio sobre la participación de los jóvenes usuarios mexicanos durante las elecciones legislativas federales de 2015, *index.comunicación*, 7(1), 95 - 114.
- DeMatthews, D. (2018): School Leadership, Social Capital, and Community Engagement: A Case Study of an Elementary School in Ciudad Juárez, Mexico, *School Community Journal*, 28(1), 167-194.
- Domínguez, F., y López, R. (2015). Uso de las redes sociales digitales entre los jóvenes universitarios en México. Hacia la construcción de un estado del conocimiento (2004-2014), *Revista de Comunicación*, 14, 48-69.
- Espinoza, V., y Madrid, S. (2010). Trayectoria y eficacia política de los militantes en juventudes políticas: Estudio de la élite política emergente. Santiago: Cieplan, ProyectAmérica, Libertad y Desarrollo, CEP, Instituto de Estudios Avanzados, Universidad de Santiago.
- Gil de Zuñiga, H., Veenstra, A., Vagra, E., y Shah, D. (2010). Digital Democracy: Reimagining Pathways to Political Participation, *Journal of Information Technology & Politics*, 7(1), 36-51.
- Girossi, J., y Ovejero, A. (2016). Alienación y participación política en la Universidad de Oviedo, *Psicología Política*, (8), 45-61.
- Glass, C., y Gesing, P. (2018). The Development of Social Capital Through International Students' Involvement in Campus Organizations, *Journal of International Students*, 8(3), 1274-1292.
- Gómez, Á. (2013). Ética del desarrollo humano según el enfoque de las capacidades de Martha Nussbaum, *Phainomenon*, 12(1), 19-28.
- Kim, H. (2018). Effects of social capital on collective action for community development, *Social Behavior and Personality*, 46(6), 1011-1028.
- Kushin, M., Yamamoto, M. (2010). Did Social Media Really Matter? College Students' Use of Online Media and Political Decision Making in the 2008 Election, *Mass Communication & Society*, 13(5), 608-630.

- La Rosa, A. (2014). Comunicación para la democracia: Jóvenes y movimientos sociales en la era digital, *Apuntes de Ciencia & sociedad*, 4(1), 118-124.
- Lee, S. (2017). Media Freedom and Social Capital, *Journal of Media Economics*, 30(1), 3-180.
- Martínez, J. (2005). *La psicología de la mentira*: Barcelona: Paidós
- Mierina, I. (2011). Political participation and development of political attitudes in post-communist countries, PhD thesis, University of Latvia, Faculty of Social Sciences, Department of Sociology.
- Nussbaum, M. (2002). *Las mujeres y el desarrollo humano. El enfoque de las capacidades*: Barcelona: Herder Editorial.
- Oser, J., Hooghe, M., y Marien, S. (2013): Is Online Participation Distinct from Offline Participation? A Latent Class Analysis of Participation Types and Their Stratification. *Political Research Quarterly*, 66(1), 91-101.
- Pineda, C. (2014). El aprendizaje político de la participación: El caso del presupuesto participativo de Elche (Alicante) en España. *Administração Pública e Gestão Social*, 6(3), 159-167.
- Pishghadam, R., Nohani, M., y Zabihi, R. (2011). The Construct Validation of a Questionnaire of Social and Cultural Capital, *English Language Teaching*, 4(4), 195-203.
- Red, M. (2013). Rocking the Vote in Mexico's 2012 Presidential Election: Mexico's Popular Music Scene's Use of Social Media in a Post-Arab Spring Context, *International Journal of Communication*, 7, 1205-1219.
- Rhee, J. y Kim, E. (2009). Deliberation on the Net: Lessons from a field experiment. En Davies, T. y Gangadharan, S. (Eds.), *Online deliberation: Design, research, and practice* (pp. 223-232). Stanford, CA: CSLI Publications
- Rodrigues Estrada, A. (2018). Las redes de citación como elemento de construcción del campo científico: análisis de la comunicación política en México, *Palabra Clave*, 21(3), 641-672.
- Roldan, M., Sutanonpaiboon, J., y Brkhard, R. (2017). Professional and Personal Social Networking and Enhancement of Social Capital in Young Adults, *Professional and Personal Social Networking*, 26(3), 46-80.
- Sancho, G. (2014). El #YoSoy 132 mexicano: la aparición (inesperada) de una red activista, *Revista CIDOB D'afers Internacionals*, 105, 47-66.
- Schulz, W. (2005). Political efficacy and expected political participation among lower and upper secondary students. A comparative analysis with data from the IEA Civic Education Study. Paper prepared for the ECPR General Conference in Budapest, 8 - 10 September: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED499264.pdf>
- Shane Simpson, C., Manago, A., Gaggi, N., y Gillespie Lynch, K. (2018). Why do college students prefer Facebook, Twitter, or Instagram? Site affordances, tensions between privacy and self-expression, and implications for social capital, *Computers in Human Behavior*, 86, 276-288.
- Sung, H., Siggerson, L., y Cheng, C. (2017). Social Capital Accumulation in Location-Based Mobile Game Playing: A Multiple-Process Approach, *Cyberpsychology, Behavior, and Social networking*, 20(8), 486-493.

- Torres Nabel, L. (2015): Ensayo Redes sociales, popularidad e influencia social. El caso de la ciberprotesta contra la Ley de Telecomunicaciones en México, 2014, *Revista Mediterránea de Comunicación*, 6 (1), 177-185.
- Vesnic-Alujevic, L. (2012): Political participation and web 2.0 in Europe: A case study of Facebook, *Public Relations Review*, 38(3), 466-470.
- Vidales Bolaños, M, y Sádaba Chalezquer, C. (2017). Connected Teens: Measuring the Impact of Mobile Phones on Social Relationships through Social Capital, *Comunicar*, 25(53),19-27.
- Zaheer, L. (2016). Effects of watching political talk shows on political efficacy and political participation, *Journal of Political Studies*, 23(2), 357-372.
- Zhou, Y, y Pinkleton, B., (2012). Modeling the effects of political information source use and online expression on young adults' political efficacy, *Mass Communication and Society*, 15(6), 813-830.
- Žižek, S.(2008): *En defensa de la intolerancia* Madrid: Ediciones Sequitur.

2. Estrategias europeas contra el discurso del odio

Begoña Pérez Calle⁷

María Gómez y Patiño⁸

Miguel Ángel Esteban-Navarro⁹

Resumen

El objetivo es presentar un panorama global de las principales estrategias que se adoptan en Europa para frenar y contrarrestar los discursos de odio. Se realiza una reflexión crítica a partir de una selección de documentación oficial y literatura académica más relevantes. Se destacan, entre otras medidas, la necesidad de aplicar el marco jurídico común europeo y formar una ciberopinión pública mediante la educomunicación y la lucha contra la desinformación. Se concluye que las instituciones europeas deben desarrollar una estrategia común y global en la lucha contra el discurso del odio, que integre las intervenciones parciales en diversas áreas y las diferentes iniciativas nacionales.

Palabras clave: Discurso del odio. Delito de odio. Desinformación. Opinión pública. Redes sociales. Educomunicación. Europa.

7. Profesora Titular de la Universidad de Zaragoza. Doctora en Economía por la UZ (2010). Investigadora en Historia del pensamiento económico, Historia de la Economía, Historia del periodismo, Historia de las ideas políticas y Medios de comunicación de masas. Ha escrito numerosas publicaciones sobre análisis de discursos políticos y económicos, el papel de los comunicadores en la difusión del pensamiento y de la mujer en la investigación económica. Presidenta de la ONGD Dono-Manga y técnico responsable de sus proyectos de cooperación al desarrollo desde 2011. Departamento de Análisis Económico, Universidad de Zaragoza. Correo electrónico: bperez@unizar.es
8. Profesora Contratada Doctora Interina. Doctora en Ciencias de la Información por la UCM (1996). Coordinadora del Grado de Periodismo de la Universidad de Zaragoza. Ha publicado diversos libros y artículos académicos. Ha trabajado sucesivamente como Periodista y Directora de Comunicación. Fundadora del Seminario Permanente Estudios sobre la Mujer (Madrid, 1998). Ha participado en diferentes proyectos nacionales e internacionales. Es socia de DIRCOM, APA, FAPE, ACOP, AAS, etc. Área de Periodismo, Universidad de Zaragoza. Correo electrónico: mariagp@unizar.es
9. Profesor Titular de Universidad. Doctor en Historia Contemporánea por la UZ (1991). Coordinador del Máster en Consultoría de Información y Comunicación Digital de la Universidad de Zaragoza. Enseña e investiga en Inteligencia Estratégica y Competitiva, Servicios de Inteligencia y Gestión de Información y de Documentos. Ha publicado más de 30 trabajos, participado en 20 proyectos y contratos de investigación y dirigido 7 tesis doctorales. Posee amplia experiencia en la planificación de unidades de Inteligencia Competitiva y la elaboración de informes de inteligencia. Ha formado analistas en España y Latinoamérica. Trabaja en el estudio de las interacciones entre información, comunicación e inteligencia en la sociedad y las organizaciones. Departamento de Ciencias de la Documentación, Universidad de Zaragoza Correo electrónico: mesteban@unizar.es

European strategies against hate speech

Abstract

Our aim is to introduce a global overview of the main strategies adopted in Europe to stop and counteract hate speech. A critical reflection is made, based on a selection of the most relevant official documentation and academic literature. Among others, it highlights the need of applying the common European legal framework and creating a public cyber-connection through educommunication (media literacy) fighting against misinformation. As conclusion, the European institutions must develop a common and global strategy to eradicate hate speech, which integrates partial interventions in different areas and different national initiatives.

Keywords Hate speech. Hate crime. Disinformation. Public opinion. Social networks. Educommunication (media literacy). Europe.

Introducción

El discurso del odio, que parecía superado en Europa tras el final de la Segunda Guerra Mundial, invade de nuevo de modo preocupante el viejo continente, con especial virulencia desde la crisis de 2008. Se trata de un discurso que busca generar en el receptor un profundo sentimiento de repulsa hacia un colectivo, sobre el que se proyecta la responsabilidad de las amenazas o de los males, reales o supuestos, que cree sufrir aquel. Estamos ante un fenómeno posiblemente tan viejo como las civilizaciones humanas, basadas durante siglos en la diferencia entre el heleno (el que habla griego) y el bárbaro (el que habla en lengua inteligible), en terminología acuñada en la Grecia Clásica, que transmutó a partir de la Edad Media y hasta nuestros días en la confrontación entre el *nosotros* y el extraño, el diferente, el marginal o, directamente, el excluido.

Las sociedades democráticas abiertas, plurales e integradoras que se construyeron con grandes dificultades a lo largo de los últimos decenios del siglo XX en Occidente con una vocación universal, ampliando a toda la humanidad los conceptos de dignidad natural y de derechos civiles que alumbró la Ilustración, corren el riesgo de involucionar en sociedades con claras tendencias al cierre de sus fronteras físicas y mentales, la invisibilización del otro y finalmente a la exclusión. La proliferación de ideas, actitudes, mensajes y comportamientos ligados a la incitación al odio hacia un tercero, definido o dejado a posta en una vaga indefinición, en los espacios verbales y no verbales, en los medios informativos, las redes sociales y los discursos sociales, políticos y económicos, aparece al mismo tiempo como motor, expresión y amplificador de ese proceso de cierre y repliegue que amenaza a las sociedades de Europa y de América. Las manifestaciones de odio o de discriminación existen desde antiguo, pero los nuevos medios permiten una mayor y más rápida diseminación, presentando el discurso del odio uno de sus peores perfiles, el conocido como ciberodio. El odio ha aparecido en las redes sociales como discurso y como delito, con los consiguientes efectos negativos psicológico-sociales e individuales de distinto alcance.

Afortunadamente, también se ha adquirido conciencia del peligro que entrañan las expresiones de odio y discriminación. El discurso y el delito del odio son objeto de interés trans-

versal durante los últimos años para diversas disciplinas como el Derecho, la Comunicación, la Educación, la Sociología, la Psicología Social, las Ciencias Políticas... interesadas en comprender su origen, implicaciones y mecanismos. De modo paralelo y con apoyo en los hallazgos de esas disciplinas, los poderes públicos europeos se están preocupando por la identificación y el análisis del odio, la presentación de iniciativas y la adopción de medidas destinadas a su prevención. Del trabajo conjunto de instituciones como las Naciones Unidas, el Consejo de Europa o la Unión Europea han aparecido durante los últimos años herramientas de apoyo, especialmente de naturaleza jurídica y protocolos de actuación sobre el terreno.

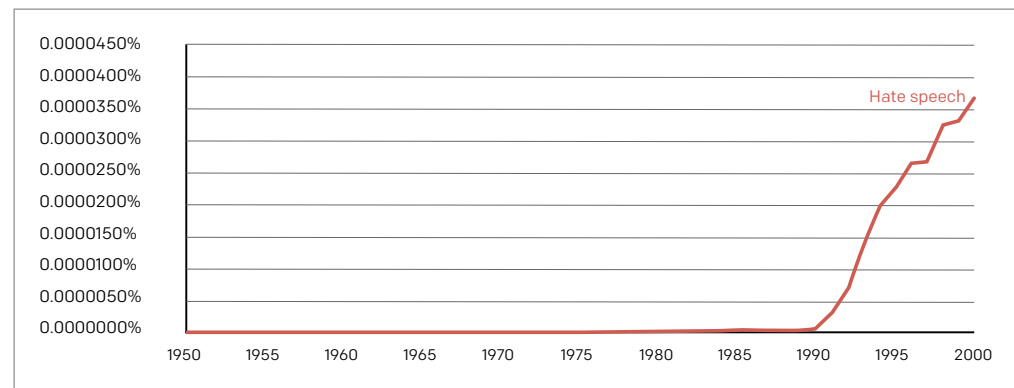
Aquí nos ocupamos de presentar y reflexionar, a partir del estudio de la documentación oficial y la literatura académica más relevantes, sobre algunas de las propuestas y actuaciones más destacadas para contrarrestar la expansión del discurso del odio en Europa.

Concepto de discurso de odio

Es importante comenzar delimitando los conceptos, puesto que frecuentemente se cruzan y confunden los significados de términos como odio, discurso de odio, y delito de odio. Solamente conociendo bien el problema se podrán desarrollar las herramientas de lucha apropiadas.

La expresión “discurso de odio” cobró fuerza en la década de 1990 tomando el testigo al concepto “incitación al odio”. El término hace referencia a un conjunto de manifestaciones con sentido discriminador y ofensivo dirigidas contra determinadas personas o colectivos de personas, que no merecen protección por parte de nuestros ordenamientos constitucionales ni se amparan en el ejercicio de la libertad de expresión. La recurrencia del término presenta en los últimos treinta años un crecimiento notable y constante, como permite comprobar la evolución de sus apariciones en los textos en lengua inglesa en *Google Books* (figura 1).

Figura 1: Apariciones del término hate speech en libros en lengua inglesa.



Fuente: Google Books, Ngram Viewer, 2019, <https://tinyurl.com/y6rmw4tp>

Las recientes investigaciones de Bhikhu Parekh profundizan en el discurso de odio vinculándolo con la estigmatización de personas o grupo de personas procedente de interpretaciones de una serie de características o condiciones, tanto rasgos particulares como raza, etnia, género, religión, nacionalidad u orientación sexual (Parekh, 2012, p. 214). Se configura de este modo un modelo de discurso con tres características fundamentales:

- Va dirigido contra cierto grupo de personas identificado con precisión (judíos, musulmanes, homosexuales...) y nunca contra la sociedad en general.
- Una vez establecido el objetivo se procede a una asignación de algunos estereotipos denigrantes.
- Asignados los estereotipos se juzga al grupo como no integrable a la sociedad y se le condena a ser tratado con desprecio y hostilidad.

La configuración de un discurso basado en el ataque a los diferentes, los pobres o las minorías, acompaña a la sociedad desde tiempos antiguos; sin embargo, es preciso hacer una reflexión sobre las modificaciones que presenta y su prevalencia actual, teniendo en cuenta los avances en el respeto a los derechos humanos y la adquisición de conciencia sobre lo que la sociedad puede o no puede tolerar (Pérez Calle, 2018, p. 373). La principal diferencia que se destaca frente al pasado es que se observa una evolución de lo que antiguamente podría haber sido un discurso de marginación o desprecio, hacia el odio subyacente que se observa en el discurso actual. Asimismo, a pesar de los muchos esfuerzos emprendidos en la segunda mitad del siglo XX para la superación de este discurso, el ciberespacio y el uso de las redes sociales han llevado a un crecimiento muy significativo del problema. Los estereotipos del desprecio han experimentado gran difusión y visibilidad a través de los nuevos medios relacionales, configurando el sustrato para el discurso en redes. Además, a los viejos tópicos de racismo, antisemitismo o revisionismo histórico se añaden otros nuevos en el siglo XXI, especialmente en Europa y Estados Unidos, como el ataque a minorías religiosas, inmigrantes, colectivos LGBT, ancianos, minusválidos, personas en exclusión, etc.

Por último, también es preciso distinguir el discurso de odio del delito de odio, ya que el primero no siempre es una categoría del segundo.

El discurso y el delito de odio en el marco jurídico europeo

Diversas instituciones de Europa tienen en cuenta las manifestaciones de odio como un problema genérico del que se debe ocupar el legislador. Existe también una clara voluntad de legislar a nivel europeo con objeto de crear un marco jurídico común sobre este asunto, que obligue a todos los países. Según la actual doctrina jurídica europea, los delitos de odio se caracterizan por la presencia de dos elementos: la existencia de una

infracción penal (intimidación, amenazas, daños a la propiedad, asesinato...) motivada por razones discriminatorias.

El Comité de Ministros del Consejo Europeo fue pionero con la recomendación n. R (97) 20, de 30 de octubre de 1997, a los Estados miembros, que incluía como discurso del odio “todas las formas de expresión que difunden, incitan, promueven o justifican el odio racial, la xenofobia, el antisemitismo y otras formas de odio racial y de intolerancia, incluyendo: la intolerancia expresada a través de un nacionalismo agresivo y etnocéntrico, la discriminación y la hostilidad contra minorías, los inmigrantes y personas de origen inmigrante” (Consejo Europeo, 1997).

Posteriormente, el Consejo Ministerial de la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europea (OSCE) celebrado en Maastricht en 2003 fue la primera institución europea en adoptar acuerdos sobre los delitos de odio. Estos delitos fueron definidos por Decisión nº 4/2003 de la OSCE como: “toda infracción penal, incluidas las cometidas contra las personas o la propiedad, donde el bien jurídico protegido, se elige por su, real o percibida, conexión, simpatía, filiación, apoyo o pertenencia a un grupo. Este grupo se basa en una característica común de sus miembros, como su *raza*, real o percibida, el origen nacional o étnico, el lenguaje, el color, la religión, la edad, la discapacidad, la orientación sexual u otro factor similar” (OSCE-ODIHR, 2003). Es decir, siempre ha de tratarse de infracciones tipificadas en los códigos penales, pero que no tienen por qué ser expresivas, caracterizadas por ciertas razones discriminatorias bajo las que actúa el delincuente, siempre basadas en ciertas características de la persona o grupo contra quien se comete el delito. Por otra parte, manifestaciones reconocidas como discurso del odio pueden no constituir una infracción penal, como explica con detalle la Oficina para Instituciones Democráticas y Derechos Humanos de la OSCE (OSCE-ODIHR, 2009).

Las expresiones de odio experimentaron un crecimiento importante a raíz del desarrollo de la sociedad de la información. Por ello, el 28 de enero de 2003, el Protocolo adicional al Convenio sobre la ciberdelincuencia relativo a la penalización de actos de índole racista y xenófoba cometidos por medio de sistemas informáticos del Consejo de Europa apuntó al discurso de odio. Este fue definido como “todo material escrito, toda imagen o cualquier otra representación de ideas o teorías, que propugne, promueva o incite al odio, la discriminación o la violencia, contra cualquier persona o grupo de personas, por razón de la raza, el color, la ascendencia o el origen nacional o étnico, así como por la religión en la medida en que ésta se utilice como pretexto para cualquiera de esos factores” (Consejo Europeo, 2003) Introduce así dos elementos que coinciden con el modelo de Bhikhu Parekh: primero, que las conductas expresivas han de diri-

girse contra una persona o grupo de personas; y, segundo, se especifica con claridad que la motivación ha de encontrarse en determinadas circunstancias discriminatorias.

Ese mismo año el Tribunal Europeo de Derechos Humanos reconoció como discurso del odio “todas las formas de expresión que propaguen, inciten, promuevan o justifiquen el odio basado en la intolerancia (incluida la intolerancia religiosa)” (STEDH, 2003).

Doce años después, la Recomendación General n. 15 sobre líneas de actuación para combatir el discurso del odio de la Comisión Europea contra el Racismo y la Intolerancia, del 8 de diciembre de 2015, ha definido como discurso del odio: “el uso de una o más formas de expresión específicas –por ejemplo, la defensa, promoción o instigación del odio, la humillación o el menosprecio de una persona o grupo de personas, así como el acoso, descrédito, difusión de estereotipos negativos o estigmatización o amenaza con respecto a dicha persona o grupo de personas y la justificación de esas manifestaciones- basada en una lista no exhaustiva de características personales o estados que incluyen la raza, color, idioma, religión o creencias, nacionalidad u origen nacional o étnico, al igual que la ascendencia, edad, discapacidad, sexo, género, identidad de género y orientación sexual” (Consejo Europeo, 2015).

Conviene advertir que, a pesar de esta doctrina jurídica, la identificación y la lucha de los delitos de odio todavía presentan en Europa dificultades derivadas de la falta de reconocimiento de este tipo de delitos en las estadísticas públicas y oficiales, que son fundamentales para conocer el volumen aproximado de criminalidad (López Ortega, 2017). El reflejo estadístico es un paso imprescindible para concienciar a la sociedad europea en su conjunto sobre el problema, guiar una actuación más decidida de las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado y poder perfeccionar el marco jurídico actual, en el ámbito más amplio del Consejo de Europa.

Pero el discurso del odio no es un asunto de índole exclusivamente jurídica y legal. Por eso, a pesar de estos avances en la normativa europea, coincidimos con F. Rey (2015) en que no podemos dejar al Derecho Penal solo ante este problema. Entre otras cosas porque es un fenómeno social directamente vinculado con la política, la sociología y, sobre todo, la opinión pública.

La ciberciudadanía y su cibercomunicación

Existe una tendencia generalizada a creer que la utilización de internet y de las redes sociales ha modificado la percepción de la opinión pública en el mundo occidental. La comunicación social va cambiando en función del momento histórico y de las tecnologías

disponibles y, con ella, la comunicación política, que se caracteriza por la forma en que se transmite el mensaje (Blumler, 2016). En el último decenio, los políticos y los partidos han innovado su comunicación política mediante la utilización de todas las redes y herramientas digitales disponibles, dando lugar a lo que ya se conoce como inequívocas *ciber-campañas* electorales, como las campañas electorales de 2015 y 2016 en España (Dader y Campos, 2017).

La hiperconectividad de Internet, el uso de las redes sociales, la conversión de los teléfonos móviles en herramienta indispensable de la vida cotidiana y la expansión de la mensajería electrónica instantánea, ofrecen al consumidor de mensajes la posibilidad real de acceder de modo inmediato a información de actualidad, de aumentar y diversificar sus fuentes de información, de convertirse en productor y emisor de mensajes, e incluso de poseer en potencia la capacidad de influir en la elaboración del relato político y en la creación de la opinión pública. Todos podemos convertirnos al mismo tiempo en *prosumers*, consumidores y productores (*influencers, youtubers, instagrammers...*) de información de modo simultáneo y con bajo coste en tiempo y en recursos. Twitter, que permite crear, difundir y consumir mensajes breves con alta carga informativa e impacto emocional con gran rapidez, es posiblemente la red social más ampliamente utilizada en Europa para la comunicación política; como revela que haya sido la más usada en las últimas campañas electorales en España (Abejón, Tejedor, Gómez y Patiño, Risueño, Osuna, y Dader, 2017).

Esta nueva comunicación política ha dado lugar a una *opinión pública 4.0*, que es el resultado de una práctica basada en la penetración del mensaje por vía digital a través de las redes sociales, cuyo sustento es una sofisticada utilización de la inteligencia artificial, de base algorítmica, matemática y psicológico-social (Gómez-Patiño, Nogales-Bocio y Esteban-Navarro, 2018).

Sin embargo, la emergencia de una *ciberpolítica* no conduce necesariamente a la existencia de una *ciberdemocracia* (Túñez y Sixto, 2012). De hecho, no ha aparecido una *ciberciudadanía* que permita hablar de la existencia de una verdadera *ciber-participación* política, cuyo surgimiento acarrearía inevitablemente la presencia de un activo ciber-compromiso social (*ciber-engagement*). Estas ausencias permiten afirmar que la actual *opinión pública 4.0* todavía está lejos de ser una verdadera opinión pública, debido entre otras causas al fenómeno conocido como la desinformación. La capacidad que revelan las redes sociales para influir en las emociones y las conductas de los ciudadanos atraen a diversos agentes a organizar operaciones de desinformación masivas encubiertas, que encuentran en esas redes al mismo tiempo un eficaz medio de penetración y un peligroso caldo de cultivo del discurso del odio, que tiene como aliado al anonimato con el que los ciber-ciudadanos se comunican entre ellos.

Por desinformación se entiende un proceso de comunicación consciente e intencionado emprendido por un emisor generalmente contra una diana, que induce al engaño o al error, y que busca manipular a un colectivo amplio mediante técnicas de viralización de mensajes. La desinformación no se dirige a audiencias, sino a comunidades buscando provocar una polarización con objeto de alcanzar un fin que aporte un beneficio político o económico. Los discursos del odio encuentran en la desinformación un cauce efectivo para llegar a la sociedad y las operaciones de desinformación suelen hacer uso del discurso del odio como un recurso recurrente para lograr sus fines. La desinformación y los discursos del odio coinciden en su preferencia por la emisión de mensajes disruptivos en escenarios de confrontación tras un análisis y detección de las vulnerabilidades de sus objetivos, donde esparcen información falsa o manipulada sobre diversos colectivos, aludiendo a características distintivas amplificadas o distorsionadas que les hacen responsables de acontecimientos que presentan una amenaza o tienen un impacto negativo en la vida y la situación de las comunidades a las que dirigen sus mensajes.

Las sociedades abiertas se caracterizan por la existencia de ciudadanos con conciencia moral, que inquietan sobre la realidad, que intentan construir su propio criterio, que buscan y cultivan la relación y la comunicación en libertad con el otro y que defienden su derecho a exponer y defender libremente sus ideas y opiniones. Esto permite el surgimiento de una opinión pública crítica, sin la cual no puede existir la democracia.

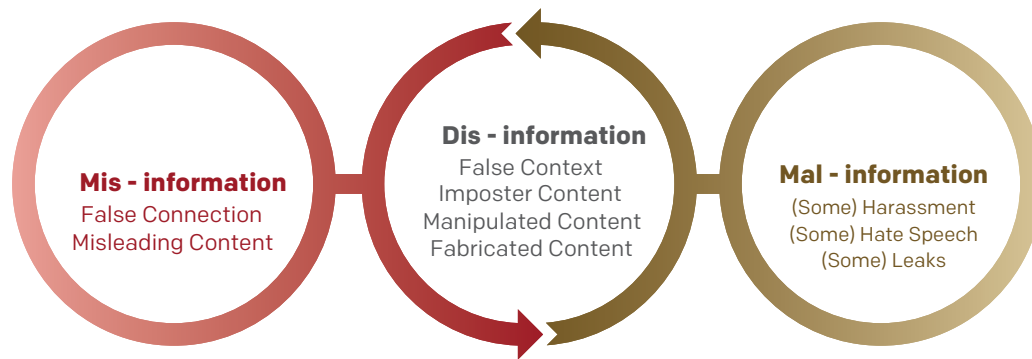
Para ello, es condición indispensable disponer de unos medios de comunicación independientes y garantizar el acceso a información de calidad; de lo contrario, surge una pseudo-opinión pública manipulada por malas praxis informativas. Sin embargo, estas dos fortalezas de las sociedades democráticas, un ciudadano que se pregunta y la garantía de libertad de expresión y de información, convierten al mismo tiempo a estas sociedades en vulnerables, ya que la búsqueda y el consumo espontáneos de información por los ciudadanos facilitan a terceros sembrar dudas y producir confusión y que todos seamos más receptivos a rumores, mensajes falsos y operaciones de influencia.

Acciones contra el discurso y el delito de odio

Para hacer frente al discurso del odio que va ganando espacio en el escenario europeo, especialmente en las redes sociales, se considera imprescindible contar con prácticas destinadas a mejorar la calidad de la información, desmentir los bulos de la desinformación y sancionar económicamente e incluso penalmente a los incitadores al odio. En este sentido, la preocupación por la proliferación de noticias falsas que

generan efectos perversos (deseados o no) ha dado como resultado la publicación de un manual por parte de la UNESCO (2018) para hacer frente a la desinformación, que distingue claramente no solo la diferencia de los discursos y las diversas malas praxis informativas, sino también las intenciones y sus efectos (figura 2).

Figura 2: Desorden de la información.



Fuente: UNESCO, 2018

Asimismo, se trabaja en terrenos tecnológicos como la investigación en *big y open data* (Gil de Zúñiga y Diehl, 2017), la inteligencia artificial, el neuromarketing (Gómez y Patiño y Bandrés, 2014) y el análisis automático del contenido en redes sociales (De Vreese, 2017) con objeto de que sean las propias herramientas informáticas las que identifiquen y bloqueen noticias falsas o mensajes de odio. Las tecnologías también deben servir para enriquecer el espectro de la información que recibe un ciudadano, en lugar de reforzar ideas preconcebidas. Como advierte el Centro Criptológico Nacional de España (2019, p. 30): “Los algoritmos que utilizan las nuevas plataformas de comunicación digital se han convertido en aliados involuntarios de las campañas de desinformación. Estas tecnologías no priorizan que el usuario final reciba informaciones variadas y plurales sobre la actualidad política, social o económica. Por el contrario, están diseñadas para que el usuario reciba e interactúe, únicamente, con mensajes que potencialmente pueden ser de su agrado y reafirmen sus ideas”.

La lucha contra cualquier tipo de incitación o discurso de odio hasta ahora ha adquirido un carácter voluntario para las redes sociales, si bien la Comisión Europea se ha mostrado partidaria de la posibilidad de crear una legislación que garantice la eliminación de contenidos ilegales. El 24 de marzo de 2016, a resultados del atentado en Bruselas dos días antes, el Consejo de Europa apuntó la importancia de prevenir la difusión de los discursos de odio, acordando que “la Comisión intensificará la coopera-

ción con empresas del sector informático en el marco del Foro de Internet de la UE, con el fin de combatir la propaganda terrorista y desarrollar para junio de 2016 un código de conducta contra la incitación al odio en Internet” (Consejo Europeo, 2016). Dos meses después, la Comisión Europea suscribió con Facebook, Microsoft, Twitter y YouTube un Código de Conducta voluntario con el objetivo de contrarrestar la incitación al odio *online*, para ayudar a los usuarios a notificar discursos e incitaciones, mejorar el apoyo a la sociedad civil y la coordinación con las autoridades nacionales (Comisión Europea, 2016).

Este código es presentado como una alternativa a la reglamentación de contenidos. Las redes sociales han mejorado la gestión de dichos contenidos ilegales en sus plataformas: empresas como Facebook, Twitter o YouTube son ahora más veloces cuando se trata de retirar publicaciones que propasan la libertad de expresión y, en especial, cuando son claras incitaciones al odio.

En diciembre de 2016, junio de 2017 y enero de 2018, la Comisión Europea presentó resultados de tres rondas evaluativas de la implementación del Código de Conducta que mostraron un progreso continuo. El 1 de marzo de 2018 se publicó una Recomendación de la Comisión sobre medidas para combatir efectivamente el contenido ilegal en línea. En febrero de 2019 la Comisaria Europea de Justicia, Consumidores e Igualdad de Género, Věra Jourová, declaraba: “hoy, después de dos años y medio, podemos decir que encontramos el enfoque correcto y establecemos un estándar en toda Europa sobre cómo abordar este grave problema, mientras protegemos por completo la libertad de expresión”.

Sin embargo, la decisión de la Comisión Europea de confiar un papel tan importante a las empresas privadas es susceptible de crítica por asignar a las grandes plataformas tecnológicas papeles de legisladores, jueces y ejecutores, sin pasar por la supervisión del poder judicial.

Por eso, la regulación del mercado europeo único digital se considera también necesaria, de acuerdo con un informe de Divina Frau-Meigs para el Parlamento Europeo (2018). Entre las principales medidas implantadas en los últimos años se encuentra la directiva de comercio electrónico, que exige una mayor diligencia a operadores como Google, Facebook y Twitter para detectar y notificar fraudes y contenidos ilícitos.

Por su parte, la directiva que regula los servicios de medios audiovisuales incluye en su versión revisada plataformas con contenido audiovisual, como YouTube, y las coloca bajo la tutela de las autoridades de medios. La directiva de seguridad de la red

y la información obliga a los operadores y las plataformas a ser transparentes sobre las amenazas cibernéticas e informar sobre sus violaciones de seguridad. La reciente directiva sobre derechos de autor, que tanta controversia causa, intenta también involucrar a las plataformas exigiendo la implementación de herramientas para la detección automática de contenido ilegal. Por último, el reglamento general de protección de datos en la Unión Europea ofrece una serie de garantías y protecciones a los usuarios en su relación con las plataformas digitales, exigiendo que estas sean explícitas y exhaustivas sobre el uso planificado de los datos recopilados.

Las medidas de autorregulación junto con las legales pueden tener cierta efectividad; sin embargo, se debe ser consciente de que eliminar la incitación al odio de la web no es lo mismo que eliminarla de la sociedad.

Por eso, una acción que se revela muy importante para cooperar en la formación de una opinión pública 4.0 crítica es reforzar la confianza de los ciudadanos en las instituciones, con el fin de minimizar los efectos perversos de la desinformación y los discursos del odio. El hecho de que los ciberciudadanos estén permanentemente invadidos por mensajes de diferente tipo, no siempre pacificadores ni amables, ha generado en un contexto de crisis social y económica la pérdida de confianza en las instituciones.

La confianza social de los ciudadanos respecto al Gobierno, las instituciones del sistema político y los líderes de un país varía en función de su Índice de Desarrollo Humano (IDH), apreciándose una relación proporcional entre esa confianza y este índice, como revela un reciente estudio realizado sobre 22 países (Gil de Zúñiga, Ardèvol-Abreu, Diehl, Gómez Patiño y Liu, 2019).

La necesidad de diseñar e implantar estrategias tendientes al fortalecimiento de la opinión pública y a combatir la acción de la desinformación en general y la expansión de los discursos del odio en particular, también han encontrado eco en las Estrategias de Seguridad Nacional de diversos países europeos; sobre todo cuando se trata de afrontar amenazas de operaciones de desinformación de origen exterior que tratan de influir en la sociedad, especialmente durante momentos tan cruciales para un país como son los procesos electorales.

Francia ha sido el primer país en incluir la desinformación que actúa a través de internet como una amenaza que puede desembocar en una forma de subversión blanda, dirigida a acrecentar las tensiones internas de la sociedad, influir en ella, minar sus fuerzas morales y favorecer su parálisis política (République Française, 2017). Unos meses después España también contempló en su Estrategia de Seguridad la desinfor-

mación como un gran desafío que utiliza el ciberespacio como su campo de batalla y que amplifica la incertidumbre de la sociedad y pone en riesgo la propia privacidad de los ciudadanos (Gobierno de España, 2017). El discurso del odio no aparece enunciado de manera explícita en estos documentos estratégicos de carácter oficial como amenazas, pero sí el principal recurso para su expansión: la desinformación en internet.

Sin embargo, sin desestimar la importancia de todas las acciones anteriores, consideramos que en última instancia la estrategia más eficaz a mediano plazo es reforzar a los propios ciudadanos, dotándoles de competencias digitales y analíticas que configuren un pensamiento crítico que les permita buscar la información que necesitan y analizar la información que reciben. En este escenario aparece la educomunicación como un recurso al alcance de cualquier institución, aunque de difícil implantación regular, que puede contribuir a combatir los discursos de odio indeseables, porque crearán a su vez una herramienta útil que formará una opinión pública crítica dentro de la era 4.0.

La educomunicación o educación para los medios es, según la *Association for Media Literacy* (AML), con sede en Toronto, “el estudio de los medios de comunicación en contextos educativos con el fin de conocer las construcciones de la realidad social que hacen los diferentes medios” (cit. Gómez y Patiño, 2015). Plantea una interrelación circular y bidireccional entre medios de comunicación, sociedad y educación, donde la adquisición por los ciudadanos de competencias informacionales y mediáticas se considera clave para crear una verdadera opinión pública.

Por ello, la educomunicación tiene una estrecha relación con la alfabetización audiovisual: “la capacidad de decodificar, evaluar y comunicarse en una variedad de medios (video, ordenadores, radio, prensa, televisión, Internet, etc.)” (AML, cit. Gómez y Patiño, 2015). Es de extrema importancia mejorar las competencias de los ciudadanos en este ámbito porque en la actualidad la imagen en un sentido amplio, o si se prefiere, todo aquello que llega en formato pantalla (y eso incluye también a los móviles) para acceder a Youtube, Instagram o Twitter, en ese orden, tiene una capacidad de penetración infinitamente superior a los textos que llegan sobre el papel.

Como ha declarado la Conferencia de Seguridad de Munich, el principal encuentro internacional de instituciones y expertos occidentales de seguridad, que se celebra anualmente desde 1963 en la ciudad alemana de Munich, la ciberdefensa no es suficiente para combatir la desinformación y los discursos del odio que en numerosas ocasiones la acompañan, sino que las instituciones democráticas tienen la obligación de apoyar la alfabetización mediática, fortalecer sus esfuerzos de comunicación y edu-

car a sus ciudadanos. La respuesta no se encuentra en legislar para prohibir noticias falsas o crear supuestas agencias de la verdad, a menos que los Estados se conviertan en antiliberales. Prevenir “un mundo de la posverdad en el que nada es verdad y cualquier cosa es posible” es una tarea de toda la sociedad en su conjunto (Munich Security Conference, 2017).

Por último, conviene destacar también la decidida apuesta de la Unión Europea por el impulso de políticas de gobierno abierto y de transparencia, entendiendo que el acceso a la información y la rendición de cuentas de los Gobiernos es un instrumento de fortalecimiento institucional y de cohesión social para aumentar la confianza de la ciudadanía en sus instituciones democráticas.

Conclusión

Lejos de desaparecer el discurso o los delitos de odio en Europa, estamos asistiendo a una preocupante proliferación y crecimiento de ambos a resulta del incremento de la desinformación en la era digital en volumen y en rapidez de diseminación. Esto hace necesario emprender una nueva exégesis del discurso del odio con el fin de mejorar las herramientas para su prevención, cuando no paliativas.

La realidad europea de los últimos años, que engloba y pone a convivir situaciones como la multiculturalidad, producto de las migraciones de las últimas cuatro décadas, con la cultura del estado de bienestar y los nuevos medios relacionales, comunicacionales y tecnológicos, ha derivado en lamentables situaciones de odio. Las instituciones legisladoras y políticas europeas no pueden hacer caso omiso de la coyuntura existente y deben desarrollar una estrategia común y global en la lucha contra el discurso del odio, que integre las intervenciones parciales en diversas áreas y las diferentes iniciativas nacionales.

En nuestro recuerdo quedan tristes épocas del pasado reciente en Europa, donde el odio fraguó un discurso propagandístico a cuya expansión acompañó en tantas ocasiones la inacción jurídica y la pasividad política. El odio representa un gran riesgo para la estabilidad social de Europa, por lo que es una obligación de las instituciones comunes europeas y nacionales impedir y contrarrestar la expansión de los discursos de odio y ser extremadamente vigilantes en la represión de los delitos de odio.

Referencias

- Abejón, P., Tejedor, L., Gómez y Patiño, M., Risueño, I.; Osuna, C. y Dader, J. L. (2017). El uso de las webs, Facebook y Twitter en la comunicación electoral española de 2015: Una mirada impresionista. En: Dader, J. L. y Campos, E. La búsqueda digital del voto. Ciber campañas electorales en España 2015-16. Valencia: Tirant lo Blanch, pp. 75-140.
- Blumler, J. (2016). The fourth age of political communication. *Politiques de communication*, 1 (6): 19-30.
- Centro Criptológico Nacional (2019). Desinformación en el ciberespacio. CCN-CERT BP/13. Obtenido el 1 de abril de 2019 de <http://cort.as/-HVh7>
- Comisión Europea (2016). Code of Conduct on Countering Illegal Hate Speech Online. Obtenido el 1 de abril de 2019 de <http://cort.as/-HVh>
- Consejo Europeo (1997). Recommendation N.º. R (97) 20 of the Committee of Ministers to member states on “Hate Speech”. Obtenido el 1 de abril de 2019 de <http://cort.as/-HVhP>
- Consejo Europeo (2003). Additional Protocol to the Convention on Cybercrime, concerning the criminalisation of acts of a racist and xenophobic nature committed through computer systems. Obtenido el 1 de abril de 2019 de <http://cort.as/-HVhp>
- Consejo Europeo (2015). ECRI General Policy Recommendation No. 15 on combating Hate Speech. Obtenido el 1 de abril de 2019 de <http://cort.as/-HVhr>
- Consejo Europeo (2016). Declaración conjunta de los ministros de Justicia y Asuntos de Interior de la UE y los representantes de las instituciones de la UE con motivo de los atentados terroristas perpetrados en Bruselas el 22 de marzo de 2016. Obtenido el 1 de abril de 2019 de <http://cort.as/-HVi2>
- Dader, J.L. (2017): Campañas políticas ‘online’: la realidad española frente al horizonte internacional del ‘Tecnobildeo’. En: Dader, J. L. y Campos, E. (eds.) (2017). La búsqueda digital del voto. Ciber campañas electorales en España 2015-16. Valencia: Tirant lo Blanch, pp. 11-174.
- Dader, J. L. y Campos, E. (eds.) (2017): La búsqueda digital del voto. Ciber campañas electorales en España 2015-16. Valencia: Tirant lo Blanch.
- De Vreese, C., Boukes, M., Schuck, A., Vliegthart, R. Bos, L. y Lelkes, Y. (2017). Linking survey and media content data: Opportunities, considerations, and pitfalls. *Communication Methods and Measures*, 11 (4): 221-244.
- European Commission EU (2018). A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation. Obtenido el 1 de abril de 2019 de <http://cort.as/-HViD>
- Frau-Meigs, D. (2018). Societal costs of “fake news” in the Digital Single Market. Bruselas: European Parliament. Obtenido el 1 de abril de 2019 de <http://cort.as/-HVij>
- Gil de Zúñiga, H. y Diehl, T. (2017). Citizenship, social media, and big data: Current and future research in the social sciences. *Social Science Computer Review*, 35 (1): 3-9.

- Gil de Zúñiga, H., Ardèvol-Abreu, A., Diehl, T., Gómez Patiño, M. y Liu, J. H. (2019). La confianza en los actores institucionales en 22 sociedades. Análisis de la confianza en la política, la ciencia y los medios de comunicación en el mundo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74: 237-262. Obtenido el 1 de abril de 2019 de <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1329>
- Gobierno de España. Ministerio de Defensa (2017). Estrategia de Seguridad Nacional. Obtenido el 1 de abril de 2019 de <http://cort.as/-HVij>
- Gómez y Patiño, M. y Bandrés, E. (2014). El neuromarketing: Una nueva disciplina para la investigación de audiencias y de la opinión pública. *Icono* 14, 12(2): 395-415. Obtenido el 1 de abril de 2019 de <https://doi.org/10.7195/ri14.v12i2.666>
- Gómez y Patiño, M. (2015). Educando con los medios, una revisión desde los clásicos. Dos siglos de educación: de Freinet a Wikipedia. *Hachetetepé: Educación y Comunicación*, 11:119-130. Obtenido el 1 de abril de 2019 de <http://cort.as/-HVj9>
- Gómez-Patiño, M.; Nogales-Bocio, A. I. y Esteban-Navarro, M. A. (2018). Comunicación Política y Opinión Pública 4.0. En: Marta-Lazo, C. (ed.). *Calidad Informativa en la Era de la Digitalización: Fundamentos profesionales vs. Infopolución*. Madrid: Dykinson, pp. 83-98.
- López Ortega, A. I. (2017). Análisis y Evolución de los delitos de odio en España (2011-2015). *Antropología Experimental*, 17: 19-37.
- Munich Security Conference (2017). Munich Security Report 2017. Post-Truth, Post-West, Post-Order? Obtenido el 1 de abril de 2019 de <http://report2017.securityconference.de/>
- OSCE – ODIHR. Organization for Security and Co-operation in Europe - Office for Democratic Institutions and Human Rights (2009). *Prosecuting Hate Crimes. A practical guide*, 2009. Obtenido el 1 de abril de 2019 de <https://www.osce.org/odihr/36426>
- OSCE – ODIHR. Organization for Security and Co-operation in Europe - Office for Democratic Institutions and Human Rights (2013). *Hate Crimes in the OSCE Region: Incidents and Responses: Annual Report for 2012*. Obtenido el 1 de abril de 2019 de <https://www.osce.org/odihr/108395>
- Parekh, B (2012). Hate Speech: Is There a Case for Banning? En Herz, M. y Molnar, P. (eds.). *The content and context of Hate Speech, Rethinking Regulation and Responses*. Budapest, Central European University.
- Pérez Calle, B. (2018). Estigmas, Rumorología y Pensamiento Económico. En: Rodríguez, M., García, A. y Cerdá, M. J. (coords.). *La empresa comunica: protocolo y lenguaje organizacional*, Barcelona: Gedisa, pp. 369-379.
- Republique Française. Ministère des Armées (2017). *Revue stratégique de défense et de sécurité nationale*. Obtenido el 1 de abril de 2019 de <http://cort.as/-HVkP>
- Rey Martínez, F. (2015). Discurso del odio y racismo líquido. En M. Revenga Sánchez (dir.). *Libertad de expresión y discurso del odio*. Madrid, Universidad de Alcalá / Defensor del Pueblo.

- STEDH (2003). Sentencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos (Sección 1ª), de 4 de diciembre de 2003, caso Müslüm Gündüz c. Turquía, apartado 37.
- Transparency International (2015). *Lobbying in Europe: Hidden Influence, Privileged Access*. Obtenido el 1 de abril de 2019 de https://www.transparency.org/whatwedo/publication/lobbying_in_europe
- Túñez, M. y Sixto, J. (2012). Un escaño en Facebook: política 2.0, marketing viral y redes sociales. *Vivat Academia*, 118: 13-32.
- UNESCO (2018). *Journalism, 'fake news' & Disinformation. Handbook for Journalism Education and Training*. París: UN Educational, Scientific and Cultural Organization. Obtenido el 1 de abril de 2019 de <http://cort.as/-HVko>

3. De la infancia consumidora a la adolescencia creadora. Competencias productivas transmedia para la Cibersociedad

Javier Gil Quintana¹
Sara Osuna-Acedo²

Resumen

Este capítulo presenta un estudio que se plantea desde una metodología cualitativa de investigación, cuyo principal objetivo es el análisis de las competencias transmedia de los adolescentes, recogidas a través de su participación en los talleres y entrevistas de la investigación. La muestra total de este estudio es de 237 adolescentes españoles, caracterizados por un uso intensivo de las tecnologías digitales y los nuevos medios, obteniendo interesantes resultados sobre las distintas competencias, que se han catalogado en Competencias Productivas, de Gestión Social, de Gestión de Contenido, de Gestión Personal, Competencias Preformativas, Narrativas, Estéticas, Ideológicas y Éticas y, finalmente, Competencias de Contexto Mediático y Tecnológico, todas ellas habituales entre los adolescentes en la era digital en la que vivimos. Con este estudio se concluye que el aprendizaje ha dejado de ser entendido como limitado al entorno escolar, abriéndose una puerta también a la intercreación y construcción colectiva del conocimiento desde cualquier parte del mundo digital.

Palabras claves: Competencia transmedia; participación adolescente; social media; narrativa transmedia; aprendizaje activo no formal.

1. Doctor en Educación y Comunicación por la UNED; Graduado en Magisterio por la Universidad de Valladolid; Máster en Tecnologías Digitales y Sociedad del Conocimiento y Máster en Comunicación y Educación en la Red por la UNED. Docente de la UNED. Correo electrónico: jgilquintana@edu.uned.es
2. Doctora en Filosofía y Ciencias de la Educación por la UNED desde el año 2004. Es profesora de Comunicación y Educación en la UNED y especialista en tecnologías digitales, modelos educomunicativos, educación en valores y enseñanza virtual. Sus líneas de investigación son MOOC, convergencia de medios, escenarios digitales, discapacidad, aprendizaje digital y redes sociales. Correo electrónico: sosuna@edu.uned.es

Of the consuming childhood to creative adolescence. Transmedia productive competences for the Cybersociety

Abstract

This chapter presents a study that has arisen from a qualitative research methodology, whose main objective is the analysis of transmedia competences of adolescents, collected through their participation in workshops and research interviews. The total sample of this study has been 237 Spanish adolescents, characterized by an intensive use of digital technologies and new media, obtaining interesting results on the different competences, which have been cataloged in Productive Competences, Social Management, Management Content, Personal Management, Preformative, Narrative, Aesthetic, Ideological and Ethical Competences and, finally, Media and Technological Context Competencies. All of them have in common what adolescents in the digital era in which we live in use on a daily basis. With this study it is concluded that the acquisition of learning has ceased to be understood as limited to the school environment, opening a door also to the intercreation and collective construction of knowledge from any part of the digital world.

Keywords: Transmedia Competence; teen participation; social media; Transmedia Narrative; active non-formal learning.

Introducción teórica al estudio

La educación en la cibersociedad

En 1949, George Orwell publicó su gran obra 1984 compartiendo con la ciudadanía del momento la visión de una sociedad apoyada en las comunicaciones, la obsesión de la industria por las telecomunicaciones y la presencia de un gobierno omnipresente que participa en la cotidianeidad de los individuos. En esta Telépolis (Echeverría, 1999) manejada en un sistema neofeudal por los grupos mediáticos de poder, el ser humano se convierte en muñeco cuyos alambres mueven los medios, creando su identidad y estructurando su propio pensamiento, en un entorno, donde “se sienten libres y se desnudan voluntariamente” (Han, 2017, p). Veinte años más tarde Marshall McLuhan con sus obras *The Gutenberg Galaxy* (1962) y *Understanding Media* (1964) asentó la idea de globalización del planeta a través de los medios de comunicación, y profetizó un siglo XXI lleno de transformaciones en una misma “aldea global”.

Se trata de un concepto que trató de definir dentro del espacio visual, acústico y el tétrade (cambios efectuados). El tétrade, una figura para predecir los cambios causados por el uso de los nuevos medios, que cada día se hace más presente entre los más jóvenes de nuestro entorno disfrutando de un no-lugar (Augé, 1993), donde “la cantidad de información, conocimientos, dispositivos y oportunidades formativas se multiplican fuera de la institución escolar” (Carbonell Sebarroja, 2015, p.28), sintiéndose protagonistas del mismo. Al igual que Aristóteles en *Política III*, señalaba que ciudadano es aquel que participa en la sociedad; relacionando esta afirmación con la realidad digital podemos considerar que las personas participantes en la cibersociedad actúan, como productores, como consumidores y creadores. A través de su dispositivo móvil interactúan con la Red, no sólo como elemento de trabajo o herramienta de comunicación, sino también como escenario publicitario de sus vidas y disfrute de su ocio. En palabras de Sacristán (2013):

“La llegada de Internet ha creado un mundo interconectado donde las fuentes de información y de conocimiento están desjerarquizadas en buena medida, ya que cualquier persona conectada puede incluir sus propias informaciones en el ciberespacio cuando y como quiera, lo que da lugar a procesos multiplicadores de enorme potencial comunicativo. Y cada ordenador tiene la capacidad técnica de copiar y modificar datos, con reproducciones hasta ahora desconocidas para las industrias culturales” (p.13).

Estos cambios han impregnado los procesos de aprendizaje en la sociedad líquida (Bauman, 2007). Hoy más que nunca se habla de un aprendizaje para toda la vida y, no sólo eso, sino de un aprendizaje que rompe las barreras del aula y se proyecta más allá de lo que nos imaginamos, haciendo posible la cultura de la participación (Aparici & Osuna-Acedo, 2013; Jenkins, 2008). En la misma época que McLuhan nos hablaba del concepto de “aldea global”, Ivan Illich (1974) nos presentaba su obra *La escuela desescolarizada*, y Everett Reimer (1973) *La escuela ha muerto*, inquietando al mundo educativo con afirmaciones que se hacen actuales señalando que “todos hemos aprendido la mayor parte de lo que sabemos fuera de la escuela” (Illich, 1974).

Ambos autores ofrecían una alternativa para una sociedad sin escuelas y ésta era la creación de tramas o redes de aprendizaje, un espacio que diera a las personas las mismas oportunidades para compartir sus intereses con otros semejantes que tengan ideas similares o distintas. Esta estructura horizontal y bidireccional se posibilita gracias a las redes sociales y otros espacios de la Web 2.0, facilitando múltiples interconexiones en la “cultura de la remezcla” (Lessig, 2012).

El aprendizaje digital en adolescentes

Los adolescentes actuales, desde que han abierto sus ojos, han estado visualizando pantallas y acercando los dedos a ese mágico y atractivo objeto que es el móvil. Todos podemos comprobar cómo las familias colocan la pantalla delante de los bebés mientras éstos comen, los abuelos se maravillan viendo a sus nietos manejar los vídeos de YouTube eligiendo las producciones que les parecen más atractivas, etc., un sinfín de estímulos que se reflejan en actos cotidianos y que están condicionando sus gustos, su manera de relacionarse y cómo no, de educarse. A los dos años el 40% de los niños son capaces de manejar el teléfono móvil y la *Tablet* para jugar, ver su serie preferida o escuchar canciones, utilizándose como una *baby-sitter* en las familias cuando las madres o padres están ocupados (Fleer, 2014; Merchant, 2015), influyendo los medios cada vez más en el desarrollo de la identidad infantil (Osuna-Acedo, Gil-Quintana, & Cantillo-Valero, 2018). En la edad de 8 años, un 72% maneja perfectamente los dispositivos electrónicos y, a partir

de esta edad, todo va en aumento hacia una mayor participación en las redes sociales, en ocasiones condicionada por un exceso de libertad a la hora de la elección del contenido con el que interactúan (Brito & Dias, 2016) y expuestos diariamente a posibles peligros ante la manipulación y la mentira que ejercen los grupos mediáticos de poder.

De esta realidad se han percatado los centros educativos que a pesar de las dificultades, intentan alfabetizar digitalmente (Gutiérrez Martín, 2003) e integrar la tecnología en las aulas, por su gran componente relacional-TRIC (Marta-Lazo & Gabelas, 2016), interactivo e intercreativo (Osuna-Acedo, 2010; Osuna-Acedo & Camarero-Cano, 2016) y emocional que engancha las mentes de los más jóvenes (Gil-Quintana, 2019), aunque en ocasiones no utilizan todo su potencial pedagógico (Ertmer & Ottenbreit-Lefwich, 2010). El informe *Niños en un mundo digital* publicado por UNICEF en 2017, basado en una investigación a nivel global sobre la vida interconectada de niños y adolescentes, concluía con una serie de prioridades digitales, donde se pretende aprovechar las bondades mediáticas y minimizar los daños:

- Proporcionar a todos los niños un fácil acceso a recursos en línea de alta calidad.
- Proteger a los niños de los daños en línea, incluido el abuso, la explotación, la trata, el acoso cibernético y la exposición a materiales inadecuados.
- Proteger la privacidad y la identidad de los niños en línea.
- Impartir alfabetización digital para mantener a los niños informados, comprometidos y seguros en línea.
- Aprovechar el poder del sector privado para promover normas y prácticas éticas que protejan y beneficien a los niños en línea.
- Poner a los niños en el centro de la política digital.

Seymour Papert (1980), en su obra *Desafío a la mente: computadoras y educación*, manifestaba su convencimiento de que el aprendizaje debe realizarse a través de la acción, construyendo o reconstruyendo lo que no se sabe o se creía aprendido. Papert se aleja por completo de los métodos tradicionales de memorización, apostando de esta forma por un método de aprendizaje auto-dirigido, o de descubrimiento. Propone un modelo orientado a “aprender a aprender”, considerando que los diferentes dispositivos electrónicos son un objeto de motivación y un incentivo esencial para su propuesta, al permitir a los estudiantes abrirse a un conocimiento ilimitado y potenciar su creatividad y capacidad para resolver problemas (Veiga, 2010). Para este autor, nos estamos adentrando en la *era del aprendizaje*, debido a que “la cantidad de cosas que se aprenden en este mundo es mucho mayor que en el pasado” (Joyanes, 1997, p.237).

Los dispositivos móviles abren un amplio abanico de oportunidades en los distintos entornos de aprendizaje que se proyectan desde la escuela, la familia, el trabajo, los grupos de amigos y los momentos de ocio (Pereira, Fillol, & Moura, 2019). Ejemplo de ello son los adolescentes en red, quienes representan un porcentaje considerable de la población mundial, inmersos en esta realidad de forma óptima, estableciendo una relación íntima con la tecnología desde donde realizan en colaboración (Gil-Quintana, 2015) gran cantidad de actividades en su vida cotidiana. Para Buckingham (2003), “existe un reconocimiento creciente de que la escuela no es la única reserva de educación; y que el aprendizaje puede ocurrir, y de hecho ocurre, en el lugar de trabajo, en casa y en el contexto de las actividades recreativas” (Buckingham 2003, p. 189).

Estas prácticas de aprendizaje de la infancia se consolidan en la adolescencia, demandando que la *media literacy* no se base sólo en el análisis crítico que consume el viejo *prosumidor* (productor + consumidor), sino que también pase a la acción en cuanto a los contenidos que el *emerec* (emisor + receptor) crea y comparte en la red (concepto acuñado por Cloutier en 1973). Los adolescentes deben ser competentes, mediáticamente hablando, en un contexto productivo de cultura participativa, “creando contenidos a medida que aprenden” (González-Martínez, et al., 2018). Toda esta realidad que hoy podemos ver con nuestros ojos, en cada rincón de nuestro barrio, pueblo o ciudad, ya era presentada en el siglo pasado por Alvin Toffler (1980) cuando hablaba sobre la nueva civilización que estaba emergiendo, la tercera ola:

“Esta nueva civilización traía consigo nuevos estilos familiares; formas distintas de trabajar, amar y vivir; una nueva economía; nuevos conflictos políticos; y, más allá de todo esto, una nueva conciencia modificada también. El amanecer de esta nueva civilización es el hecho más explosivo de nuestra vida y es la clave para la comprensión de los años inmediatamente venideros” (p.21).

El Transalfabetismo: competencias productivas transmedia

En este entorno de aprendizaje no formal surge el concepto de “alfabetismo transmedia” (*transmedia literacy*), haciendo referencia a competencias (trans) mediáticas fundamentales para la vida en sociedad. Diferentes investigaciones en este ámbito (Jenkins et al., 2006; Scolari, 2018) recogen las habilidades que podemos considerar como competencias básicas del alfabetismo transmedia. Entre estas competencias se distinguen aquellas como jugar, interpretar, apropiación, navegación, navegar y negociar (Scolari, 2018). Un planteamiento de alfabetismo transmedia que debería centrarse en tres series de prácticas: alfabetización en los videojuegos, alfabetización en la web y las redes sociales y alfabetización en las culturas participativas. Referido a los videojuegos se ha podido comprobar que los

jóvenes se desarrollan con las redes sociales con una destreza técnica de nivel experto, “jugar ha acostumbrado a los jóvenes a una serie de prácticas dentro de una ecología cultural que sitúa la perspicacia tecnológica en una situación de privilegio” (Ito et al., 2013, p.200).

En relación con la alfabetización en la web y redes sociales, los niños desarrollan un “compromiso experimental” (Hartley, 2009) con sus semejantes, “sin la necesidad de un filtro institucional o controles burocráticos” (Hartley, 2009, p.130). Los participantes en estas jóvenes comunidades en red aprenden a organizarse por su cuenta, en gran parte como autodidactas, aunque también tienen presente “la ayuda que recibían de fuentes tanto *online* como *offline*, de colegas, padres y hasta profesores” (Lange & Ito, 2010, p.262).

En este orden de ideas, la alfabetización en las culturas participativas representa entornos ideales para la construcción colectiva del conocimiento, donde un interactuante puede convertirse en referente o guía para el aprendizaje de otros, desafiando a su vez la competencia de aquellos que quieren adquirir nuevos conocimientos (Jenkins et al., 2006). La mayoría de los adolescentes han estado usando tecnologías digitales como parte de su “entorno natural” (Scolari, 2018).

El desarrollo del estudio “Transalfabetismo. Competencias transmedia y estrategias informales de aprendizaje” (Ref.: CSO2014-56250-R), financiado por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad de España parte de una realidad recogida en cinco Comunidades Autónomas españolas. El objetivo general de esta investigación es presentar las distintas competencias productivas transmedia, a través de la práctica que los adolescentes realizan, analizadas con una metodología cualitativa, a partir de la cual se interpretan los resultados desde un análisis sistémico de las competencias productivas adolescentes, entendiendo que las competencias productivas se refieren al conjunto de habilidades para concebir, planear y producir a través de diferentes medios, plataformas y lenguajes (texto, imagen, audio, audiovisual y código de programación).

Método

Objetivo principal, preguntas de investigación e hipótesis

Este análisis forma parte del Proyecto “Transalfabetismo. Competencias transmedia y estrategias informales de aprendizaje”, cuyo objetivo general es identificar las prácticas transmedia de los adolescentes españoles y el desarrollo de competencias transmedia en su aprendizaje. Se categorizaron las competencias transmedia en distintos grupos:

Competencias Productivas, Competencias de Gestión Social, Competencias de Gestión de Contenido, Competencias de Gestión Personal, Competencias de Prevención de Riesgos y Privacidad, Competencias Performativas, Competencias Narrativas y Estéticas, Competencias Ideológicas y Éticas y, por último, Competencias de Contexto Mediático y Tecnológico.

El objetivo específico de este capítulo, dentro del marco de la investigación principal, y que encabezó nuestro estudio, fue analizar las competencias productivas transmedia de los adolescentes en Internet. En este sentido, hemos formulado la siguiente cuestión que guiará el análisis efectuado en este artículo:

- Q1: ¿Qué competencias productivas transmedia específicas han desarrollado los adolescentes españoles con respecto a los relatos digitales en los que participan?

Este estudio se asienta sobre hipótesis que fundamentan el análisis de los resultados, encauzando la información obtenida a través de técnicas cualitativas, concretándose en:

- H1: Los adolescentes españoles han desarrollado competencias productivas transmedia relacionadas con el lenguaje textual, sonoro, visual, audiovisual y código de programación.
- H2: Las competencias productivas relacionadas con el lenguaje audiovisual son las que más han desarrollado, mientras que las relativas al lenguaje sonoro son las que menos.

1.1 Participantes

En nuestro estudio hemos contado con una muestra de 237 adolescentes, de 12 a 17 años, que estudian de 1º a 3º de la Educación Secundaria Obligatoria. En razón de género, la muestra está muy equilibrada, ya que el 46,8% son hombres y el 53,2% mujeres.

Los participantes viven en cinco Comunidades Autónomas españolas, Andalucía, Cataluña, Comunidad de Madrid, Comunidad Valenciana y Galicia, lo cual supone una muestra significativa a nivel nacional. A su vez, en cada Comunidad Autónoma, se han seleccionado dos centros educativos diferenciados en función del tipo de población, rural y urbana, y del tipo de centro educativo, público y privado-concertado.

1.2 Instrumentos

Los instrumentos de recogida de datos del estudio, de corte eminentemente cualitativo, han sido dos, los talleres y las entrevistas, técnicas cualitativas donde el investigador obtiene del sujeto entrevistado la percepción personal sobre la situación que pretende analizar (García Pérez, 2014).

En cada centro educativo se realizaron dos talleres, donde los estudiantes se dividieron voluntariamente en dos grupos según sus preferencias, uno con la temática de los «Videojuegos» y otro con la de la «Cultura Participativa». Gracias a estos instrumentos de investigación se realizaron prácticas transmedia inmersivas, a través de juegos y producción en los medios sociales.

En las entrevistas se pretendió analizar las prácticas transmedia, con especial hincapié en las competencias productivas que desarrollan los adolescentes en la elaboración de contenidos.

Una vez recogida la información acerca de los distintos fragmentos de contenidos de los talleres y las entrevistas, se realizó una categorización con el software *Nvivo* para poder analizar sus significados y redes conceptuales.

1.3 Procedimiento

El equipo de investigación aplicó la etnografía virtual en el proceso de trabajo, que involucra la inmersión de los investigadores en la vida de los adolescentes. Los principios de la etnografía se ajustan a los intereses teóricos, metodológicos y empíricos del proyecto, que pretende centrarse en lo que hacen los adolescentes en las redes sociales. El trabajo de campo se llevó a cabo durante las horas extraescolares en cada centro participante, entre los meses de marzo y septiembre de 2016, y fue supervisada por asistentes de investigación capacitados para tal efecto. Se inició con la selección de cinco comunidades autónomas representativas del Estado español y, como ya se ha comentado, la selección de dos centros por cada una de ellas, atendiendo al criterio de su ubicación (urbana o rural) y tipo de financiación (pública y/o privada-concertada).

Una vez seleccionada la muestra participante y para recoger el permiso para la participación, se presentó la investigación a cada centro educativo, tanto al alumnado como a sus familias, asegurándose la privacidad y confidencialidad de los datos obtenidos.

Los estudiantes fueron informados sobre los objetivos del estudio y sobre cuestiones éticas, incluida su participación voluntaria. Una vez conseguidas las autorizaciones y, por tanto, definida la muestra de adolescentes que optaron por participar, se procedió al desarrollo de la investigación a través de los talleres y las entrevistas individuales. Las entrevistas individuales profundizaron en las prácticas transmediáticas y las competencias productivas adquiridas por los adolescentes, poniendo énfasis en las habilidades creativas, y los talleres ayudaron al estudio del consumo mediático en relación con la producción de contenidos.

Complementando estos instrumentos, los responsables de la investigación vieron conveniente utilizar diarios de medios y la observación participante a modo de diarios de investigación, que proporcionaron matices importantes a los datos cualitativos recogidos.

Análisis de datos

Se analizó el contenido aportado por los adolescentes que conformaban la muestra en las entrevistas individuales y en los talleres. Entendemos el análisis de contenido como el conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados (Piñuel Raigada 2002).

Con la transcripción de sus discursos se han identificado las competencias productivas adquiridas que les permiten su participación en el ciberespacio. En este sentido, después de analizar y categorizar el discurso recogido, se han podido extraer las siguientes competencias productivas, que a su vez contienen las correspondientes subcategorías productivas específicas escritas posteriormente en la Tabla 1:

- Crear o modificar producciones escritas
- Utilizar software y apps de escritura
- Crear o modificar producciones sonoras
- Utilizar software y apps de audio
- Crear o modificar dibujos y diseños
- Usar herramientas de diseño y dibujo
- Crear o modificar producciones fotográficas
- Usar herramientas para edición fotográfica o para realizar fotografías
- Crear o modificar producciones audiovisuales
- Usar herramientas para edición visual o para grabación de vídeos
- Programar software
- Usar herramientas para programación e informática
- Crear y modificar videojuegos
- Usar herramientas para la creación y modificación de videojuegos

Tabla 1. Subcompetencias productivas específicas

COMPETENCIAS PRODUCTIVAS	SUBCOMPETENCIAS PRODUCTIVAS ESPECÍFICAS
Crear o modificar producciones escritas	<ul style="list-style-type: none"> • Concebir y planear • Escribir • Revisar (beta-reading) producciones propias y/o de otras personas • Modificar
Utilizar software y apps de escritura	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar procesadores de Word • Utilizar plataformas de blogging, presentaciones y otras plataformas de escritura
Crear o modificar producciones sonoras	<ul style="list-style-type: none"> • Concebir y planear • Grabar • Editar • Revisar • Modificar
Utilizar software y apps de audio	Usar software y apps
Crear o modificar dibujos y diseños	<ul style="list-style-type: none"> • Concebir y planear • Dibujar y pintar • Revisar • Modificar • Crear la portada de un libro • Diseñar un cartel para un campaña
Usar herramientas de diseño y dibujo	Usar herramientas digitales
Crear o modificar producciones fotográficas	<ul style="list-style-type: none"> • Concebir y planear • Hacer fotos • Editar • Hacer collages • Revisar • Modificar
Usar herramientas para edición fotográfica o para realizar fotografías	<ul style="list-style-type: none"> • Usar cámaras • Usar software y apps
Crear o modificar producciones audiovisuales	<ul style="list-style-type: none"> • Concebir y planear • Grabar • Dirigir • Editar • Modificar • Capacidad para discernir calidad
Usar herramientas para edición visual o para grabación de vídeos	<ul style="list-style-type: none"> • Usar software o apps • Usar dispositivos digitales o analógicos
Programar software	Crear una página web
Usar herramientas para programación e informática	<ul style="list-style-type: none"> • Usar lenguajes de programación • Utilizar software para programar webs • Utilizar software para programar otro tipo de programas (no páginas web)
Crear y modificar videojuegos	<ul style="list-style-type: none"> • Concebir y planear • Hacer mods para videojuegos • Crear un servidor para un videojuego online
Usar herramientas para la creación y modificación de videojuegos	Utilizar software de programación y videojuegos

Fuente: elaboración propia

Asimismo, en la tabla 2 se pueden apreciar fragmentos significativos del discurso de los adolescentes, que corresponden a cada una de las subcategorías, conservándose la lengua en la que fueron recogidos (castellano y catalán).

Tabla 2. Fragmentos significativos del discurso de los adolescentes por competencias productivas específicas.

COMPETENCIA PRODUCTIVA: Crear o modificar producciones escritas	
SUBCOMPETENCIAS PRODUCTIVAS ESPECÍFICAS	FRAGMENTO DEL DISCURSO DE LOS ADOLESCENTES
Concebir y planear	“Escribo unos sesenta capítulos, por ahí mas o...O sea, que no sea todo en un capítulo súper largo” “La imaginación, ayuda mucho a imaginar y teorizar sobre juegos que tienen una historia como abierta o algo así”
Escribir	“No, és una història només, és com un llibre, després ho penjes per Wattpad ja està” “Pongo todo en el ordenador; entonces voy creando mi historia y de ahí voy haciéndolo de juegos [¿y lo cuelgas en el blog de tu amiga?] de mi amiga, sí. Yo leo mucho y entonces mezclo todo” “Otras compañeras siempre están escribiendo libros, lo que pasa es que escriben el prólogo y un capítulo y luego enseguida lo borran y, aunque les decimos que está muy chulo y todo eso, lo borran porque no les gusta” “Hemos estado en la biblioteca escribiendo un guión en el ordenador”
Revisar (beta-reading) producciones propias y/o de otras personas	“Entonces digo “por mí esta escena la podrías escribir un poco más”. Y entonces pues dice: “Ah pues igual sí” o “No, no que a mí ya me gusta así”, después vamos discutiendo”
Modificar	“Tampoco a mí no me parece muy buena idea, ¿no? Que se pueda descargar, porque no sé, la gente empieza a leerlo y no descargarlo, pero...” “En una aplicación que se llama Wattpad, suben relatos la gente y tú pones el género que te gusta. Esta, mira ¿ves? van subiendo historias te haces usuario y ahí puede escribir quien quiera”
COMPETENCIA PRODUCTIVA: Utilizar software y apps de escritura	
Utilizar procesadores de Word	“Sí, el Word, a veces hasta a mano. Me dio una temporada por hacer pequeñas historias a mano en las páginas de las libretas, luego el viernes por la tarde, mi madre me las corregía” “Suelo utilizar el Open Office, que es el que tengo en el ordenador” “Mira voy por la página 42 del capítulo 11 de una historia que me estoy inventando en un open office con letra 10. El maestro de lengua me lo está corrigiendo”
Utilizar plataformas de blogging, presentaciones y otras plataformas de escritura	“I si he d’escriure el Word. I si hi ha un treball en grup faig servir el Drive, si és un document. Si és una presentació que ha de ser bastant maca, faig servir el Prezi” “A mí me encanta hacer trabajos en Power Point u Open Office o así, porque se me abren todas las presentaciones y me quedan bastante bien” “Tengo WhatsApp, tengo Gmail, tengo una aplicación que es para jugar a las cartas, una aplicación que es para jugar a una cosa de colores, una chorrada, pero que me entretiene. Tengo el traductor de Google tengo una aplicación para retocar fotos y Wattpad”

COMPETENCIA PRODUCTIVA: Crear o modificar producciones sonoras	
SUBCOMPETENCIAS PRODUCTIVAS ESPECÍFICAS	FRAGMENTO DEL DISCURSO DE LOS ADOLESCENTES
Grabar	“El Audition. Sí, también, este sí que lo uso porque, si hemos de grabar voiceovers o cualquier cosa, también se sincroniza con el Premiere”
Editar	“Lo de grabar la voz y editarla... Sí, Audacity que viene con el ordenador y ya está”
COMPETENCIA PRODUCTIVA: Crear o modificar dibujos y diseños	
Concebir y planear	“Cuando se me ocurre un dibujo empiezo a garabatearlo en cualquier sitio, lo garabateo en un bloc de notas y a veces me salen pues dibujos chulos, me salen pues esbozos de...ahora me estoy situando en el cuerpo femenino pero en el sentido de vestidos, dibujando faldas, me encanta el pelo, dibujarlo o sea, crear mi propio estilo con el cabello de esa época, bueno, me encanta”
Dibujar y pintar	“Cojo una libreta y me pongo a dibujar y hasta tengo un Instagram con todos los dibujos, porque va básicamente de dibujos”
Modificar	“És com que li dones volum al personatge. Això t’ho passa al teu skin al teu programa i pots donarla alguna expressió o moviment i fer més volum”
Crear la portada de un libro	“He anat a Pickmonkey per crear una portada de Wattpad”
Diseñar un cartel para una campaña	“Bueno, hicimos algunos carteles para ponerlos por ahí. También vamos a preparar las bebidas o alguna comida para cuando terminen y lo otro ya lo hacen... Yo hice el cartel con Picsart”
COMPETENCIA PRODUCTIVA: Usar herramientas de diseño y dibujo	
Usar herramientas digitales	“El Photoshop, Lightroom y Photoshop Mix que son los tres de fotografía, que es el Photoshop es así como más técnico, el Lightroom más superficial y el Mix es una mezcla, después tenemos el Illustrator y el Indesign que son para hacer... Pues esto, ilustraciones, dibujos...”
COMPETENCIA PRODUCTIVA: Crear o modificar producciones fotográficas	
Concebir y planear	“De vegades pots copiar les “poses” d’unes altres persones” “En Instagram cuelgo fotos. Fotos más de un día que he pasado en la playa, o un día, el día de Santa Faz [romería muy popular en Alicante, día festivo tradicionalmente] cuelgo alguna foto o alguna foto chula que me han hecho mis padres”
Hacer fotos	“He quedat en les amigues i ens em fet moltes fotos amb els nous filtres de Snapchat”. “Normalmente cuando voy a casa de mi abuela quedo con mis primos y nos vamos por el campo. Entonces hacemos fotos pero soy yo la que hace las fotos, con mi móvil...”
Editar	“I he editat unes fots en PicsArt per penjarle a Instagram”
Hacer collages	“Uso el móvil, porque con el móvil puedes hacer collages, y todo eso”
Modificar	“En una foto quería poner letras y lo busqué, Phone to. Coges una foto y le pones letras, y ya está, no hay más” “Si lo suelo hacer con los filtros que te pone el programa de Instagram o algo así”
Usar software y apps	“Començo a fer servir Pixar però després puc anar passant” “Utilizo vshared para descargarme aplicaciones gratis y aplicaciones para la edición de videos y fotos. También tengo varios juegos instalados”

COMPETENCIA PRODUCTIVA: Crear o modificar producciones audiovisuales	
SUBCOMPETENCIAS PRODUCTIVAS ESPECÍFICAS	FRAGMENTO DEL DISCURSO DE LOS ADOLESCENTES
Concebir y planear	<p>“Ens agrada molt els vídeos de motos i fent “caballetes”. I mirem vídeos de gent que penja la gent a Internet. Com no tenim moto, ho vam provar de fer amb la bici, i vam quedar divendres passat a la tarda per provar-ho”</p> <p>“Como a mí me gusta leer y también me gustan las películas, y a veces puede ser una combinación entre las dos en algunas historias, puede ser una aventura gráfica o una película en la que tú puedes tomar las decisiones y puedes hacer tu propia historia”</p> <p>“Antes de grabar, planificamos cómo lo vamos a hacer y hasta llegamos a utilizar un guión. También planificamos cómo nos vamos a vestir para el vídeo”</p> <p>“Sí, lo grabé con mis amigas, un tráiler de terror nos inspiramos en la película Anabel para hacer y crear el contenido”</p>
Grabar	“Jo com a youtuber intento gravar partides bones y les vaig explicant, vaig comentant, si vaig a comentar el que estic fent en cada moment però ja”
Editar	“Cada grup el que feia, cada persona que jugava m’havia d’enviar imatges i jo acceptava i això, i una mica amb càmera ràpida anava editant”
Modificar	<p>“Normalmente efectos visuales no hago tanto porque por reportajes no necesitan videos con efectos visuales, no hago tantos. Pero sí, lo bueno es que yo puedo estar editando en el Premiere y cojo un video y de ahí ya lo edito en el After Effects y, cuando vuelvo en el Premiere, ya está todo sincronizado. Claro, al ser de la misma suite, está todo sincronizado”</p> <p>“Modifico con el móvil, con uno que se llama Viva video”</p>
Capacidad para discernir calidad	“Lo que más tenemos en cuenta a la hora de grabar los videos es que se entienda y que tengan calidad. Lo primero en lo que me fijo es que el video tenga una calidad aceptable y que la definición sea buena. Lo segundo en lo que me fijo es en que se pueda entender con claridad. Cuando editamos un vídeo si nos damos cuenta de que hay algo que no se entiende bien en el video, lo tratamos de escribir para que la comprensión sea más sencilla”
COMPETENCIA PRODUCTIVA: Usar herramientas para edición visual o para grabación de vídeos	
Usar software o apps	<p>“No recuerdo, o era Movie Maker pero era algo así, tipo Make Movie o algo así, y luego o sea mi madre que es la que tiene un ordenador Apple lo que hizo me dijo, en Apple hay una que te viene del ordenador, y dije, bueno, pues voy a ver y me puse a mirarla y en iMovie aprendí yo sola, gracias a que mi hermano me había enseñado la otra”</p> <p>“Hemos utilizado el iMovie, primero la cámara y luego hemos editado con iMovie, que es la aplicación del iPad, de Apple, vamos. Y hemos utilizado un poco de maquillaje, dos sillas y el portal de Marina”</p> <p>“Grabamos con una cámara como la que tenemos aquí. Con el móvil no porque el mío no graba bien y no lo utilizo habitualmente. Lo que utilizamos es el iPad que tiene una buena cámara y una cámara como esta de Linux. La calidad de la imagen es importante para nosotros”</p>
Usar dispositivos digitales o analógicos	“També vam aprofitar la música d’aquests vídeos d’aquesta gent i per gravar-ho el Go Pro i una càmera réflex. La Go PRO pro era meva i la càmera d’un de l’equip d’un altre company del grup. I ho vam meditar molt...”

COMPETENCIA PRODUCTIVA: Programar software	
SUBCOMPETENCIAS PRODUCTIVAS ESPECÍFICAS	FRAGMENTO DEL DISCURSO DE LOS ADOLESCENTES
Crear una página web	“Bueno, que el colegio me decía “Si queréis podéis hacer una página web”. Entonces, yo pues estuve interesado e hice la página web de la serie esta de Castle”
COMPETENCIA PRODUCTIVA: Usar herramientas para programación e informática.	
Usar lenguajes de programación	“Sí, sí, esto... Trabajar sobre todo en el tema del esto es... Bueno, a mí me costó mucho, ¿no? Meterme porque me da como respeto porque tú... Tú cuando vas a la página web, pues dices “Está súper bien hecha, con los gráficos bien y tal ¿Cómo se hace?”. Pues no sé. Aprendes... Realmente cuando aprendes esto, luego cuando ves en códigos Altemaira y tal, empiezas a reconocer ya esto es esto, esto es esto y yo que... Bueno, que yo en el futuro también me quiero cambiar a esta tecnología y tal, pues, creo que está muy bien, ¿no? Que te enseñen esto en el mismo colegio”
Utilizar software para programar webs	“After Effects que es video, Animate y Dreamweaver son todos para Web y Flash y cosas así, Audition es para audio, Bridge es como para guardar los archivos, básicamente”
Utilizar software para programar otro tipo de programas (no páginas web)	“He programado un poco en HTML, de pequeño hice Scratch, que bueno...”
COMPETENCIA PRODUCTIVA: Crear y modificar videojuegos	
Hacer mods para videojuegos	“Sí, la skin. Sí, sí, tengo la skin mía”
Crear un servidor para un videojuego online.	“Pagar, bastante. Este habrá pagado dos mil euros, para tener un pequeño de supervivencia te puede salir en cinco euros o así...Te creas una página web aparte del servidor y lo pones las reglas y todo aquí”
COMPETENCIA PRODUCTIVA: Usar herramientas para la creación y modificación de videojuegos	
Utilizar software de programación y videojuegos	“Ahora te lo explico ¿Ves? Este lo hice yo con una gorra y todo... Puedes poner aquí Edit Skin y... Bueno, eliges el color y esto y te... Y le puedes poner cosas...Bueno, tú le pones lo que quieres. Yo he hecho un puño aquí. Le puedes poner una S, tu letra inicial o algo, luego te lo... Te lo puedes descargar y te lo pones en la máquina”

Fuente: elaboración propia

Discusión y conclusiones

Al utilizar una metodología de investigación cualitativa en el estudio, se ha definido un modelo interpretativo para acercarse a la realidad social que se quiere estudiar, centrándose etnográficamente en la perspectiva de los adolescentes para comprender sus valores, expresiones y actos. En muchos de los aspectos estudiados en la investigación, los adolescentes no presentan diferencias significativas en función del sexo. Así, puede

precisarse que, en general, comparten inquietudes y preocupaciones comunes en los siguientes aspectos: les gusta tener muchos seguidores en Internet, les preocupa lo que se diga en Internet sobre ellos mismos y, en especial las chicas, comprueban constantemente si tienen nuevas notificaciones. Afirman que les gusta estar “siempre conectados” (Arab & Díaz 2015). Vivir en la cultura de la participación implica estar siempre conectados con la posibilidad de interactuar con más personas, independientemente del tiempo y del espacio físicos (Jenkins 2008). Tal conectividad es coherente con que los adolescentes tienen la necesidad de comentar en las redes todo aquello que les gusta en el momento en que está sucediendo, que es una de las características que se desprende de esta investigación.

Por un lado, en el estudio se corrobora H1, encontrándose que están totalmente integrados en la cultura de la participación y que son muy activos gracias a las competencias productivas transmedia adquiridas. Así lo demuestra el hecho de que afirman que les gusta hacer fan-fictions de series, películas y cómics y participar en juegos de disfraces o en los cosplay del juego preferido. Para ello, utilizan ciertas herramientas que les posibilitan su producción. Para hacer textos, como novelas, relatos originales o relatos de otras personas a los que ponen diferentes finales, planificando mucho su concepción así como su estructura. Una de las estrategias que afirman llevar a cabo es la visualización de relatos de otras personas, porque necesitan tomar referencias para los suyos propios.

Asimismo, muestran competencias en distintas herramientas digitales, que mencionan usar para cada tipo de documento: para edición audiovisual, Premier, After Effects, Make Movie e iMovie; para edición de imágenes fijas, Photoshop, Lightroom, Mix, Illustrator, Indesign y los programas de filtros y collage de su dispositivo móvil, antes de subirlas a las redes sociales; para texto, Word de Microsoft, procesador de textos de Open Office y Wattpad; y para programación, Dreamweaver, Flash y Scratch. Todo ello unido a espacios en la web que mencionan usar habitualmente, como Instagram, Snapchat, Youtube, Blog, Prezi y Google Drive.

Por otro lado, también se corrobora H2, porque claramente las competencias específicas de producción audiovisual son las más desarrolladas, quedando la producción sonora en clara desventaja. Se aprecia que las competencias específicas relacionadas con el sonido las ponen en práctica de una forma supeditada a la edición de vídeos. Sin embargo, en ningún momento hablan de la realización de un podcast, por ejemplo. También se aprecia que mencionan tímidamente sólo dos herramientas de edición de audio, Audition y Audacity.

Con esta investigación se concluye que los adolescentes dejan su huella en el ciberespacio con producciones propias que comparten con los iguales, principalmente. Con el uso de Internet se hace más patente que nunca que las competencias desarrolladas por los

adolescentes se aprenden también fuera de la escuela formal. Los adolescentes han demostrado que han tomado las riendas de su propia instrucción, aumentando la motivación e incrementando las competencias transmedia, especialmente las productivas tratadas en este capítulo.

El aprendizaje ha dejado de ser entendido sólo desde la escuela oficial, haciéndose realidad que «todos aprendemos con todos», la máxima que sigue el ciberespacio y que los adolescentes han acogido como seña de identidad (Yang et al. 2018). En definitiva, se han convertido en inter-creadores y co-constructores, con sus iguales, de su propio conocimiento.

Acknowledgements: Este trabajo fue realizado dentro del proyecto Transalfabetismos. Competencias transmedia y estrategias informales de aprendizaje de los adolescents» (CSO2014-56250-R) del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad de España. En dicho proyecto han trabajado importantes investigadores en los distintos equipos de investigación: Carlos A. Scolari (Investigador Principal), María José Establés, Mar Guerrero y María José Masanet de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona; Ruth S. Contreras Espinosa y Arnau Gifreu Castells de la Universitat de Vic-UCC; Elisenda Ardèvol e Israel Márquez de la Universitat Oberta de Catalunya; Blas Segovia de la Universidad de Córdoba; Roberto Aparici, Natalia Díaz, José M^a Regalado, Raúl Antón Cuadrado y David García Marín de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED); Victoria Tur Viñes y María José González Río de la Universidad de Alicante; Carmen Costa Sánchez de la Universidade da Coruña; y Nohemí Lugo del Instituto Tecnológico de Monterrey (México).

Referencias

- Aparici, R., & Osuna-Acedo, S. (2013). La Cultura de la Participación. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 4(2), 137-148. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2013.4.2.0>
- Arab, L. E., & Díaz, G. A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7-13.
- Augé, M. (1993). *Los no lugares: espacios del anonimato*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Bauman, Z. (2007). *Los retos de la educación en la modernidad líquida*. Barcelona: Gedisa.
- Brito, R., & Dias, P. (2016). La tecnología digital, aprendizaje y educación; prácticas y percepciones de niños menores de 8 años y sus padres. *ENSAYOS, Revista de la Facultad de Educación de Albacete*, 31 (2). Disponible en <http://www.revista.uclm.es/index.php/ensayos>
- Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge: Polity Press.
- Carbonell Sebarroja, J. (2015). *Pedagogías del siglo XXI. Alternativas para la innovación educativa*. Barcelona: Octaedro.
- Cloutier, J. (1973). *La communication audio-scripto-visuelle á l'heure des self-Media*. Canada: Les Presses de l'Université de Montréal.

- Echeverría, J. (1999). *Los señores del aire: Telépolis y el tercer entorno*. Barcelona: Destino.
- Ertmer, P. A., & Ottenbreit-Leftwich, A. T. (2010). Teacher technology change: How knowledge, confidence, beliefs, and culture intersect. *Journal of Research on Technology in Education*, 42(3), 255-284.
- Fleer, M. (2014). The demands and motives afforded through digital play in early childhood activity settings. *Learning, Culture and Social Interaction*, 3, 202-209.
- García Pérez, A. (2014). *La interpretación de los datos: una introducción a la estadística aplicada*. Madrid: UNED.
- Gil-Quintana, J. (2015). Narrativa digital e infancia: Es la hora de la Generación CC. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 7(1), 79-90. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2016.7.1.5>.
- Gil-Quintana, J. (2019). Interconectados apostando por la construcción colectiva del conocimiento. *Aprendizaje móvil en educación infantil y primaria*. Pixel-Bit. *Revista de Medios y Educación*, 54, 185-203. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.2019.i54.10>
- Gutiérrez Martín, A. (2003). *Alfabetización digital: algo más que ratones y teclas*. Barcelona: Gedisa.
- Han, B-H. (2017). *La expulsión de lo distinto*. Barcelona: Herder.
- Hartley, J. (2009). *Uses of YouTube. Digital Literacy and the Growth of Knowledge*. En Burgess, J. & Green, J.: *YouTube. Online Video and Participatory Culture*. IL: MacArthur Foundation.
- Illich, I. (1974). *La sociedad desescolarizada*. Barcelona: Barral.
- Ito, M., Gutiérrez, K., Livingstone, S., Penuel, B., Rhodes, J., Salen, K., Schor, J., Sefton-Green, J., & Watkins, S.C. (2013). *Connected Learning: An Agenda for Research and Design*. Irvine, CA: Digital Media and Learning Research Hub.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, H., Clinton, K., Purushotms, R., Robinson, A., & Weigel, M. (2006). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Chicago IL: MacArthur Foundation.
- Joyanes, L. (1997). *Cibersociedad. Los retos sociales ante un nuevo mundo digital*. Madrid: McGraw-Hill.
- Lange, P., & Ito, M. (2010). *Creative Production*. En Mizuko Ito et al: *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*. Cambridge: MA: The MIT Press.
- Lessig, L. (2012). *Remix. Cultura de la remezcla y derechos de autor en el entorno digital*. Barcelona: Icaria
- Marta-Lazo, C., & Gabelas-Barroso, J. A. (2016). *Comunicación digital. Un modelo basado en el Factor R-elacional*. Barcelona: Editorial UOC.
- Merchant, G. (2015). Keep taking the tablets: iPads, storyapps and early literacy. *Australian Journal of Language and Literacy*, 38(1), 3-10.
- Osuna-Acedo, S. (2010). Interactuantes e interactuados en la web 2.0. En R. Aparici (coord.): *Conectados en el ciberespacio*. Madrid: UNED.

- Osuna Acedo, S., & Camarero Cano, L. (2016). The ECO european project: A new MOOC dimension based on an intercreativity environment. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 15(1), 117-125.
- Osuna-Acedo, S, Gil-Quintana, J., & Cantillo-Valero, C. (2018). La construcción de la identidad infantil en el Mundo Disney. *Revista Latina de Comunicación Social*, (73), 1284-1307. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1307>
- Papert, S. (1987). *Desafío de la mente*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Galápagos.
- Pereira, S., Fillol, J., & Moura, P. (2019). El aprendizaje de los jóvenes con medios digitales fuera de la escuela: De lo informal a lo formal. *Comunicar*, 58, 41-50. <https://doi.org/10.3916/C58-2019-04>
- Piñuel Raigada, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de sociolingüística*, 3(1), 1-42. <https://goo.gl/YuzPbm>
- Reimer, E. (1973). *La escuela ha muerto*. Barcelona: Barral.
- Sacristán, A. (2013). *Sociedad del conocimiento, tecnología y educación*. Madrid: Morata.
- Scolari, C. A. (2018). *Teens, media and collaborative cultures: exploiting teens' transmedia skills in the classroom*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- Toffler, A. (1980). *La tercera ola* (A. Martín, trad.). Barcelona: Plaza & Janés.
- UNICEF (2017). *Niños en un mundo digital. Estado mundial de la infancia 2017*. Disponible en www.unicef.org/SOWC2017
- Yang, C., Holden, S. M., & Carter, M. D. K. (2018). Social Media Social Comparison of Ability (but not Opinion) Predicts Lower Identity Clarity: Identity Processing Style as a Mediator. *Journal Youth and Adolescence*, <https://doi.org/10.1007/s10964-017-0801-6>



4. Una mirada a la sociedad de la transparencia en Latinoamérica

Narcisa Jessenia Medranda Morales¹
Victoria Dalila Palacios Mieles²

Resumen

Esta investigación busca analizar desde un punto de vista crítico, la efectividad de la legislación sobre transparencia y acceso a la información, para la profundización democrática de las sociedades modernas, en el contexto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Para ello, se aplica una metodología de carácter analítico e interpretativo. Uno de los resultados más destacados en este estudio es el comportamiento de los ciudadanos y ciudadanas que integran esas sociedades, en relación con el uso o desuso de los mecanismos que las legislaciones sobre transparencia ponen a su alcance.

En este sentido, la principal conclusión es que, aun cuando las leyes de transparencia mantienen altos estándares de calidad en Latinoamérica, el ciudadano común no ha desarrollado un interés genuino en la participación activa como destinatario de dicha legislación, ni alcanza a comprenderla como elemento democrático fundamental.

Palabras clave: Transparencia; Estado; sociedad; redes sociales; democracia.

1. Doctora en Comunicación y Periodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona, Magister en Periodismo Investigativo, Datos y Visualización por la Universidad Internacional de la Rioja (2017). Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Politécnica Salesiana (2005). Es directora y docente de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana (UPS), sede Quito. Perteneció al grupo de investigación de la Universidad Politécnica Salesiana CODEPO y es investigadora del Laboratorio de Periodismo y Comunicación para la Ciudadanía Plural de la Universidad Autónoma de Barcelona. Correo electrónico: nmedranda@ups.edu.ec
2. Doctora en Innovación Educativa y Aprendizajes a lo largo de la vida en la Universidad de Deusto (España). Magister en Ciencias de la Educación PUCE-Ecuador. Licenciada en Ciencias de la Educación, PUCE. Técnica en Comunicación radiofónica para el Desarrollo en la Universidad del Azuay. Especialista en formación Humana Integral IFHIM (Canadá). Profesora agregada PUCE de las materias Innovación educativa, Proyecto integrador I, Axiología y Ética profesional. Coordinadora general de la Corporación para la Educación Audiovisual Francisco Xavier (CEAFAX). Veinte años de trayectoria en coordinación y ejecución de proyectos educomunicacionales, Realizadora de recursos multimediáticos con fines educativos: vídeos, audios, cds interactivos entre otros. Correo electrónico: vdpalacios@puce.edu.ec

A look at the society of transparency in Latin America

Abstract

This research seeks to analyze, from a critical point of view, the effectiveness of legislation on transparency and access to information, for the democratic deepening of modern societies, in the context of Information and Communication Technologies. To do this, a methodology of analytical and interpretative nature is applied. One of the most outstanding results in this study is the behavior of the citizens who make up these societies, in relation to the use or disuse of the mechanisms that transparency laws put at their disposal. In this sense, the main conclusion is that, even though transparency laws maintain high quality standards in Latin America, ordinary citizens have not developed a genuine interest in active participation as a recipient of said legislation, nor can they understand it as a democratic element. fundamental.

Keywords: Transparency; State; society; social networks; democracy.

Introducción

La transparencia es un asunto antiguo. En su literatura oficial, imperios tan remotos como los de China y Grecia ya hacían referencia a la transparencia, que entendían como el acceso por parte de todos los ciudadanos a “leyes escritas”. El hecho de que fueran escritas determinaba primero que las leyes no estuvieran a merced del capricho de los funcionarios y ejecutores del gobierno del Estado, por muy elemental que fuera este, y que estuvieran a disposición de los ciudadanos a los que gobernaban. Era una cuestión fundamental que “confería confianza y una mayor seguridad en la vida cotidiana” (Medranda, 2017: 28) a todos esos ciudadanos o súbditos.

Ya en la época moderna, «la primera nación que promulgó una ley prometiendo acceso público a información oficial fue el Reino de Suecia en 1766» (Orme, 2017: 11). Sin embargo, y según el autor citado, fue a finales del S. XX cuando alcanzó a otros países la preocupación por la información pública. A partir de la ley sueca otros países aprueban también sus propias leyes de transparencia. Estados Unidos aprobó la Ley de Libertad de la Información en 1966, mientras que Canadá la aprobó en 1983. Dos años después, en 1985, Colombia se convirtió en el primer país latinoamericano en contar con una Ley de Transparencia, la misma que fue incluida en la Constitución de la República de Colombia. Otros países en Latinoamérica también promulgaron sus leyes, tal como lo establece Medranda (2017) citando a (<http://www.rti-rating.org/country-data/>).

A inicios del siglo XXI, 16 países de América Latina ya habían adoptado políticas de transparencia y acceso a la información: Panamá y México (2002); Perú, San Vicente y Granadina (2003); República Dominicana, Argentina y Ecuador (2004); Honduras (2006); Nicaragua (2007); Chile, Guatemala y Uruguay (2008); Brasil y El Salvador (2011) y Guyana (2013) (Unesco, 2012). Como se puede evidenciar, la región ha hecho un importante

avance en el campo de la legislación respecto del acceso a la información para la ciudadanía. (Medranda, 2017: 33)

En este sentido, en Latinoamérica únicamente cuatro países carecen de una ley de transparencia que garantice el acceso a la información pública: Bolivia, Costa Rica, Cuba y Venezuela. Según Orme, “América Latina ha avanzado más en este campo que cualquier otra región de países en vías de desarrollo, y en ciertos aspectos más que los países de la Unión Europea” (Orme, 2017: 11).

Gráfico 1. Leyes de transparencia en Iberoamérica



Fuente. Elaboración propia

Metodología

La metodología aplicada en esta investigación es de carácter analítico e interpretativo, ya que se busca realizar la “descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos” (Lopera, et al, 2010) e interpretarlos. Para ello, se realiza un estudio completo de lo que está pasando en Latinoamérica en el tema de transparencia, a través del análisis del siguiente marco referencial.

Marco teórico

El estado de la transparencia en Latinoamérica se puede medir a través de algunos informes oficiales como el Barómetro Global de la Corrupción, elaborado por Transparencia Internacional, el informe de la UNESCO sobre las condiciones de acceso a la información emitido en 2017, por medio de sus Cuadernos de Discusión sobre Comunicación e Información, y el informe especial sobre corrupción y opacidad en Latinoamérica de 2016 del Centro de Liderazgo a través del Conocimiento, de la firma Llorente & Cuenca. Los resultados de estos tres informes han sido claves para realizar este análisis, además de varios datos estadísticos de Transparencia Internacional y del Centro para la Ley y la Democracia (IT y CLD, respectivamente, por sus siglas en inglés).

La transparencia en la agenda mundial

En 2015, la ONU aprobó por unanimidad la agenda 2030, con los diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En el décimo sexto objetivo planteó “Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas en todos los niveles” (ONU, 2015: Art.16). Dentro del Art. 16, el apartado 16.10 exige “Garantizar el acceso público a la información y proteger las libertades fundamentales, de conformidad con la legislación nacional y los acuerdos internacionales”. Y para evaluar hasta qué punto se establecen dichas garantías en un país, la ONU determinó dos indicadores:

1. “Número de casos verificados de homicidio, secuestro, desaparición forzada, detención arbitraria y tortura a periodistas [y otros] miembros asociados a los medios de comunicación, sindicalistas y defensores de los derechos humanos, en los 12 meses anteriores” (ONU, 2015: art.16.10.1). De acuerdo con la ONU, con este indicador se podrá establecer un barómetro del estado de las libertades fundamentales en cada país.
2. “Número de países que adoptan y aplican garantías constitucionales, estatutarias y/o políticas para el acceso del público a la información” (ONU, 2015: art.16.10.2). Es decir, un indicador del acceso a la información a escala global. (ONU, 2015: Art.16).

Según informa Orme “a finales de 2016, 109 de los 193 Estados miembros de la ONU habían adoptado leyes para garantizar el acceso público a la información, la mayoría cumplió con el objetivo de publicar las leyes de transparencia en los últimos diez años” (2017: 12). En el espíritu de la Agenda 2030 de la ONU, en el Art. 16.10 de los ODS, se recoge la esperanza de que el compromiso con el derecho al acceso a la información,

que como vemos todavía no es universal, lo sea antes del año 2030. En todo caso, 109 de los 193 Estados de la ONU ya se han comprometido a lograr esos 17 objetivos de desarrollo para 2030. Los avances en este sentido serán monitoreados por la UNESCO, la cual, además, tendrá la responsabilidad de informar periódicamente sobre los logros de la Agenda.

Mediciones internacionales

La finalidad del Centro para la Ley y la Democracia (CLD), una organización internacional afincada en Canadá que brinda servicios legales con expertos a nivel mundial, es promover, proteger y desarrollar aquellos derechos humanos que sirven de base a la democracia, incluidos los derechos a la libertad de expresión, al voto, a la participación en la gobernanza, al acceso a la información y a la libertad de reunión y asociación.

A partir del 28 de septiembre de 2011 (Día Internacional del Derecho a la Información), la CLD realizó un estudio global con el fin de determinar qué países han establecido una legislación más eficaz para facilitar a la ciudadanía el derecho a la información. Su Global Right to Information Rating contiene 61 indicadores, entre los que destacamos a modo de ejemplo los siguientes:

- Indicador 1: Marco legal con el cual se reconocen los derechos fundamentales de la ciudadanía, entre ellos el de acceso a la información.
- Indicador 4: Alcance del derecho a presentar solicitudes de información. ¿Son todos los ciudadanos, incluso extranjeros y personas jurídicas, quienes detentan ese derecho?
- Indicador 5: A qué información concreta se aplica el derecho de acceso. Es decir, si se aplica a todo el material conservado por o en nombre de las autoridades, en cualquier formato, independientemente de quién lo haya producido.
- Indicador 7: A quién se excluye, si es que se excluye al alguien o a algún organismo del Estado, de la obligación de ofrecer toda la información a la ciudadanía. Es decir, si ese derecho de acceso se aplica tanto al poder Ejecutivo, sin excluir a ninguna clase de organismo, incluidos ejecutivos del gabinete y la administración, todos los ministerios y departamentos, los gobiernos locales, las escuelas públicas, los organismos de salud pública, la policía, las fuerzas armadas, los servicios de seguridad y los organismos de propiedad o los controlados por los anteriores (Mendel, 2010).

La CLD valida los indicadores anteriores y añade otros 57; además, ha creado un parámetro de un valor máximo de 150 puntos, que pueda alcanzar un país que cumpla con todos los criterios en materia de transparencia y acceso a la información.³

Como se puede observar, el CLD califica a México como el país del mundo con la mejor legislación en materia de transparencia, tan sólo por debajo de Afganistán, mientras que Austria aparece como el país peor calificado. En Latinoamérica, después de México, son Brasil, Colombia y Nicaragua los países con las mejores leyes y mecanismos de transparencia. Todos ellos comparten afinidades histórico-políticas, en especial la de haber sufrido regímenes autoritarios durante el siglo XX, que fueron confrontados por una sociedad civil, respaldada en mayor o menor medida por los medios de comunicación e instituciones independientes que luchaban, entre otras cosas, por una mayor transparencia en las prácticas gubernamentales.

Si bien existe una lógica según la cual la transparencia favorece “tendencias democráticas que apuntan a que el poder sea más público y, en consecuencia, más responsable ante el motivo central de su existencia: los ciudadanos” (Uvalle, 2016: 200), sin embargo, los resultados que arroja el barómetro del Centro para la Ley y la Democracia no solo no parecen sostener esta lógica, sino que incluso pareciera que la contradicen, así por ejemplo: Austria encabeza la lista de los países con peor legislación en materia de transparencia, lo que lo situaría entre los más opacos, y aun así, Viena sigue siendo por noveno año consecutivo la ciudad con la mejor calidad de vida del mundo⁴. Además, según Transparencia Internacional, (2017) Austria se sitúa en el puesto número 16, con una puntuación de 75 sobre 100 del IPC (Índice de Percepción de la Corrupción) en términos de percepción de ausencia de corrupción, según esta medición Ecuador en este mismo año se ubicó en el puesto 120 de 176 países, con un puntaje de 34 en la escala de 100. “De lo que se interpreta que es un país con un alto índice de corrupción en la percepción de los ciudadanos” (Medranda, 2017: 37).

Por otro lado, Transparencia Internacional (2017) posiciona a México en el número 135, con una puntuación IPC de 29 sobre 100. Los resultados del Índice de Percepción de la Corrupción revelan cómo la aplicación de estas leyes no están en consonancia con la calidad de las mismas, así por ejemplo, la legislación de México, ejemplar a escala global en materia de transparencia y acceso a la información, debería repercutir directamente en procesos democráticos tales como fomentar el debate público y la participación ciudadana y, en última instancia, repercutir considerablemente en la mejora de la vida de sus ciudadanos y ciudadanas. Estas contradicciones estadísticas nos obligan a considerar como prioritario el diseño de procedimientos que tengan en

3. Fuente: Center of Law and Democracy (<https://www.law-democracy.org/live/>)

4. <https://www.mercer.es/sala-de-prensa/estudio-calidad-vida-2018.html#>

cuenta en primer lugar, la Ley y segundo, el cumplimiento de los derechos (Molina, Simelio y Corcoy, 2017).

En este sentido, los organismos de transparencia, igual que las leyes que promueven, surgen a partir de una necesidad convertida en derecho: la necesidad del ciudadano de acceder a la información de las instituciones y conocer como mínimo, en sus aspectos fundamentales, aquellas cuestiones que le afectan directamente en su vida cotidiana: transparencia económica, organizativa y de ejecución. Se espera que esto permita al ciudadano, precisamente, ser un participante activo en la vida política del país, de forma que pueda tomar decisiones (como por ejemplo por quién o por qué partido votar en las elecciones) con conocimiento de causa.

La transparencia debe funcionar como un mecanismo que cumple con una triple función: dar acceso a la información pública de forma sistemática, empoderar al ciudadano, y construir una democracia participativa (López y Medranda, 2016). Esta triple función, debe servir para mejorar la democracia y la vida de los ciudadanos y las ciudadanas, objetivo último, “motivo central” de la vida pública y del Estado. Sin embargo, al analizar los criterios de la CLD, se observa que los países con leyes más eficientes (en sus recursos, procesos y ejecución) no son precisamente los más eficaces para cumplir con esa lógica según la cual, a mayor transparencia, mayor calidad democrática y mejor calidad de vida.

Así pues, podemos concluir que no basta con tener acceso a una gran cantidad de datos para alcanzar esa triple función de la transparencia. Será necesario también tener acceso a los antecedentes y al contexto desde el que se generaron esos datos, pues la legislación a favor de la transparencia, efectivamente “permite el acceso a las decisiones o a los datos y/o estadísticas que fundamentan las mismas, pero no es posible conocer el cómo y el porqué de dichas decisiones: quiénes se reunieron, con qué fin y en qué circunstancias” (Herrero y López: 35).

Esta inconsistencia en los mecanismos del derecho a la información se reproduce en casi todos los países latinoamericanos que cuentan ya con una ley de transparencia. Así, por ejemplo: En Ecuador, la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP), fue aprobada en mayo de 2004. Esta Ley presenta algunas flaquezas (...), primero porque esta ley responde a la Constitución de 1998 y no tanto a la actual Carta Magna, aprobada en 2008, [y] segundo, porque no incluye (...) la publicación de información sobre las declaraciones juramentadas de bienes de los políticos, hecho que se deja exclusivamente en manos de la Contraloría del Estado” (Medranda, 2017, pág. 35).

Cabe destacar que, no basta con que las leyes de transparencia sean eficientes en el papel, sino que debe haber además una mayor eficacia en su procesamiento y en su ejecución. O, dicho de otra forma, no deben quedarse en una mera declaración de intenciones para cubrir el expediente que marcan aquellos ODS de la ONU, sino que deben implementarse materialmente, de forma exhaustiva y sin lagunas, hasta sus últimas consecuencias. Las leyes de transparencia carecen de efectividad por sí mismas.

Es necesario llevarlas a la práctica desde organismos del Estado independientes de los poderes a los que deben fiscalizar. Esos organismos independientes, respaldados por dicha legislación, velarían por la adquisición y posterior publicación de la información sensible. Para crear esos organismos, por un lado, se deben dotar partidas presupuestarias suficientes, y por otro se debe nombrar y poner a su frente a personal independiente, similar en su función y su funcionamiento a los fiscales o los inspectores de otras instituciones del Estado. Pero, además, sería de esperar que el libre acceso a la información permitiera a la ciudadanía involucrarse en el proceso y, a su vez, que los organismos independientes pudieran favorecer el debate público, el plebiscito, que tuvieran acceso a los medios de comunicación de masas, con el fin último de que la toma de decisiones colectivas fuera consciente, bien informada y apegada a los fines democráticos.

Transparencia y rendición de cuentas

El sentido de comunidad es un factor fundamental para que el acceso a la información cobre una dimensión colectiva, alejada del individualismo y el aislamiento. Sin ese sentido de comunidad, la transparencia no tendría la dimensión pragmática que debe tener, como proceso de capacitación para la participación ciudadana. Se trata del sentido que permite a los ciudadanos vertebrarse a través de organizaciones civiles, redes de apoyo y comités ciudadanos.

Uno de los problemas que subyacen, es la falta de cohesión social en Latinoamérica, se podría decir que es el primer impedimento para que se consolide esa dimensión pragmática de la transparencia, cuya principal vertiente es la rendición de cuentas de los gestores públicos ante los ciudadanos, en relación con su gestión particular de lo público. Al fin y al cabo, la información y las cuentas se refieren, en la práctica, a la cosa pública, a lo común, a la generalidad, a lo que se comparte y se financia con la aportación de cada uno de esos ciudadanos y ciudadanas.

En relación con esta cuestión, no es posible soslayar que los procesos democráticos son en Europa muy diferentes de los de nuestro continente, empezando por la brecha de desigualdad que impera en muchas de sus regiones, en aumento año tras año según algu-

nos indicadores. No es casualidad que, en las últimas décadas, a partir de los años 80 para ser específicos con la apertura, la liberalización comercial, los efectos de la globalización y la cohesión social hayan pasado a un primer plano en el debate público, y hayan adquirido gran relevancia en nuestra sociedad.

En 2005, el Consejo Europeo definió la cohesión social como la “capacidad de la sociedad para asegurar el bienestar de todos sus miembros, incluyendo el acceso equitativo a los recursos disponibles, el respeto por la dignidad humana, la diversidad, la autonomía personal y colectiva, la participación responsable y la reducción al mínimo de las disparidades sociales y económicas” (Torno, et al., 2015: 25) Así, una sociedad cohesionada es una comunidad cuyos miembros se benefician de su pertenencia, en la medida en que todos procuran asegurar el bienestar del otro, sin distinciones, de forma que el “nosotros” alcanza preeminencia sobre el “yo”.

Todos sus integrantes persiguen de esa manera metas comunes por medios democráticos, y a través del apoyo mutuo. En esa comunidad cohesionada las desigualdades sociales y económicas se habrían reducido drásticamente.

Sin embargo, “los distintos mecanismos de transparencia pueden incrementar la legitimidad democrática [de los poderes públicos] y también ayudar a que los ciudadanos se transformen en participantes activos, no reactivos, en los asuntos públicos” (Martínez, 2005). Es decir, la “participación responsable” y la “legitimidad democrática” también serían factores de cohesión social. Y puesto que esta participación y esta legitimidad se consiguen, entre otras cosas, mediante políticas de transparencia y de rendición de cuentas, hemos de concluir que dichas políticas redundarían en esa deseable cohesión social. Pero parece que, en Latinoamérica, donde se dispone de leyes modelo en materia de transparencia, o bien estas no ayudan a la cohesión social, o bien las enormes distancias económicas y socioculturales de sus regiones, es decir, la falta de esa cohesión, dificulta la implementación de políticas de transparencia, de las cuales una de las más relevantes para los ciudadanos es la rendición de cuentas. Así pues, estaríamos ante un círculo vicioso en el que la falta de transparencia produciría falta de cohesión, y la falta de cohesión, indiferencia por la transparencia.

La corrupción como mal endémico del continente

La definición de “corrupción” más aceptada por académicos y organismos sociales es la utilizada por Transparencia Internacional. Esta institución la define como “el mal uso del poder encomendado, para obtener beneficios privados” (Pope, 2000). Incluye hechos como el soborno, el peculado, el tráfico de influencias, la omisión y el nepotismo, y en todos los casos tiene como consecuencia mermas y desvíos del peculio del Estado y, por ende, del de los

ciudadanos que reciben servicios y prestaciones de este. Pese a los esfuerzos realizados en transparencia para evidenciar estos ilícitos en las prácticas políticas y facilitar su denuncia, la corrupción sigue siendo un fenómeno global, aunque con distinto alcance según las regiones. Así, no es posible soslayar que en Latinoamérica el fenómeno llega a grados extremos y por lo tanto alarmantes.

Desde 2015, la corrupción ha cobrado una gran notoriedad en América Latina por la magnitud de los casos que han salido a la luz; una corrupción que sigue muy presente aún en esa región pese a que muchos aspectos han cambiado sustancialmente en los últimos años, en los que se ha creado un entramado institucional que, con sus defectos y sus virtudes, sus fortalezas y debilidades, sirve para controlar y perseguir la corrupción (Desarrollando ideas, 2016, pág. 02).

En este sentido, el Banco Mundial calculó en el año 2013 que entre 2001-2002 se pagaron sobornos, tanto en los países en desarrollo como en los desarrollados, por una cantidad de un trillón de dólares, el 3% del PIB mundial. Según el Banco de México, la corrupción en el país representa cerca del 9% del PIB. La Federación de Industriales del Estado de Sao Paulo estimó que la corrupción costó en 2010 entre el 1,4 y el 2,3% del PIB brasileño. En Perú, según la ex Primera Ministra Ana Jara, llegaría al 2% del PIB. En Guatemala, según estimaciones de la ONG Acción Ciudadana, se perdieron en prácticas corruptas alrededor de 12 mil millones de quetzales del Presupuesto General de la Nación de 2015, de los que, entre el 25% y el 30% estaba destinado a inversión pública (Desarrollando ideas, 2016, pág. 03).

Como puede observarse, México y Nicaragua se encuentran a la cabeza de la lista de los países latinoamericanos más corruptos, países que la CLD destaca al mismo tiempo por disponer de las mejores leyes de transparencia y acceso a la información del mundo. Venezuela es la peor calificada a este respecto, situada en el puesto 166 de la tabla. Este país subió casi 10 posiciones en el ranking internacional, pues en 2015 se encontraba en el puesto 158. Pero Venezuela no manifiesta un aumento tan preocupante como el de Nicaragua, que ascendió 22 puestos, al colocarse en el lugar 145.

Sólo dos países, Uruguay, en la posición 21, con 71/100 puntos de valoración positiva, y Chile, en la 24 con una ratio de 66/100, alcanzan índices tan positivos como los que se encuentran en los países de la OCDE. Pero el índice de la CLD, como ya hemos señalado, presenta una marcada heterogeneidad de parámetros. Hay algunos casos que llaman poderosamente la atención. México, por ejemplo, se ubicaba en 2015 en el lugar 95, y en 2016 llegó a la posición 123 de un total de 176 países evaluados. Obtuvo 30 sobre 100 puntos en la escala internacional, donde 100 representa la mejor evaluación en la mate-

ria. “40 posiciones separan a México de China, India y Brasil, sus principales competidores económicos. Entre las 35 economías que integran la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), México se ubica en el último lugar.”⁵

A diferencia de Europa Central, donde la percepción de la corrupción es mínima, en Latinoamérica el fenómeno es mucho más complejo. La naturaleza sistémica de la corrupción en las sociedades de este ámbito geográfico la convierte en un hecho culturalmente inherente a los procesos políticos y, por tanto, encuentra una mayor aceptación en ellas. Así, la percepción social la considera como un mal permanente e incluso necesario para la supervivencia, sustentado desde las esferas del poder y generalizado de tal manera que combatirlo resulta casi imposible.

La corrupción se beneficia así de una especie de consenso tácito, y su ejercicio se acepta, no como un acto ilícito, sino como parte de los usos y costumbres del lugar. Esta “corrupción gris” en una sociedad en la que no están bien establecidas las distancias entre lo bueno y lo malo, se convierte en un elemento del paisaje, por lo que tomar medidas para atajar el fenómeno se convierte en una tarea extremadamente difícil. En «*El que a buen árbol se arrima... intercambio de favores y corrupción* (Zalpa, Tapia y Reytez, 2013), los autores señalan la corrupción en México (y por su relación histórica en gran parte de América Latina) como una manifestación cultural de mucho arraigo cuyo origen se pierde en el tiempo. Estos autores llaman la atención en su obra sobre el hecho de que “se ha instalado un ‘sentido común’ que hace de la corrupción parte de las conductas aceptables”, y que “en pocas palabras, los mexicanos creen que no es que uno quiera ser corrupto, lo que pasa es que resulta inevitable si se vive en este país (50%)”. Y este mismo fenómeno sucede en toda Latinoamérica.

Tomemos como ejemplo los índices de soborno. Estos varían sustancialmente de un país a otro. Cerca de la mitad de los ciudadanos de México y de la República Dominicana afirman haberlo pagado al menos una vez en los 12 meses anteriores (el 51% y el 46%, respectivamente). En cambio, Trinidad y Tobago muestra el índice de soborno más bajo de los países encuestados. Allí, solamente el 6% de las personas en contacto con un funcionario público en los 12 meses anteriores pagó un soborno (Pring, 2017, pág. 14). Mientras que, en Ecuador, el 28% de los ecuatorianos que habían realizado un trámite público en el año 2017, pagó soborno.

Normalizar lo ilícito y encubrirlo con falacias que apelan a lo emocional y a un “sentido común” un tanto especial, son dos de los subterfugios que utilizan corruptores y corrompidos para generar un sentido de identificación del resto de ciudadanos y de ciudadanas con

5. <https://www.animalpolitico.com/2017/01/corruccion-indice-transparencia-mexico/>

ellos, en una sociedad donde la omisión, el favoritismo, el intercambio de favores y el nepotismo se confunden con la solidaridad, y el soborno con el apoyo o la propina. Además, los actos de corrupción en las clases bajas se enmascaran bajo la falacia *ad hominem* de que la persona se ha corrompido por necesidad. De esta manera, la “corrupción gris” es una cadena que se extiende a toda la sociedad y que abarca el mayor espectro posible por no tener unos límites claros.

En este escenario es difícil plantear una relación virtuosa entre el acceso a la información y la rendición de cuentas, y entre la democracia y la calidad de vida, ya que no parece existir una verdadera interacción entre ambos extremos, toda vez que, para el ciudadano latinoamericano, tener acceso a información del Estado y sus instituciones (una información como no la tienen, por ejemplo, en Austria) no le ha supuesto un beneficio directo en términos de democracia, justicia y bienestar.

La expresión “información es poder” no se aplica a una relación donde dicha información no es procesada y analizada para un fin común que motive a la ciudadanía a reaccionar en consecuencia. Lo que sí puede observarse de manera puntual a través de las redes sociales es que la disponibilidad de información no parece orientar a los ciudadanos a ejercer prácticas democráticas como son el debate y la toma de decisiones, o despertar en ellos una justa indignación ante determinados problemas y la posterior exigencia de respuesta a los poderes para que los solucionen. En cambio, dicha información acaba por enfangarse, en las redes sociales, en el terreno del espectáculo y, en ocasiones, en el de lo absurdo.

La infoxicación en la era digital

En la actualidad, gracias a las Tecnologías de la Información y la Comunicación, los ciudadanos y las ciudadanas reciben constantemente y de forma inmediata, avalanchas de información. Esa constancia y esa inmediatez de gran cantidad de datos, sin embargo, impiden que tengan tiempo para la reflexión y el diálogo sobre la información que reciben. Detrás de una oleada sobreviene otra oleada igual o más intensa que la anterior, generando un exceso de datos que termina por intoxicar al ciudadano. Escribe Paz (1995) en su prólogo al libro *Las Enseñanzas de Don Juan* (Castaneda, 1968), que “la mucha luz es como la mucha sombra: no deja ver”, y también que “las obras son literalmente deglutidas, ya que no gustadas, por lectores apresurados y distraídos”.

La “sobrecarga informativa” (Toffler, 1971) se entiende como el exceso de información a la que se ve expuesto un usuario, principalmente un “cibernauta”. Este usuario o “cibernauta”, al no poder procesar esa “sobrecarga”, acaba por sucumbir ante una sensación

paralizante de frustración y angustia. Estará informado de todo pero enterado de nada. La sobreexposición a los datos sin ningún filtro de calidad, carente por completo de organización según su importancia, congestiona la capacidad de procesamiento del sistema nervioso de sus destinatarios. Se tienen nociones de todo o de casi todo, sin profundizar en ningún asunto porque no hay tiempo material para ello. La ingesta de datos es continua y compulsiva, inhibiendo la capacidad de discernir y generando un deseo inalcanzable por absorber toda la información y no perderse de nada. La consecuencia directa de ello es en un primer momento, como decimos, la frustración y la parálisis, la confusión y la incapacidad de reflexión y de decisión. Posteriormente, en una especie de ejercicio de supervivencia, la indiferencia. Es esta la que podríamos llamar una “enfermedad moderna”, que afectará crecientemente a los jóvenes que despiertan a la vida con un terminal celular entre las manos, y menos a los adultos y a los ancianos, que han sido testigos del paso de sociedades analógicas a sociedades digitales

El individuo en la sociedad de la transparencia

“Cuando yo era joven, había una diferencia importante entre ser famoso y estar en boca de todos. Muchos querían ser famosos por ser el mejor deportista o la mejor bailarina, pero a nadie le gustaba estar en boca de todos por ser el cornudo del pueblo o una puta de poca monta... en el futuro esta diferencia ya no existirá: con tal de que alguien nos mire y hable de nosotros, estaremos dispuestos a todo.” (Umberto Eco, 2016)

De acuerdo con Umberto Eco (2016), el individuo en la sociedad de la transparencia es un narcisista social. Este se encuentra sumergido en la admiración de su “YO”, preocupado por mostrarse a los demás, como hombres y mujeres que viven en el paraíso, donde no existe más que la perfección. El filósofo Byung-Chul Han, expone que esta exposición del hombre perfecto elimina cualquier contradicción en la comunicación, la acelera en este sentido, ya que ante la ausencia de un “No” que se oponga en ella a alguno de sus vectores, acaba por convertirse en un proceso vacío, no dialéctico, convertida indefinidamente en un flujo positivo. Así, considera que la exposición en una comunicación de este tipo es pornográfica, porque el individuo busca desnudarse en su totalidad, exponer su imagen sin reserva ante los otros “yoes” que le evalúan y que al mismo tiempo compiten por superarse en el estatus positivo-expositivo, en una persecución obscena, casi onanista, de autoafirmación. (Han, 2014).

Esta exposición positiva del ser humano aleja al ciudadano del “Yo social”, ya que se ocupa de sus objetivos individuales. En este sentido, el individuo se separa de la comunidad a la que pertenece sin darse cuenta, porque sus decisiones y acciones están relacionadas en un

“YO” para sí mismo, los demás no están involucrados en su quehacer. Es un “Yo” para sí mismo que se mira en el espejo de otro “Yo”, en el que la repercusión de los acontecimientos de orden social (salud, política, educación, seguridad, transparencia, etc.) pasa a un plano irrelevante, es decir, se convierten en un mero escenario, como el decorado en el cual se expone ese “Yo”. Ya no se trata entonces de lo que sucede en la comunidad, en el vecindario, en su ciudad, en su país, y cómo le afecta a él y a los demás, sino cómo es expuesto, cómo le miran, cuántos seguidores le miran, en una comunidad virtual a la que en el fondo no pertenece.

La comunidad y todo lo que implica (la sociedad y el Estado) pertenece así a un “ello” ajeno a las circunstancias inmediatas y aceleradas de su experiencia personal. Pierde relevancia lo que sucede en la comunidad, en tanto no tenga una relación directa con su proyección y su exposición.

Es por situaciones como las expuestas en los párrafos anteriores, que el tema de la transparencia pasa desapercibido en la sociedad actual, el individuo que se preocupa del “YO” individual, no vela por el “NOSOTROS”, por lo tanto, no exige a sus mandantes información completa y veraz, para auditar al gobierno, porque su tiempo está centrado en obedecer a sus necesidades individuales.

Mientras tanto, los políticos de turno aprovechan la distracción social, y le dan más show para entretenerlo, de este modo, el individuo de la sociedad actual, no se preocupa por exigir información contrastada y contrastable, ni los representantes políticos ponen los medios para que el ciudadano común pueda comprender, lo que implica que: “La información debe estar presentada en formatos periodísticos que permitan la lectura rápida y por ende la comprensión de la información en su totalidad. Sólo de esta manera las personas tendrán una oportunidad real de participar con fundamentos” (Medranda, 2017: 78). El hecho de contar con información completa al alcance de toda la ciudadanía permitirá que el “YO” social, se preocupe por un “NOSOTROS”.

Conclusiones

En tanto el ciudadano carezca de un interés proactivo en los asuntos públicos, los esfuerzos de los gobiernos, las ONG’s y otros organismos interdependientes por ejercer la transparencia, no podrán alcanzar sus objetivos ni los resultados que persiguen.

En la medida en que el ciudadano ha canjeado el interés proactivo en los asuntos públicos por unos intereses individuales inmediatos, la población en la que se integra carece de empuje social. Esa población ya no funciona como una masa, sino como un enjambre que “zumba” momentáneamente ante un estímulo, hasta que este pierde

fuerza y es sustituido por el siguiente, y así sucesivamente *ad infinitum*. Incluso cuando los conflictos sociales requieren de un amplio rango de análisis y por ende, de tiempo de reflexión, para el ciudadano pierden interés en tanto que cada minuto aparece un conflicto más novedoso que se solapa y tapa los anteriores.

El exceso de información mediática convierte las noticias en espectáculo, distrayendo al ciudadano de los temas esenciales, aquellos que le conciernen directamente. La opinión pública se convierte en una boca sin fondo que lo traga todo sin procesar nada.

La relación entre la transparencia, el acceso a la información y la acción ciudadana requiere de una mirada que profundice en el fenómeno psicosocial de lo que el individuo experimenta hoy día.

Es necesario reflexionar sobre la ingente cantidad de datos y de información producida por las instituciones, por los medios y por la sociedad en general, y orientar los esfuerzos de las instituciones de transparencia hacia las necesidades del ciudadano.

Sin duda será un reto ampliar los estudios sobre el fenómeno de las redes sociales y su influencia en la toma de decisiones de los ciudadanos y las ciudadanas, pero ello permitirá aprovechar los mecanismos tecnológicos de una manera más eficiente para fortalecer la rendición de cuentas y, de forma sistemática, encaminar los hábitos de consumo de información de aquellos y aquellas hacia la proactividad cívica.

Referencias

- De los medios y la Comunicación de las organizaciones a las redes de valor. Actas del II Simposio de la Red Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación, XESCOM (pág. 1004 a 1018). Obtenido de <https://xescom2016.wordpress.com/libro-de-actas/>
- Desarrollando Ideas. (2016). La corrupción, el talón de Aquiles de las democracias latinoamericanas. Informe Especial. Recuperado de: https://www.desarrollando-ideas.com/wp-content/uploads/sites/5/2016/09/160912_DI_informe_Corrupcion_LatAm_ESP.pdf
- Eco, U. (2016). De la Estupidez a la Locura. Obtenido de ePubLibre: <https://www.epublibre.org/libro/detalle/34846>
- Escamilla, M. (2011). Aplicaciones básicas del método científico: modelo interpretativo. Recuperado de: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES42.pdf
- Han, B. (2013). La Sociedad de la Transparencia. Recuperado de: <https://www.epublibre.org/libro/detalle/24443>.
- Han, B. (2014). Psicopolítica. Obtenido de: <https://www.epublibre.org/libro/detalle/23466>.
- Herrero, A., y Lopez, G. (2016). Acceso a la información y Transparencia en el Poder Judicial. Recuperado de: <http://siteresources.worldbank.org/PSGLP/Resources/accesoalainformacionytransparencia.pdf>
- http://www.onu.org.mx/wp-content/uploads/2017/07/180131_ODS-metas-digital.pdf
- Innerarity, D. (21 de Junio de 2009). Las transformaciones de lo privado y lo público. Libre Pensamiento (60), pp. 80. Recuperado en: <http://librepensamiento.org/archivos/3552>
- Lopera, Juan, et al. (2010). El método analítico como método natural. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas, 1-2.
- López, P., y Medranda, N. (2016). Transparencia, comunicación institucional e información pública: análisis de las prefecturas de Pichincha, Guayas e Imbabura.
- Martínez, A. (2005). La gobernanza hoy: 10 textos de referencia. Recuperado de: <https://libros-revistas-derecho.vlex.es/source/gobernanza-hoy-10-textos-referencia-6617>.
- Medranda, N. (2017). Calidad y Transparencia en la Información y Comunicación que se emite a través de las páginas webs de los Municipios: Comparación de caso Ecuador y España. Tesis Doctoral, (pp.18 -78).
- Mendel, T. (2010) La Metodología de Clasificación Legislativa para el Derecho a la Información, en Center for Law and Democracy. Recuperado de <http://www.law-democracy.org/live/wp-content/uploads/2012/08/RTI-en-espanol.pdf>
- Molina, P., Simelio N., y Corcoy, M. (2017): "Metodologías de evaluación de la transparencia: procedimientos y problemas". Revista Latina de Comunicación Social, 72, pp. 818 a 831. <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1194/44es.html> DOI: 10.4185/RLCS-2017-1194
- ONU. (2015). Metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), Objetivo 16. Obtenido de:
- Orme, B. (2017). Acceso a la información: Lecciones de la América Latina. Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información, (pp. 5-7).
- Paz, O. (1995). "La mirada anterior" Prefacio. Las enseñanzas de Don Juan. México: Fondo de Cultura Económica.
- Pope, J. (2000). Libro de Consulta 2000 de Transparencia Internacional. International Transparency. Recuperado en: https://www.transparency.org/whatwedo/publication/las_personas_y_la_corrupcion_america_latina_y_el_caribe
- Pring, C. (2017). Las personas y la corrupción: América Latina y El Caribe. Berlin: Transparency International.
- Toffler, A. (1971). El Shock del Futuro. Recuperado de: <https://www.epublibre.org/libro/detalle/36651>
- Torno, Joaquin, et al. (2015). Transparencia, rendición de cuentas y participación: una agenda común para la cohesión social y la gobernanza en América Latina. Recuperado de: <https://www1.diba.cat/uliep/pdf/52249.pdf>
- Transparencia Internacional. (2017) Índice de Percepción de la Corrupción. Recuperado de https://transparencia.org.es/wp-content/uploads/2018/02/tabla_sinteti

ca_ipc-2017.pdf

Uvalle, R. (2016). Fundamentos de la transparencia en la sociedad contemporánea. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* (226), 199-220.

Zalpa, G., Tapia, E., y Reyes, G. (2013). "El que a buen árbol se arrima..." intercambio de favores y corrupción. *Cultura y Representaciones Sociales*. 09(17) Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102014000200005



TERCERA SECCIÓN

LA EDUCOMUNICACIÓN
EN LA ERA GLOBAL

Education Times

TOWARDS TOMORROW

DELHI EDITION

MONDAY | SEPTEMBER 10, 2012

When the Indira Gandhi National Open University (IGNOU) Act came into effect in 1985, its primary focus was to provide open and distance education to the marginalised sections of society. In fact, the Act heralded the country's first serious attempt towards quality distance education. Almost 27 years later, IGNOU has an enrolment of over 3.5 million students.

What has also changed in these two decades is the nation's approach towards distance education — from a need-based, degree-earning enrolment to an academic option that helps you retain your job, while still managing to boost your academic profile.

have credibility and value," he says.

POPULAR CHOICE

Which are the distance education programmes that have seen an increased popularity in the recent past? "Management programmes are more or less always in demand," says Anurag Agarwal, business development head of Noida-

ate between distance education and a mere correspondence course," he says, adding that distance education is instruction that

pointed out that India has times more the number of colleges than it already has today, stands at 32,000. He also analysed the role that colleges play in providing education to the masses," says T

DEGREE'S WORTH
The debate about the value of a degree, more often than not, is a

From degree programmes to vocational courses, distance education is becoming an academic choice in India. Jude Sannith S reports

Not a distant choice

"Given the fact that the economy today isn't quite at its best, a distance education course could certainly come in handy," says Chennai-based career counsellor, Kalavathi Amarachelvam. However, Amarachelvam points out that curriculum-wise there's a long way to go before such courses — especially in state-run universities — achieve the desired standard.

Certain courses from premier universities have credibility and value

Himanshu Aggarwal, CEO of Delhi-based employability evaluation firm, Aspiring Minds, believes that quality in distance education varies from university to university. "Certain courses from premier universities

based e-learning company, iProf, testifying to the now-common practice of employees pursuing management programmes in the pursuit of managerial positions at the workplace."

In state-run universities like the University of Madras or Bombay University, some of the more conventional courses like history, economics, botany, zoology, physics and political sciences, continue to be in demand. "Master's programmes in computer applications are also in vogue," adds Anurag. "However, irrespective of the course, the curriculum and credibility of the degree needs to take priority."

One of the major setbacks of distance education programmes, as Himanshu points out, is the lack of organised employment op-

What has also changed in these two decades is the nation's approach towards distance education

portunities. "In fact, in an attempt to bridge this gap, we collaborated with IGNOU recently," he says.

Though it has to be acknowledged that distance education has come a long way, there are issues that need to be addressed, according to P Ramani, founding-dean, School of Education, Sastra University, Tanjore. "From a student's perspective, it is important to differenti-

provides a wholesome approach to education — through contact classes and multimedia teaching methods — albeit at a geographical distance.

However, certain universities, although advised by UGC, have fallen short of providing quality distance education. Ramani believes that this has reduced their courses to mere correspondence programmes. "But that's exactly what is going to change in the near future," points out Col Dr G Thiruvanasagam, vice-chancellor, University of Madras. "In fact, the University of Madras has taken the lead in making attendance of contact classes compulsory."

Despite concerns for its quality, the fact remains that distance education and open universities are critical to the current Indian educational framework. "When you consider the fact that the National Knowledge Commission has

ter's. "Distance education provides a lot of justice in the corporate enterprise niche, vocational courses which focus on soft skills," says Himanshu

From a perspective, impact of distance education and a cor

as Mohit Gunde, Pune-based You portal that helps in making career decisions. "Pursuing a degree has advantages over mere textbook learning. He adds, "You have the opportunity to network with the right contacts at college — an educational

The usefulness of a programme, a student also needs to consider before enrolling in a professional or higher education. Himanshu, an on-broadening way of a career, a full-time career graphing at, a distance good option

1. Competencias digitales para la docencia no presencial. Protocolo de seguimiento, evaluación y pautas de tutorización online

Antonia Isabel Nogales-Bocio⁶
José Antonio Gabelas-Barroso⁷
Pilar Arranz Martínez⁸

Resumen

Las ciudadanía digitales demandan nuevas formas de enseñar y de aprender en el que el carácter no presencial de la docencia se ha convertido en un reto para las instituciones educativas. En el binomio docente offline/online resulta esencial fomentar la gestión de la identidad digital, además de proporcionar al alumnado un protocolo de aprovechamiento de los dos tipos de contenidos (on y off) y de las actividades didácticas que se plantean.

El presente capítulo reflexiona sobre el papel de las TRIC (Tecnologías de la Relación, Información y Comunicación) en la enseñanza online y aporta los principales resultados de una dinámica de trabajo con profesores y profesoras del Instituto de Bachillerato a Distancia de Álava (España) para el asesoramiento experto en tutorización online y optimización de la educación no presencial.

Palabras clave: enseñanza online; competencias digitales; tecnologías de la información y la comunicación; educación mediática, TRIC.

6. Doctora y Licenciada en Periodismo por la Universidad de Sevilla. Máster en Filosofía y Cultura Moderna por la Universidad de Sevilla. Actualmente es Profesora Ayudante Doctora del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Zaragoza y vicepresidenta del Laboratorio de Estudios en Comunicación (Universidad de Sevilla). Correo electrónico: anogales@unizar.es Universidad de Zaragoza (España)
7. Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Licenciado en Historia del Arte. Diplomado en Educación General Básica. Profesor del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Con más de sesenta publicaciones en editoriales de impacto y revistas científicas indexadas. Miembro fundador del grupo GICID de la Universidad de Zaragoza. Codirector de la plataforma Entremedios. Coordinador de la plataforma TRICLab. Correo electrónico: jgabelas@unizar.es
8. Doctora en Ciencias de la Educación por la Universidad de Zaragoza. Licenciada en Ciencias de la Educación. Máster en Logopedia. Profesora titular adscrita al área de Didáctica y Organización. Miembro fundador del grupo de investigación Educación para la Diversidad y desde 2017 miembro del grupo GICID. Directora del Secretariado de Proyección Social y del Observatorio de Igualdad de la Universidad de Zaragoza. Correo electrónico: parranz@unizar.es

Abstract

Digital citizenship demands new ways of teaching and learning, and the web-based distance learning has become a challenge for educational institutions. In the offline/online teaching binomial it is essential to promote the management of the digital identity, in addition to providing students with a protocol of taking advantage of the two types of content (on and off) and the proposed teaching activities. This research thinks on the role of TRIC (Relationship, Information and Communication Technologies) in online teaching and provides the main results of a dynamic work with teachers of the Distance Learning High School of Álava (Spain) for expert advice in online tutoring and optimizing of web-based distance learning.

Keywords: distance learning; digital competences; online teaching, TRIC.

Information and Communication Technologies; media literacy.

Introducción

La expansión de la tecnología informática y las redes telemáticas propiciaron ya a finales de los noventa el nacimiento del concepto de alfabetización digital. En un contexto de permanente movilidad, se hace cada vez más imprescindible el manejo del hipertexto y de lo transmedia en un cuarto entorno (Gabelas-Barroso, 2015) de permanente interactividad. La multiplicidad de lenguajes representacionales (lenguajes que operan como un segundo sistema de señales, es decir, que proyectan representaciones mentales y significados que los sujetos tienen y construyen acerca de la realidad) hace necesario un proceso de multialfabetización para las ciudadanía digitales actuales.

Lejos de los enfoques reduccionistas que presuponen que el adiestramiento tecnológico constituye en sí mismo la competencia digital, el grupo de investigación New London Group (2009) ya mostró que el complejo proceso de alfabetización múltiple implica el desarrollo de cuatro dimensiones: instrumental, cognitiva, actitudinal y axiológica (Gabelas-Barroso, Marta-Lazo y González-Aldea, 2015).

Este proceso, que sobrepasa lo tecnológico, implica la necesidad de incorporar el Factor R-elacional dentro del clásico enfoque de las TIC, dando lugar a las TRIC (Tecnologías de la Relación, Información y Comunicación). Esto implica trascender lo digital e incorporar un enfoque abiertamente holístico en el que existe un compromiso con el funcionamiento orgánico del ser humano en el mismo sentido en el que Damasio (2010: 157) alude a las conexiones del cuerpo y el cerebro, así como a su constante bidireccionalidad comunicativa. En este sentido de la trascendencia digital o «humanismo digital», Aranda, Gabelas y Sánchez Navarro (2011) describen lo que consideran competencias mediáticas en cinco categorías: la primera es la propiamente tecnológica; la segunda es la competencia cooperativa, que permite la interacción entre individuos con objetivos comunes; la tercera es el consumo

y la interacción crítica, que supone la capacidad para valorar las búsquedas y las fuentes de información; en cuarto lugar, la gestión de la identidad digital en su complementariedad offline/online; la quinta competencia es la del compromiso ciudadano para trascender las opiniones al ámbito público con fines cívicos y comunitarios.

Estas competencias digitales deben trasladarse al ámbito educativo, dado que desde las instituciones de enseñanza debe existir un compromiso por el fomento de estas destrezas en la conformación de la ciudadanía digital. Estas competencias se convierten además en un eje vertebrador del conocimiento cuando nos encontramos en el terreno de la enseñanza no presencial. A lo largo de este capítulo, reflexionaremos sobre las conexiones entre competencias digitales y nuevos entornos de educación online y mostraremos el caso de estudio realizado por parte del Laboratorio TRICLab y el Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID) para el asesoramiento en tutorización online a los profesores del Instituto UBI IBD de Bachillerato a Distancia de Álava (España) a lo largo del mes de febrero de 2019.

Competencias digitales en un mundo hiperconectado

Como hemos señalado, la alfabetización digital se puede entender a través de sus dimensiones: uso de la tecnología, comprensión crítica y creación y comunicación de contenido digital (Avello et al., 2013). La situación actual se asemeja a un archipiélago global que está compuesto por personas tecnológicamente hipercomunicadas, aunque con un notable grado de aislamiento y consumo individual. Por ello, es importante el compromiso de la comunicación como una forma de expandir las actitudes críticas y participativas más allá de la mera recepción de contenidos, en aras de lograr el empoderamiento ciudadano (Kaplún, 1998; Orozco, 1997) al que aspira en último término todo proceso educativo.

Cualquier alfabetización debería incluir el aprendizaje de codificar y decodificar información verbal, sonora, visual, audiovisual y multimedia, así como profundizar en las competencias básicas, colaborativas y pedagógicas (Area, Gros y Marzal, 2008; Gutiérrez, 2010). Para habitar en un mundo hiperconectado influye decisivamente la comprensión y capacidad de creación de soportes y lenguajes adaptados a los medios digitales. La multiplicidad de medios y sistemas de información obliga a reformular y superar el concepto de alfabetización digital para converger en nuevas formas de comprender las competencias necesarias para desenvolverse en el entorno actual, en el que la educomunicación juega un papel fundamental (Buitrago, Ferrés y García, 2015; Buitrago, García y Gutiérrez, 2017).

En este complejo proceso late con fuerza el Factor R-elacional, que vincula y expresa las necesidades, las afinidades y contrastes de los que están y participan en el híbrido y

fluido «territorio» digital (Gabelas-Barroso, Marta-Lazo y González-Aldea, 2015). Resulta imprescindible que desde la comunicación y la educación, se articulen estrategias, protocolos y pautas que integren de modo complementario lo presencial y lo virtual. El Factor R en las TIC incorpora un equilibrio en la educación e implica al discente en todas sus dimensiones, provocando el desarrollo de su pensamiento crítico en la búsqueda de contenidos que favorezcan su perfeccionamiento intelectual. También le permite optimizar su capacidad sináptica (la cual posibilita conexiones que contextualizan la información), así como madurar cognitivamente, pero también emocional y socialmente; tres dimensiones que describe el modelo de acción del Factor Relacional.

De este modo, hablamos de un bucle con dos direcciones recíprocas, la endógena y la exógena. La primera, marcada por la dimensión cognitiva, emocional y social. La segunda, que se proyecta en la órbita individual del sujeto, en la colectiva y social, y en la del entorno. Una visión holística que integra al sujeto y lo redimensiona.

Enseñanza no presencial y uso de nuevas tecnologías

Hasta hace poco más de dos décadas, quienes accedían a las inicialmente, escasas ofertas de enseñanza no presencial, eran personas que, por diferentes razones (principalmente la distancia o la incompatibilidad de horarios por cuestiones laborales), no podían acudir físicamente a la sede de los estudios. El ejemplo conocido por todos es la UNED (Universidad Nacional de Educación a Distancia), fundada en 1972, y que actualmente cuenta con más de 250.000 estudiantes matriculados. En sus inicios, los únicos materiales de estudio se recibían impresos en el domicilio y superar cada asignatura conllevaba, generalmente, dedicar muchas horas a leer y comprender dicho material, sin posibilidad de consultar dudas, salvo una vez por mes y de forma presencial, debiendo recorrer distancias de 100 km en muchas ocasiones; en fecha predeterminada el examen, también presencial, daba lugar a la calificación de la asignatura.

En la actualidad, la UNED es un ejemplo de óptima incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación como favorecedoras del acceso al aprendizaje en cualquier lugar y momento, habiendo sido replicadas sus metodologías en otras universidades no presenciales, en otras etapas educativas y en los más diversos tipos de cursos de formación; y ello no únicamente en contextos virtuales de enseñanza-aprendizaje, sino también en otros que, teniendo un carácter presencial, hacen cada vez mayor uso de las TRIC (Tecnologías de la Relación, Información y Comunicación).

La aparición y democratización de internet y otras tics, así como su incorporación a los procesos de enseñanza-aprendizaje, más lenta que lo que hubiera sido deseable

(Siemens, 2004), supuso un hito en el modo de concebir los mismos, rompiendo con el magistrocentrismo e impulsando el protagonismo del alumnado (Blasco, Lorenzo y Sarsa, 2016), y ello tanto en la enseñanza presencial como en la que no lo es. Como expresión de ello, podemos mencionar la flipped classroom (clase invertida), que se ha erigido como técnica metodológica más prevalente en las diferentes modalidades de enseñanza y en todas las etapas educativas, incluidos los estudios universitarios, debido a que parece tener un impacto positivo en la adquisición de los aprendizajes por parte del alumnado. Otra tendencia confirmada es el incremento de la oferta formativa institucional mediante la modalidad de “aula virtual”, ofertada en los centros, complementándose con ofertas dirigidas también al profesorado en ejercicio (Area, 2015), lo que conlleva un cierto grado de competencia digital por parte de los estudiantes y del profesorado.

En la enseñanza virtual o a distancia, sus gestores analizan e implementan medidas que favorezcan la motivación y mantenimiento de la atención por parte de sus estudiantes, en pro de un mayor rendimiento y éxito académico (ello redundará positivamente en su reputación), y, especialmente, con el objetivo de disminuir el elevado porcentaje de abandono de las personas que se matriculan y que se sitúa en torno a un 70-80%, e incluso en más de un 90% en el caso de los MOOC (Massive Online Open Courses), según reseñan Osuna-Acero, Marta-Lazo y Frau-Meigs (2018), excepto en los sMOOC. Los MOOC en general suponen otro ejemplo paradigmático de aprendizaje en entorno online, que aparecieron como una respuesta que parecía óptima para responder a las demandas sociales de formación a lo largo de la vida. Sin embargo, los resultados no han sido todavía los esperados, se han vertido muchas críticas sobre los mismos y se necesita de mayor investigación al respecto (Osuna-Acero, Marta-Lazo, y Frau-Meigs, ibd.).

Aun así, es indiscutible que la conectividad se erige como paradigma de esta denominada sociedad del conocimiento en la que tiene una duración mucho menor y las competencias digitales han dejado de ser convenientes, evidenciándose como imprescindibles.

Caso de estudio y trabajo de campo

En febrero de 2019 se impartió un curso de formación para profesores y profesoras del Instituto de Bachillerato a Distancia UBI IBD Ramiro de Maeztu de Álava. El curso ha tenido un desarrollo de cuatro sesiones presenciales de dos horas cada una, y cuatro semanas de tutorización y seguimiento online. En total, un mes de duración para la ejecución de la actividad completa, más varios meses de preparación previa. La plataforma Moodle alojaría el curso, pero sería siempre en red con otras plataformas y redes sociales, como Foroactivo.com (para la gestión de comentarios en torno a cuestiones de discusión y debate) y las redes sociales Facebook, Twitter y LinkedIn. La selección preliminar de estas

tres redes se debe a su potencial para la creación de comunidades online (Facebook), para la realización de dialécticas de aprendizaje a través de contenidos compartidos y retroalimentados en red (Twitter), y para la gestión del perfil profesional (LinkedIn).

Contexto previo y diseño del curso:

1. El diseño y planteamiento del curso arranca de un claro diagnóstico: la escasa permanencia de los alumnos en el seguimiento de las asignaturas y una elevada tasa de absentismo escolar, demandan asesoramiento y formación para incentivar e incrementar la interacción desde nuestro modelo TRIC y su Factor Relacional.
2. Solicitamos a la dirección del centro el número exacto de profesores y profesoras con sus perfiles (en qué cursos y qué asignaturas imparten).
3. Solicitamos a la dirección entrada y claves para observar y valorar el trabajo de los profesores con sus alumnos en la plataforma Moodle (que conocen y que han realizado formación “ad hoc” sobre la misma). Queremos detectar ante todo lo que funciona y lo que no, para establecer cómo se puede optimizar la plataforma, así como sus posibles conexiones con otras plataformas y redes.

Diseño de una prueba inicial (aspecto que desarrollaremos en el siguiente apartado) para realizar posteriormente una evaluación sumativa y final del curso.

Aspectos relevantes y ejes transversales durante el curso:

1. Creación de una guía inicial, sencilla y práctica que en todo momento oriente al profesor respecto al curso, lo que se pretende y cómo llevarlo a cabo, a grandes rasgos.
2. Realizar una secuencia clara y fluida entre las sesiones presenciales y las tutoriales online.
3. Importancia del aprendizaje-en-red, potenciando más la conexión entre módulos que los propios módulos. Esto es una plasmación del Factor R, por definición sináptico y psicosocial.
4. Diseño de una dinámica de interacción a tres bandas: profesores y alumnos (bidireccional), profesores-alumnos-contenidos, profesores y tutores del curso (de nuevo, bidireccionalidad). Como posibles concreciones para ello podemos citar:
 - Creación de un foro permanente (en la propia plataforma Moodle o a través de redes externas asociadas como foroactivo.com) para profesores (valorar en él la inclusión del alumnado para posteriores acciones) y tutores conectados con Moodle.
 - Estudio de las redes sociales que vamos a utilizar para apoyar y completar las interacciones, y como posible soporte de contenido para las actividades organizadas.

Resultados

Dadas las dimensiones del presente capítulo, no es posible exponer el conjunto de resultados que se desprenden de la puesta en marcha de la actividad. No obstante, destacaremos a continuación algunos de los resultados más satisfactorios. Entre ellos, se encuentra la creación de un documento compartido entre los tutores-profesores que, con el nombre de “Cuaderno de bitácora”, ha servido para compartir las percepciones de cada uno de los tutores acerca del desarrollo del proceso formativo. Dicho documento abierto, creado a partir de la herramienta Google Drive, se actualizaba varias veces a la semana incorporando nuevos datos acerca de: la programación docente planteada; nuevos recursos y herramientas online pertinentes para el curso; percepciones y sensaciones tras cada sesión presencial con el alumnado. Este último apartado permitía al tutor que retomaba la siguiente sesión presencial incorporar a su planificación docente la perspectiva más apropiada, teniendo en cuenta la sesión anterior.

Esta dinámica de actualización permanente nos ha permitido crear un contenido docente adaptado por completo a las necesidades específicas de nuestro alumnado. De igual modo, entre los mejores resultados detectados a lo largo de la puesta en marcha del curso destaca también la utilidad de la realización de una prueba diagnóstica inicial. El objetivo de esta prueba era el conocimiento que el profesorado nos podía proporcionar acerca de: las necesidades concretas, las expectativas del alumnado respecto al curso; el nivel de partida del alumnado en cuanto a: manejo de redes sociales, uso de redes docentes y recursos online, manejo de la plataforma o nivel de competencia digital en general. Dicha prueba online fue diseñada en la plataforma SurveyMonkey y se trasladó al alumnado del curso mediante un enlace web subido a la plataforma del curso una semana antes de la primera sesión presencial. De este modo, los tutores podríamos contar previamente con los resultados (que se almacenan de forma anónima en la propia plataforma a medida que los participantes responden) para conocer mejor a nuestro público objetivo. Recibimos un total de 16 respuestas completas.

En concreto, la prueba online diseñada en la plataforma SurveyMonkey constaba de las siguientes preguntas:

1. ¿Qué te gustaría aprender en este curso?
2. ¿Qué aportarás tú al curso?
3. ¿En qué redes sociales tienes perfil?
4. ¿Crees que las redes sociales pueden ayudarte en tu labor docente? ¿Por qué?
5. ¿Recurres a contenidos online externos como material complementario para tus clases?
6. Utilizas la plataforma virtual para...
 - a. Introducir avisos y mensajes relevantes para el alumnado
 - b. Colgar material relevante para la asignatura
 - c. Enlazar contenidos externos y webgrafía de referencia
 - d. Crear contenidos online y gestionarlos

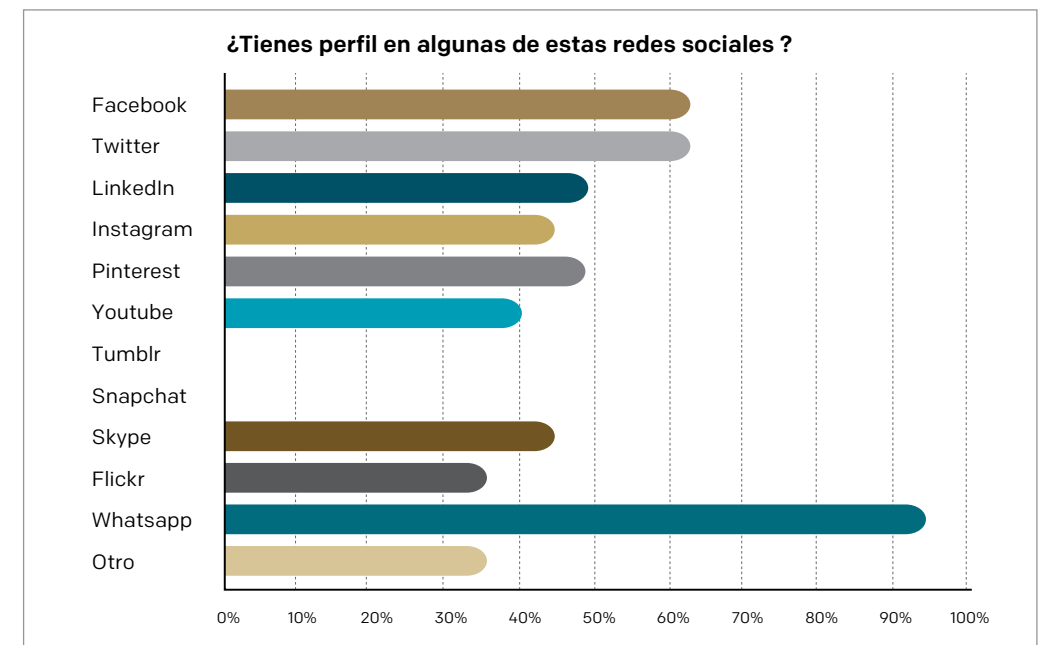
e. Todas las anteriores

f. No la utilizo

7. ¿Estás familiarizado/a con alguna/s de las siguientes dinámicas pedagógicas: Flipped classroom, gamificación, clases invertidas, visual thinking, etc.? ¿Las has utilizado?
8. ¿Te gustaría profundizar en alguna de ellas? ¿En cuál?
9. En cuanto al alumnado de tu centro, ¿por qué crees que se produce la desconexión o abandono?
10. Califica del 0 al 10 tu grado de competencia digital. 0 ----- 10

Esta prueba ha resultado ser la herramienta diagnóstica de mayor utilidad, pues a lo largo de todo el curso hemos podido remitirnos a ella para reenfocar los contenidos, adecuar las dinámicas de trabajo y los entornos óptimos para el aprendizaje. Podemos citar como ejemplo el hecho de que, aunque en un principio la orientación del curso se centraba más en el manejo de redes sociales (Twitter, Facebook y LinkedIn) con fines docentes, el conocimiento proporcionado por la prueba diagnóstica nos reveló que era preferible centrar el curso en el uso de Moodle como plataforma central y mantener las redes sociales como herramienta de apoyo. Decidimos orientarlo de este modo buscando una mayor operatividad al comprender que la presencia del profesorado en redes sociales estaba lejos de ser masiva, lo cual puede observarse en la figura 1.

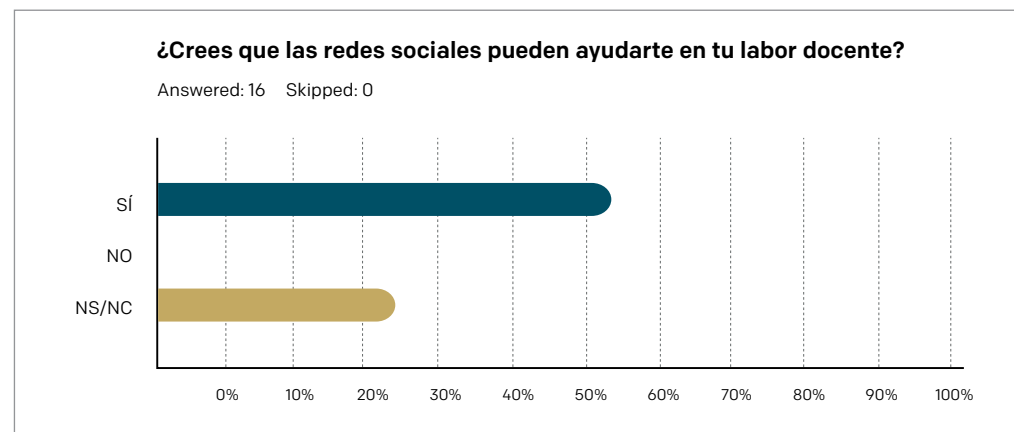
Figura 1. Uso de RRSS entre el alumnado del curso



Fuente: elaboración propia, 2019

No obstante, se detectó como dato muy positivo la percepción de utilidad del profesorado acerca del potencial uso de las redes sociales en la labor docente. Esto se observa en la figura 2.

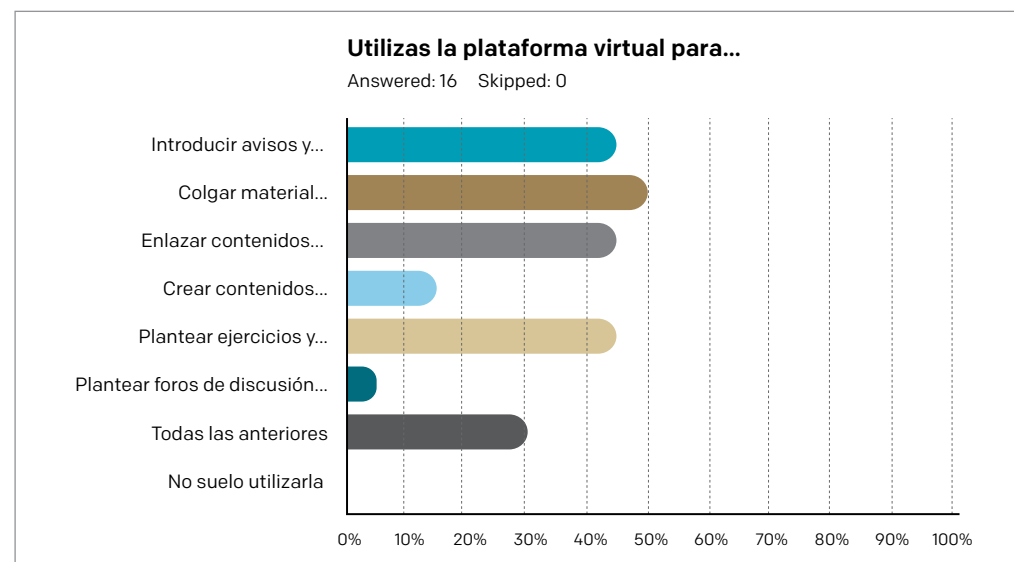
Figura 2. Percepción de la utilidad de las RRSS en la labor docente



Fuente: elaboración propia, 2019

Las preguntas acerca del uso de la plataforma Moodle permitieron detectar un déficit en el planteamiento de foros de discusión, así como en la creación de contenidos, por lo que decidimos dedicar una sesión específica a ello y reorientar así la formación prevista inicialmente. Véase figura 3.

Figura 3. Utilización de la plataforma virtual



Fuente: elaboración propia, 2019

Conclusiones

Uno de los principales retos de la educación no presencial es la búsqueda de la adecuada complementariedad entre los contenidos offline y online. Resulta necesario trasladar al alumnado la percepción de que el tiempo dedicado a las sesiones presenciales es de utilidad, pues requiere de un esfuerzo para el desplazamiento que la actividad presencial debe justificar. De igual modo, los contenidos y recursos suministrados online tienen que corresponder con los objetivos marcados en los tiempos presenciales y deben resultar asimilables sin que la falta de competencia digital suponga un escollo insalvable.

Otro de los aspectos fundamentales en la educación online es la gestión de los tiempos síncronos y asíncronos. Cabe aclarar que por tiempos síncronos entendemos la comunicación simultánea que es posible establecer a través de herramientas como los chats. Determinando una o varias convocatorias de chat semanal, podemos construir un espacio de conexión directa y simultánea con nuestro alumnado. La comunicación asíncrona, por otro lado, afecta todos aquellos mecanismos a través de los cuales alumnado y profesorado pueden dejar por escrito preguntas, dudas y comentarios para ser respondidos por el interlocutor en otro momento. Un ejemplo de ello serían los foros. En este sentido, resulta clave mantener un compromiso de rápida respuesta (anterior a las 24 horas) para no generar desatención, así como establecer desde el comienzo una clara distinción entre el uso de ambas herramientas. Por ejemplo, mientras la comunicación síncrona debe reservarse para el seguimiento de las actividades propuestas (las cuales precisan habitualmente del diálogo activo docente-discente), los tiempos asíncronos son más apropiados para el planteamiento de dudas concretas, preguntas de debate y contenidos compartidos con la comunidad.

La adecuación de las actividades de aprendizaje al tiempo propuesto es otra de las claves de la educación online. Deben ser actividades cortas, concretas, conectadas con los contenidos de las unidades didácticas, pero al mismo tiempo deben ofrecer una recompensa directa, lo cual abre la puerta a la interacción con dinámicas de gamificación.

En destacable asimismo el buen resultado que ha tenido la creación de un cuaderno de bitácora online, que permitió que los cuatro profesores-tutores-mediadores que han intervenido en el curso no se solapen, se complementen, coordinen y realicen un seguimiento continuo del proceso. Este es un modelo que se ha intentado transferir a los propios alumnos.

En suma, el Factor Relacional nos permite incorporar una perspectiva de multialfabetización transversal y holística, que optimiza los procesos de adquisición de competen-

cias digitales y, por ende, favorece la construcción de ciudadanía digital más críticas y reflexivas. Uno de los elementos que potencia esta optimización es el conocimiento del otro, del discente, como parte activa y proactiva en el proceso de aprendizaje.

Referencias

- Aranda, D.; Gabelas, J. A.; Sánchez Navarro, J. (2011). «Una discusión sobre ocio digital y aprendizaje: algunos mitos y una paradoja sobre las redes sociales y los videojuegos». En I Congreso de Educación Mediática. Segovia. Recuperado de <http://www.educacionmediatica.es/comunicaciones/Eje%203/Daniel%20Aranda%20-%20Jose%20Antonio%20Gabelas.pdf>
- Area Moreira, M., Gros Salvat, B. y Marzal García-Quismondo, M. A. (2008). *Alfabetizaciones y tecnologías de la información y la comunicación*. Madrid: Síntesis.
- Area, M.; Alonso, C.; Correa, J.M.; Del Moral, M.E.; De Pablos, J.; Paredes, J.; Peirats, J.; Sanabria, A.L.; San Martín, A. y Valverde, J. (2014). Las políticas educativas TIC en España después del Programa Escuela 2.0: las tendencias que emergen. En *RELATEC, Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 13(2), 11-33.
- Avello Martínez, R., López Fernández, R., Cañedo Iglesias, M., Álvarez Acosta, H., Granados Romero, J. F. y Obando Freire, F. M. (2013). Evolución de la alfabetización digital: Nuevos conceptos y nuevas alfabetizaciones. *Medisur*, 11(4), 450-457. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180028773009>
- Blasco, A.C.; Lorenzo, J.; Sarsa, J. (2016). La clase invertida y el uso de vídeos de software educativo en la formación inicial del profesorado. Estudio cualitativo. En *@tic, Revista d'innovació educativa*, 17, 12-20.
- Buitrago Alonso, A., Ferrés Prats, J. y García Matilla, A. (2015). La educación en competencia mediática en el CV de los periodistas. *Index.Comunicación: Revista Científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 5(2), 101-120. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/5404909.pdf>
- Buitrago Alonso, A., García Matilla, A. y Gutiérrez Martín, A. (2017). Perspectiva histórica y claves actuales de la diversidad terminológica aplicada a la educación mediática. *Edmetic*, 6(2), 81-104. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/6247093.pdf>
- Damasio, A. (2010). *Y el cerebro creó al hombre*. Barcelona: Ediciones Destino.
- Gabelas, J. A. (2015). «¿Qué es el cuarto entorno?» [en línea]. En *Ined21*. Recuperado de <https://ined21.com/que-es-el-cuarto-entorno/>
- Gabelas, J. A.; Marta-Lazo, C.; González-Aldea, P. (2015). «El factor relacional en la convergencia mediática: una propuesta emergente». *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 53, págs. 20-34. DOI: <http://dx.doi.org/10.7238/a.v0i53.2509>
- Gutiérrez Martín, A. (2010). «Creación multimedia y alfabetización en la era digital». En R. Aparici (Ed.). *Educación: Más allá del 2.0*. (pp. 171-186). Barcelona: Gedisa.
- Kaplún, M. (1998). Procesos educativos y canales de comunicación. *Comunicar*, 11, 158-165. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/158/15801125.pdf>
- Marta-Lazo, C y Gabelas-Barroso JA. (2016). La comunicación digital. Un modelo basado en el Factor R-relacional. Editorial UOC.
- Marta-Lazo, C.; Frau-Meigs, D. y Osuna-Acero, S. (2018). Collaborative lifelong learning and professional transfer. Case study: ECO European Project. *Interactive Learning Environments*, (22) 5, 33-45.
- Orozco, G. (1997). Medios, audiencias y mediaciones. *Comunicar*, 8, 25-30. Recuperado de <https://www2.uned.es/ntedu/espanol/master/primer/modulos/teoria-de-lainformacion-y-comunicacion-audiovisual/orozco.pdf>
- Osuna-Acero, S.; Marta-Lazo, C. y Frau-Meigs, D. (2018). De sMOOC a tMOOC, el aprendizaje hacia la transferencia profesional: El proyecto europeo ECO. *Comunicar, Revista Científica de Educomunicación*, 55, 105-114.
- Siemens (2004). *Conectivismo: Una teoría de aprendizaje para la era digital*. Traducción de Diego E. Leal Fonseca, 2007. Recuperado en https://s3.amazonaws.com/academia.edu/documents/38778149/13_conectivismo_era_digital.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAI-WOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1555272089&Signature=pN9sOC0ewOL5yUMrIKL-Y1aX6Em8%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3D

2. CiudadaniaSUR: Comunicación educativa para la formación ciudadana en el sur de Chile

Luis Cárcamo Ulloa ¹

Resumen

Este capítulo tiene como objetivo general describir una experiencia de periodismo escolar digital en el marco de apoyos a la implementación de planes de formación ciudadana en escuelas primarias y secundarias del sur de Chile.

Ciudadaniasur.cl contó con el patrocinio del Ministerio de Educación y la Universidad Austral de Chile y en las páginas que siguen revisamos, en primer lugar, los aportes de investigaciones anteriores pertinentes, y explicamos los cambios curriculares que la escuela chilena busca implementar con foco en formación ciudadana. En segundo lugar, describimos la experiencia CiudadaniaSUR y exponemos datos del proceso de implementación del periódico interescolar. Finalmente, reflexionamos sobre los resultados logrados y el sentido de ejecutar acciones educomunicativas en el sistema escolar.

Palabras Claves: Ciudadanía Digitales, Periodismo Escolar, Comunicación Educativa, Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

1. Doctor en Percepción, Comunicación y Tiempos por la Universidad Autónoma de Barcelona, y ha sido investigador posdoctoral por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona (2013-2014) becado por la Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología de Chile. Actualmente ejerce como director del Instituto de Comunicación Social de la Universidad Austral de Chile e imparte docencia en Psicología Social de la Comunicación y Comunicación Multimedia (para pregrado) y Comunicación y Educación para Postgrado. Es profesor de la Escuela de Periodismo y el Magister en Comunicación de la Universidad Austral de Chile y del Programa de Doctorado en Comunicación conjunto de la Universidad de la Frontera y la Universidad Austral de Chile. Correo electrónico: lcarcamo@uach.cl

CiudadaniaSUR: media literacy for citizenship training in the south of Chile

Abstract

This chapter describes a digital journalism experience in the school developed as a support during the implementation process of citizen formation plans in primary and secondary schools, in the south of Chile. Ciudadaniasur.cl was sponsored by the Ministry of Education and the Austral University of Chile.

The following pages show relevant research carried out previously to explain the curricular changes that the Chilean school seeks to implement with a focus on citizen education. Then, we describe the CiudadaniaSUR experience to explain the process of implementation of the interschool newspaper. We conclude with a reflection of the results achieved thinking about the meaning of this type of media literacy actions in the Chilean school system.

Key Words: Digital Citizenships, School Journalism, Educational Communication, Information Technologies and Communications.

Investigaciones precedentes y contexto de formación ciudadana en Chile

Nuestro problema u oportunidad toma forma desde la relación entre formación ciudadana y fomento de la expresión propia en los establecimientos escolares del sur de Chile. Evidentemente, la formación ciudadana como objeto de estudio no resulta únicamente de la capacidad crítica de los ciudadanos para analizar y comentar los hechos noticiosos, es un problema más complejo que cobra sentido real en la comprensión de hechos cotidianos y comunitarios. Sin embargo, De Fontcuberta (2009) y otros investigadores han relevado una interesante línea de trabajo para educar en y con los medios en la escuela, buscando una correcta inserción curricular de la alfabetización mediática en las actividades escolares (Buckingham, 2005, De Fontcuberta y Guerrero, 2007; De Fontcuberta, 2009; Pérez-Tornero & Tayie, 2012). De dicha inserción curricular crítica puede resultar un aporte importante para la formación ciudadana.

Además, con un sentido más definido desde el valor democrático de la educación en medios, Morduchowicz (2009) recalca la posibilidad de que ésta se oriente necesariamente como una política de Estado. Hoy, en tiempos de infoxicación (Cárcamo y Marcos, 2014) y postverdad (Gutiérrez y Torrego, 2018) estas propuestas renuevan su sentido.

En Chile, La formación ciudadana es un desafío diagnosticado tanto a nivel político como educativo (Comisión Engel, 2015). En los últimos años, y a partir de la promulgación de la Ley 20.911 que “Crea el Plan de Formación Ciudadana para los establecimientos educacionales reconocidos por el Estado”, el Ministerio de Educación ha impulsado diversas estrategias para atender dicho problema (<https://formacion-ciudadana.mineduc.cl/>). Dentro de esas iniciativas cabe destacar que:

- Se solicita que todos los establecimientos propongan y ejecuten un Plan de Formación Ciudadana, desde párvulos hasta el final de la enseñanza secundaria.

- Se instala en forma obligatoria en el año 2019 (ver Figura 1) la asignatura de Formación Ciudadana en 3ro y 4to medio (últimos dos años enseñanza secundaria).
- Se han puesto en común propuestas curriculares ad-hoc para ser utilizadas por los profesores y profesoras de distintas asignaturas².

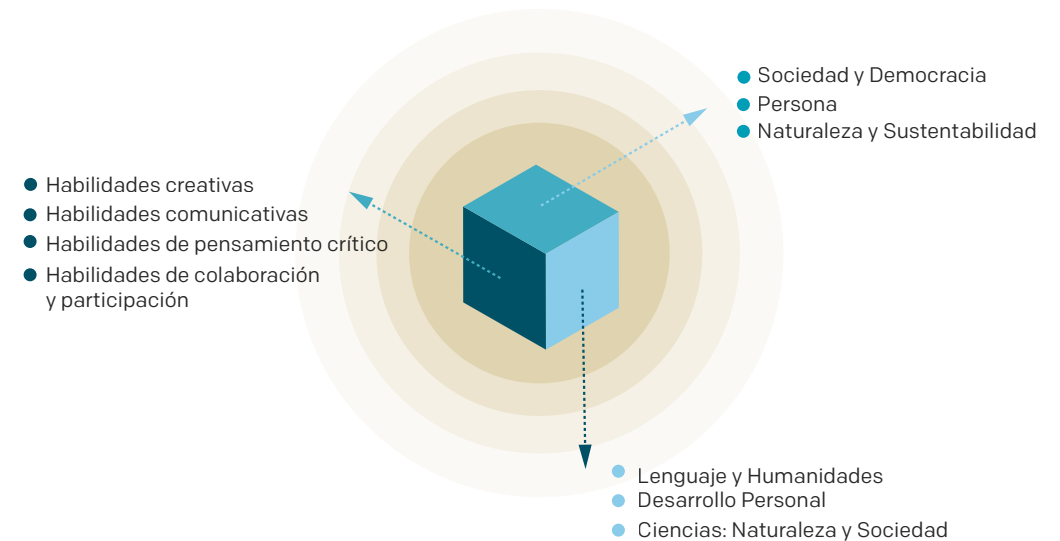
Si bien es cierto que la escuela como institución tiene una responsabilidad y una potencialidad única para aportar a la formación ciudadana, es importante tener en cuenta que la asignaturización de la antigua educación cívica no potencia necesariamente el desarrollo integral de una formación ciudadana en los contextos sociales actuales. Al contrario, puede correr el riesgo de aislarse frente al trabajo de otras asignaturas como historia y/o ciencias naturales. Estas últimas pueden aportar el contexto necesario a la lectura de hechos recientes, históricos y contextuales que requieren interpretación y una adecuada comprensión multivariada de la realidad (ver Tabla 1). También está el caso del subsector Lenguaje y Literatura, que viabiliza la comprensión lectora y expresión de la opinión del educando y trabaja como contenido la comprensión crítica de distintos tipos discursivos (Ver Tabla 2). En síntesis, la propuesta de un plan transversal de formación ciudadana y la asignatura Formación Ciudadana (3ro y 4to medio) al final del ciclo secundario, parece buscar un equilibrio entre la transversalización y asignaturización, pero al revisar los objetivos curriculares de distintas asignaturas, se abren oportunidades interesantes de integración.

Inserción Curricular

La actual Propuesta Curricular para 3ro y 4to medio (Mineduc, 2017) permite proyectar también un trabajo integrador entre los distintos sectores de aprendizaje. Queremos destacar que se trata de una propuesta particularmente pertinente que plantea: “una arquitectura que, para contribuir a los propósitos formativos, considera en cada área de aprendizaje las tres dimensiones de la realidad descritas: (i) persona integral, (ii) sociedad y democracia, y (iii) naturaleza y sustentabilidad. A su vez, cada asignatura contempla el desarrollo de habilidades: (i) de pensamiento crítico, (ii) creativas (iii) comunicativas y (iv) de colaboración y participación. Tanto las dimensiones de la realidad como las habilidades centrales mencionadas, se integran en la definición de objetivos de aprendizaje nucleares, en lugar de definir ciertos objetivos de aprendizaje transversales para las distintas áreas de conocimiento” (Mineduc, 2017:24).

2.. Se pueden revisar y analizar en <https://www.curriculumenlineamineduc.cl/605/w3-propertyvalue-61547.html>

Figura 1. Nueva propuesta curricular 3º y 4º Medio.



PLAN COMÚN					
19 HORAS SEMANALES (722 HORAS ANUALES)					
Lenguas y humanidades		Ciencias: Sociedad y Naturaleza		Desarrollo Personal	
6 horas semanales 228 horas anuales		8 horas semanales 304 horas anuales		5 horas semanales 190 horas anuales	
Artes	2 (76 anuales)	Ciencias naturales	2 (76 anuales)	Educación Física y Salud	2 (76 anuales)
Filosofía	2 (76 anuales)	Educación ciudadana	2 (76 anuales)	Orientación	1 (38 anuales)
Lengua y literatura	2 (76 anuales)	Historia, Geografía y Ciencias Sociales	2 (76 anuales)	Religión	2 (76 anuales)
		Matemáticas	2 (76 anuales)		

Fuente: Mineduc (2017)

Particularmente, para esta propuesta resulta interesante la articulación entre los objetivos de aprendizaje de Lenguaje y Literatura y Educación Ciudadana. Sin embargo, pensar en una didáctica de lectura crítica de medios invita a observar cómo los temas de actualidad pueden invocarse en las distintas asignaturas del currículum (De Camilloni, 2010). Las problemáticas socio ambientales y los derechos humanos pueden abordarse desde una perspectiva local que permita a los estudiantes poner en común sus opiniones a partir de estrategias de periodismo escolar.

Tabla 1 Posibilidades Integradoras de Ciencias Naturales e Historia Geografía y Ciencias Sociales

Ciencias Naturales	Historia. Geografía y Ciencias sociales
Valorar la importancia de la integración del conocimiento de diferentes disciplinas para el abordaje interdisciplinario de fenómenos y problemas actuales.	Valorar la interculturalidad, diversidad y dignidad de las personas como fundamento de la vida en comunidad presente y futura.
Representar problemas de interés colectivo a partir de la modelización de sistemas socio-ecológicos.	Valorar el desarrollo sustentable como principio para la construcción de una sociedad democrática.

Fuente: Mineduc (2017)

Tabla 2. Posibilidades Integradoras de Lenguaje y Literatura y Educación Ciudadana

Lenguaje y Literatura	Educación Ciudadana
Comprender críticamente, identificando ideologías y convenciones culturales, textos orales y escritos pertenecientes a distintos géneros discursivos.	Analizar críticamente el sistema democrático en Chile y su impacto en la vida cotidiana, a la luz del principio de justicia social y los derechos humanos, cívicos, sociales y medioambientales.
Producir textos orales y escritos que pertenezcan a distintos géneros, seleccionando conscientemente recursos lingüísticos que le permitan ensayar o construir una identidad discursiva.	Analizar críticamente las relaciones políticas, económicas y socioculturales que configuran el territorio y el espacio público en distintas escalas, considerando las posibilidades de ejercicio ciudadano, el cumplimiento y ejercicio de derechos y el principio de justicia socio-ambiental.
Reflexionar metalingüísticamente sobre la lengua en uso en textos pertenecientes a distintos géneros discursivos orales y escritos, de diversas comunidades	Analizar críticamente diversas formas de participación y su aporte al fortalecimiento del bien común, considerando experiencias ciudadanas personales y fenómenos sociales contemporáneos.

Fuente: Mineduc (2017)

Lectura Crítica de Medios y Medios como herramientas de expresión escolar

Para Alvarado (2012) la lectura crítica funciona como estrategia de tipo analítico que busca la relectura de textos y mensajes audiovisuales para identificar categorías sujetas a discusión e interpretación. Por su parte, el pensamiento crítico apunta a aprender a pensar de manera autónoma.

Mirando el contexto informacional en el que navega hoy un ciudadano, cabe señalar que la formación ciudadana es un constructo que, en las condiciones de los ecosistemas actuales de comunicación mediada, se complejiza cada vez más. En la construcción de la opinión pública, hoy se suman nuevos agentes y formas de comunicar a través de los medios digitales y las redes sociales (Carcamo-Ulloa y Sáez Trumper, 2015; Carcamo-Ulloa y Sáez Trumper, 2013). Además, se producen efectos lógicos de una comunicación mediada

hiperconectada como el efecto de filtro burbuja (Pariser, 2011) en el que los nuevos ciudadanos adquieren información mediada por los intereses y relaciones de su propia red social y facilitados por los avances de algoritmos y agentes inteligentes informáticos. Las didácticas para la formación ciudadana requieren apoyar procesos de lectura crítica de esas condiciones informacionales. Postverdad, noticias falsas y sensacionalismo informativo, forman parte de las dietas informativas de los jóvenes ciudadanos y de los ciudadanos adultos también. Además, cabe agregar como ingrediente de ese cóctel un modelo de adquisición de informaciones globales que puede gestar un ciudadano que conozca todo sobre el mundo y muy poco de su aldea.

La lectura crítica de medios y la creación escrita son parte de las denominadas habilidades del Siglo XXI por la UNESCO, y en ese contexto han sido incorporadas en el currículum escolar chileno, pero sin el éxito esperado. De acuerdo con el diagnóstico de Bellei y Morawietz (2016), esto parece relacionarse con una debilidad en los dispositivos de implementación que “traduzcan el currículo en experiencias de aprendizaje que permitan desarrollar dichas habilidades”. El proyecto CiudadaníaSUR busca proporcionar al sistema escolar dispositivos tecnológicos de periodismo escolar que permitan aportar condiciones para desarrollar las habilidades mencionadas.

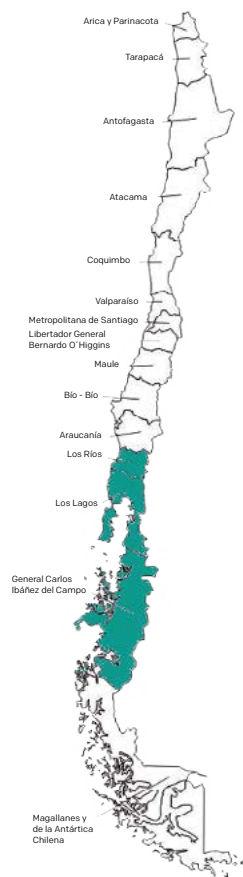
En un sentido más amplio, Mar De Fontcuberta (2009) identifica cuatro tipos de usos de medios tecnológicos-comunicativos en el aula.

- Medios contemplados como recursos didácticos: Su principal sentido es la motivación de los estudiantes y se utilizan como instrumentos que facilitan el aprendizaje de contenidos en diversas materias. Por ejemplo, el uso de documentales o sitios web como herramientas pedagógicas para enseñar ciencia o historia con un sentido similar a una enciclopedia audiovisual.
- Medios contemplados como tecnología o medios educativos: Su principal sentido es adiestrar y se usan como instrumento con el que se aprende. Por ejemplo, software de entrenamiento en lectoescritura o en matemáticas tales como “el conejo Lector” o “la máquina de aprender”.
- Medios contemplados como objetos de estudio. Su principal sentido es entender los medios de comunicación y sus implicaciones. Los medios de comunicación son empleados como objeto de análisis e interpretación. Por ejemplo, investigaciones escolares que analicen noticieros de televisión o prensa escrita.
- Medios contemplados como herramientas de comunicación y expresión: Su sentido principal es aprender utilizando medios con un sentido de producción, creación y resignificación de mensajes por parte de los estudiantes. Por ejemplo, la producción de programas radioescolares o periódicos escolares electrónicos (De Fontcuberta, 2009: 203)

CiudadaniaSUR

El Periódico Digital CiudadaniaSUR (www.ciudadaniasur.cl) es una herramienta abierta a todos los establecimientos participantes del convenio UACH-Mineduc³ y con posibilidades de ser utilizado (mediante solicitud) por nuevas escuelas en el futuro. La Universidad Austral de Chile activó esta herramienta en abril de 2017 y sostiene un compromiso de mantenerla e impulsarla durante el tiempo de asesoría convenida, y proyectarla como una oportunidad de vinculación con los contextos escolares para los estudiantes de pedagogía y profesores del sur de Chile.

Figura 2. La geografía CiudadaniaSUR



Inspirada por las ideas pedagógicas de Freinet y Bordas (1982), CiudadaniaSUR busca constituirse en una herramienta de intercambios de iniciativas escolares creativas entre los establecimientos de distintas latitudes del sur de Chile. En alguna medida, trabajos anteriores desarrollados desde la Universidad Austral, tales como Cárcamo, Flores y Ramírez (2014) y Cárcamo, Scheiging y Cárdenas, (2013), permiten proyectar la posibilidad de aterrizar con un sentido global la inserción de las TICs en las escuelas chilenas. Así también, es importante tener en cuenta la revisión crítica de posibilidades y dificultades que Charles Crook (2012) hace sobre las prácticas escolares configuradas en virtud de la web 2.0 y las actuales experiencias de participación cívica online en las escuelas portuguesas investigadas por Dias-Fonseca y Potter (2016). Por un lado, Crook (2012) nos recuerda que la apropiación de tecnologías de la web social puede provocar tensiones al intentar escolarizar en forma tradicional elementos que forman parte del mundo social de los jóvenes. Por otro lado, Dias-Fonseca y Potter (2016) concluyen que los niveles mediáticos de los estudiantes y sus niveles de compromiso cívico online están influenciados

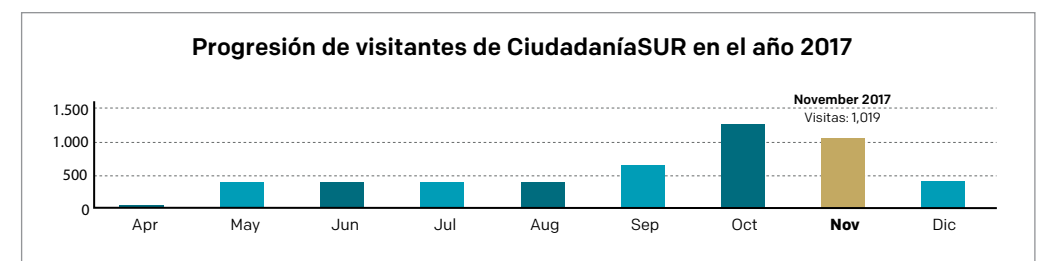
3. En el año 2016 la Universidad Austral de Chile y el Ministerio de Educación firman un convenio en el que la universidad se compromete para acompañar el diseño y la implementación de los planes de formación ciudadana de 120 establecimientos ubicados en tres regiones del sur de Chile.

por las prácticas de sus profesores, su formación y por la implantación de proyectos de alfabetización mediática.

En el primer año del periódico (abril-noviembre de 2017) se otorgaron 148 cuentas invitando a incorporar contenidos a los profesores encargados de los planes de formación ciudadana y directivos de los establecimientos involucrados. Estas invitaciones permitieron que se integraran 127 historias o noticias⁴ en el periódico interescolar. De esas noticias, 108 narraron directamente actividades propias del quehacer de las comunidades educativas así como actividades que los profesores desarrollan a partir de los planes de formación ciudadana y/o convivencia escolar. Otros 19 textos correspondieron a información gestionada por la universidad gestora de la iniciativa.

Al día 30 de noviembre de 2017, el sitio reportaba 4.149 visitas, siendo octubre y noviembre los meses con mayor alcance. Esta situación no se explica solo por un aspecto viral de la web, sino que es también resultado del periodo de divulgación e instalación de las estrategias de formación ciudadana en las escuelas, y de la sinergia que produce la participación de los establecimientos en las ferias escolares regionales de ciudadanía desarrolladas en el contexto del “Programa de acompañamiento a los planes de formación ciudadana UACH-Mineduc”, que debían elaborar e implementar los colegios de Chile. En particular, CiudadaniaSur recoge las informaciones de tres regiones del sur de Chile (Región de Los Ríos, Los Lagos y Aysén).

Grafico 1. Progresión de visitantes de CiudadaníaSUR en el año 2017



Las publicaciones contienen múltiples temáticas, que van desde elecciones de centros de alumnos, pasando por intervenciones comunitarias como limpiezas de riberas y parques, hasta participaciones en eventos extraescolares nacionales. A continuación, algunos titulares que ejemplifican el trabajo realizado por los profesores en sus escuelas y puestos en común para CiudadaníaSUR:

4. Obviamente los textos escolares no responden a los criterios de noticiabilidad de la prensa tradicional.

- Liceo Francisco Vidal Gormaz en conjunto con Armada y Municipalidad de Maullín realizan jornada de limpieza de playa.
- “La Fiesta de la chilenidad en la Escuela Olegario Morales Oliva”
- Elección centro de estudiantes Escuela Francia, comuna de Los Lagos.
- Comunidad escolar Escuela Bertoldo Hofmann celebra Año Nuevo Mapuche.

De ese primer año de experiencia (el año escolar termina en Chile a mediados de diciembre), pudimos sistematizar algunos aprendizajes que servirían para proponer mejoras en 2018:

- Los establecimientos escolares de pequeños municipios resultaron más comprometidos que los de las capitales regionales o provinciales.
- Los profesores tendían a mantener un control centralizado de lo que se publicaba sin atreverse a ceder el acceso directo para publicar a estudiantes avezados (sugerencia del equipo UACH).
- El periódico cobraba mayor vida en función de hitos regulares de los colegios (Inicio del año escolar, Wetripantu, Fiestas Patrias, Elecciones de Centros de Alumnos, Asistencia a ferias eventos escolares).
- Las visitas de apoyo y seminarios de acompañamiento a la elaboración de los planes de formación ciudadana servían como instancia de reenganche de los profesores para con CiudadaníaSUR.

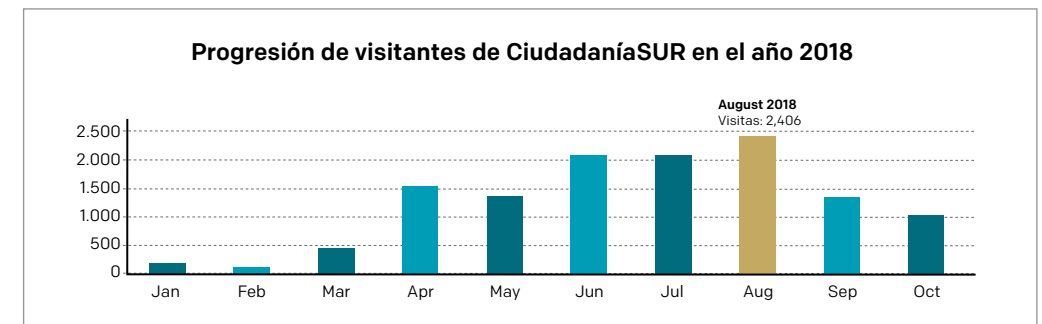
La expansión de la iniciativa

En el segundo año de CiudadaníaSUR (marzo-octubre de 2018) se otorgaron 182 cuentas, invitando a profesores encargados de los planes de formación ciudadana y directivos de los establecimientos involucrados, pero también a centros de alumnos y equipos de prensa escolar que estaban constituidos en los colegios. Estas invitaciones permitieron que se integraran 267 nuevas historias noticiosas en el periódico. De esas noticias, casi la totalidad narran directamente actividades propias del quehacer de las comunidades educativas: visitas que recibieron las comunidades escolares, actividades que los colegios desarrollan en contacto con sus contextos territoriales y las acciones que los profesores desarrollan a partir de los planes de formación ciudadana y/o convivencia escolar.

Al día 31 de octubre de 2018 el sitio reportaba 17.666 visitas, siendo julio y agosto los meses con mayor alcance. En el segundo año se incorporó como estrategia de divulgación de la iniciativa la creación y administración de una Fanpage de Facebook, que destacó semanalmente algunas de las noticias reportadas por las comunidades escolares. Nuevamente, se pudo comprobar que resulta positiva la sinergia que produce la participación de

los establecimientos en las ferias escolares regionales de ciudadanía; ya que, en el presente año, estas actividades tuvieron lugar durante el mes de agosto principalmente, en las tres regiones del sur de Chile (Región de Los Ríos, Los Lagos y Aysén).

Gráfico 2. Progresión de visitantes de CiudadaníaSUR en el año 2018



La mayor cantidad de publicaciones de este segundo periodo no solo implica la participación de nuevos colegios, sino también la diversificación de las actividades reportadas. A continuación, algunos titulares que ejemplifican el trabajo realizado por los profesores y estudiantes puestos en común para CiudadaníaSUR:

- Recorridos cívicos del Jardín Infantil Deogracia
- Estudiantes Escuela San Andrés de Tegualda visitan comunidades mapuche del sector
- Realizan representaciones históricas para las clases de Historia
- Taller de folclore de Escuela Alerce Histórico realiza visita de intercambios de aprendizaje a la Orquesta de cuerdas del Colegio Salesiano.
- Comité paritario se forma en Liceo Vicente Pérez Rosales

Reflexiones finales

La experiencia requirió dos momentos que organizaron el trabajo: La Inserción de la Propuesta y la Masificación y enganche educativo. Cada uno de ellos aplicado en un año escolar.

En los primeros siete meses de circulación, la mayor parte del esfuerzo fue de algunos profesores que en cada escuela se encargaron de comunicar las actividades de las comunidades escolares. El sentido general era compartir las experiencias de cada lugar y mostrar diversidad en las acciones que espontáneamente se realizan en las comunidades escolares. Este mismo ejercicio resultó también valioso para organizar los planes de formación ciudadana. En paralelo, las directrices ministeriales iban proponiendo algunos hitos mínimos realizables por cada establecimiento. Así por ejemplo el equipo de acompañamiento pudo constatar cómo se repetían:

- Actos electorales del Centro de Alumnos de los establecimientos, contemplando elaboración de programas de gobierno, debate electoral formal, voto secreto y recuento público.
- Rendición de cuenta pública por parte de los directivos de los establecimientos, abierto a toda la comunidad escolar (centro de padres y apoderado, estudiantes y autoridades pertinentes).

Se observa que participar en el periódico cobra un sentido institucional y algunos directivos vieron en CiudadaníaSUR una vitrina para sus entidades. Sin embargo, en el equipo ejecutor siempre estuvo la intención de proyectar el sentido del periódico escolar más directamente e incentivar que en cada colegio se constituyeran equipos de alumnos corresponsales de CiudadaníaSUR. Estudiantes que se empoderen y aporten contenidos locales más allá de las actividades internas de las escuelas. Con todo, desde ese trabajo, el equipo de investigadores pudo ir leyendo inquietudes cotidianas que para las comunidades escolares son también formas significativas de vivir la formación ciudadana en actividades que se orientaron normalmente a:

- Rescate de la cultura de los pueblos originarios
- Integración y convivencia escolar
- Identidad nacional asociada a fiestas patrias
- Limpieza y valoración del entorno medioambiental
- Participación interescolar en torneos artísticos-culturales y deportivos

El segundo momento o periodo de masificación y enganche educomunicativo tuvo lugar entre marzo y octubre de 2018. Esta etapa se caracteriza por la mayor participación de equipos de reporteros escolares (Figura 3), la viralización en redes sociales y una mayor valoración por parte de profesores y autoridades de los centros educativos de las herramientas que ofrece el periódico escolar. Cabe señalar que espontáneamente, a través de redes sociales, se contactaron y unieron dos nuevos establecimientos: La Escuela Rural San Andrés de Tegalda (Figura 4) y la Escuela Rural la Capilla de Isla Tenglo. El primero llevaba algún tiempo ejecutando su propia experiencia de periódico escolar en la red social Facebook y el segundo buscaba visibilizar su proyecto educativo más allá de la comunidad rural en la que se desarrolla.

Sentido y acción educomunicativa

Para Freinet & Bordas (1982) el acceso de los niños al texto escrito debe ser ante todo una búsqueda de su sentido. El texto es el producto de una voluntad de comunicación, una acción que tiene por objetivo intercambiar significados.

Figura 3. Asume reportera escolar, agosto 8 de 2017



Figura 4. Incorporación de espontánea de colegios, agosto 20 de 2018



Para el equipo de la Universidad Austral de Chile el nuevo ciudadano deberá ser un joven con expresión propia, capaz de proponer ideas/significados a su comunidad. Si no es en la escuela ¿dónde podríamos sembrar esas semillas de comunicación ciudadana?

El maestro francés Celestín Freinet usaba la estrategia de la imprenta escolar y el intercambio de periódicos entre escuelas entre 1920 y 1950 aproximadamente. Freinet consideraba que los aprendizajes se efectúan a partir de las propias experiencias, de la manipulación de la realidad que pueden realizar los niños y de la organización de un contexto (de un ambiente) en el que los alumnos puedan formular y expresar sus vivencias y opiniones. CiudadaníaSUR, 68 años después, intenta aprovechar las condiciones que la web puede ofrecer a la didáctica escolar. Es un trabajo iniciado, pero que busca aún mejorar su estrategia y aprender de la propia experiencia para su desarrollo. En el grueso de la experiencia quedan importantes aprendizajes y hallazgos, tales como la comprensión de la escuela como una entidad con agenda cultural propia, la relevancia extendida de los aspectos propios del desarrollo sustentable y el cuidado ambiental y la preocupación por la integración intercultural que se instala hoy en Chile hasta en las comunidades rurales del sur del país.

Nota: El presente capítulo forma parte de los resultados del proyecto Fondecyt 1150545: "Redes sociales y medios de comunicación: modelo de análisis basado en minería de datos para la comprensión del ecosistema informativo chileno en internet y la educomunicación ciudadana en la red".

Referencias

- Alvarado, M. (2012). Lectura crítica de medios: una propuesta metodológica. *Comunicar*, 20(39), 101-108.
- Bellei, C. y Morawietz, L. (2016). Contenido fuerte, herramientas débiles. Las competencias del siglo XXI en la reforma educativa chilena. En *Enseñanza y aprendizaje en el siglo XXI*. Fondo de Cultura Económica.
- Buckingham, D. (2005). *Educación en medios: alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Paidós
- Cárcamo-Ulloa, L. & Sáez-Trumper, D. (2015). Medios de comunicación de masas en Facebook: comparativa de Chile y España. In *Periodismo actual y futuro: investigación, docencia e innovación* (pp. 1724-1735). Congreso de la Sociedad Española de Periodística. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona-España-
- Cárcamo-Ulloa, L. & Sáez-Trumper, D. (2013) “¿Cambian las hegemonías periodísticas en las redes sociales? Prensa chilena en Facebook”. *Revista Nhengatu*, 1 (1).
- Cárcamo-Ulloa, L., Flores-Aguilar, P., & Ramírez, J. D. (2014). Didactic Innovations through YouTube and Gigapan: Teachers’ Perceptions in Classrooms in Southern Chile. *Creative Education*, 5(12), 1071.
- Cárcamo Ulloa, L., & Marcos, M. C. (2014). Prensa en Facebook: la importancia de la imagen en la web social. In *Primer Congreso Internacional Infoxicación: mercado de la información y psique*, Libro de Actas (pp. 562-577). Ladecom, Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla.
- Cárcamo Ulloa, L., Scheihing García, E. & Cárdenas Neira, C. (eds.) (2013). *Didáctica 2.0: la web social en el aula*. Valdivia: Ediciones Kelluwen.
- Comisión Engel (2015). Informe Final consejo asesor presidencial contra los conflictos de interés, el tráfico de influencias y la corrupción. Disponible en: www.consejoanticorrupcion.cl/informe
- Crook, C. (2012). The ‘digital native’ in context: tensions associated with importing Web 2.0 practices into the school setting. *Oxford Review of Education*, 38(1), 63-80
- De Camilloni, A. R. (2010). La Didáctica de las ciencias sociales: ¿Disciplinas o áreas? *Revista de Educación*, (1), 55-76.
- De Fontcuberta, M. (2009). Propuestas para la formación en educación en medios en profesores chilenos. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (32), 201-207.
- De Fontcuberta, M., & Guerrero, C. (2007). Una nueva propuesta para la educación en medios/A New Proposal for Media Education. *Cuadernos. info*, (20), 87-97.
- Dias-Fonseca, T. & Potter, J. (2016). Media Education as a Strategy for Online Civic Participation in Portuguese Schools. [La educación mediática como estrategia de participación cívica on-line en las escuelas portuguesas]. *Comunicar*, 49, 9-18.
- Freinet, C., & Bordas, M. D. (1982). *Los métodos naturales: El aprendizaje de la lengua* (385 p.) t. 2. *El aprendizaje del dibujo* (389 p.) t. 3. *El aprendizaje de la escritura* (199 p.). Fontanella
- Gutierrez, A., & Torrego, A. (2018). Educación Mediática y su Didáctica. Una Propuesta para la Formación del Profesorado en TIC y Medios. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 32(1).
- Ley Núm. 20.911. Crea el plan de formación ciudadana para los establecimientos educacionales reconocidos por el estado. <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1088963>
- Pérez-Tornero, J. M., & Tayie, S. (2012). La formación de profesores en educación en medios: currículo y experiencias internacionales. *Comunicar*, 20(39).
- Morduchowicz, R. (2009). Cuando la educación en medios es política de Estado. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (32), 131-138.
- Mineduc (2017). *Propuesta curricular para 3° y 4° medio*. Unidad de Currículum y Evaluación Ministerio de Educación
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin UK.

