

Interfaces



Pantallas

Sandra Valdettaro
Rubén Biselli
Mariana Maestri
Paula Drenkard
Natalia Raimondo Anselmino
Mariángeles Camusso
Viviana Marchetti
Ma. Carolina Musa
Ma. Adelaida Vergini
Nora Moscoloni
Sebastián Castro Rojas

Interfaces y pantallas : análisis de dispositivos de comunicación /
coordinado por Sandra Catalina Valdetaro
1a ed. - Rosario : UNR Editora. Editorial
de la Universidad Nacional de Rosario, 2011.
EBook.

ISBN 978-950-673-890-7

1. Interfaces. 2. Dispositivos. I. Valdetaro , Sandra Catalina, coord.
CDD 004.565

índice

| | |
|---|----|
| <i>Prólogo</i> | 6 |
| <i>Audiencias: de las “redes sociales” a las “asociaciones en red”</i> | 13 |
| Sandra Valdettaro | |
| <i>Por una genealogía del dispositivo pantalla: perspectiva de investigación</i> | 21 |
| Rubén Biselli | |
| <i>Las audiencias digitales: convergencias y prácticas</i> | 29 |
| Mariana Maestri | |
| <i>Modos de ser y estar en los tiempos posmodernos: sujetos, cuerpo, virtualidad</i> | 37 |
| Paula Drenkard | |
| <i>Hacia un nuevo escenario: sobre los actuales cambios socio-técnicos en la prensa</i> | 53 |
| Natalia Raimondo Anselmino | |
| <i>Repetición y ejercitación: las lógicas pedagógicas de la publicidad digital</i> | 63 |
| Mariángeles Camusso | |
| <i>Oídos sordos a un mundo indiferente. El aporte de las TICS a la discapacidad auditiva</i> | 73 |
| Viviana Marchetti, Ma. Carolina Musa, Ma. Adelaida Vergini | |
| <i>Consumos de dispositivos tecnológicos: uso de pantallas en ingresantes a la Universidad Nacional de Rosario (UNR) Argentina, 2008 - 2010</i> | 87 |
| Nora Moscoloni, Sebastián Castro Rojas | |

prólogo

El proyecto *Interfaces en Pantallas: Mapas y Territorios*¹ parte de la consideración de la especificidad semiótica de las pantallas en el contexto actual del proceso de mediatización. El marco general en que se sitúa el análisis corresponde a una caracterización general de los mecanismos de generación del sentido en la actualidad, esto es, en un periodo particular de la modernidad, el “actual”, que es considerado desde diversos puntos de vista por distintos autores. Ya se lo nombre como “posmodernidad”, “tardomodernidad”, “sobremodernidad”, “modernidad líquida”, etc, la referencia es al periodo histórico que, luego de la caída del Muro de Berlín, inicia una nueva era marcada, en términos generales, por cambios en los procesos productivos a nivel global, por nuevas formas del ejercicio político y por modificaciones profundas en la constitución del lazo público. En dicho marco, se parte de la hipótesis de que uno de los aspectos ineludibles a la hora de la caracterización de dicho estadio del proceso de modernización tiene que ver con la creciente complejización de la mediatización. Abordar los fenómenos mediáticos supone especificar las peculiaridades del proceso de mediatización, y ubicarlos en una secuencia histórica de larga data que tuvo en la escritura, hace unos cinco mil años, la primera manifestación de la magnitud de las modificaciones producidas por una, desde entonces, ininterrumpida exteriorización de los procesos cognitivos. En los últimos cincuenta años de esa historia puede detectarse una creciente asimetría entre las gramáticas de producción y de reconocimiento que, luego de un dilatado periodo de convergencia entre oferta y demanda asentado en la consolidación de la televisión histórica cuyos antecedentes se remontan a la segunda posguerra, ya durante los 70 y a mediados de los 80 del siglo pasado mostraba síntomas de divergencia produciendo, en el campo de los estudios comunicacionales, un “reception turn”. La multiplicación de señales, el desarrollo de soportes tecnológicos cada vez más personalizados, el mercado de los dispositivos y las prácticas a ellos asociadas (control remoto, videocasetera, etc), produjeron “ruidos” entre producción y consumo y posicionaron el lugar del receptor como un ámbito de paulatina libertad (libertad de grabar con la videocasetera interrumpiendo de este modo las consecuencias que en la vida cotidiana producían las grillas de programación; libertad de elección de programas mediante la práctica del zapping volviendo indecidible cualquier tipo de política de emisión, de medición de audiencias, y, por tanto, de venta publicitaria de nichos de telespectadores; etc). La evolución de dichos dispositivos hace que el ámbito de la recepción se visualice, actualmente, como progresivamente divergente.

1. Directora: Sandra Valdetaro; Co-Directores: Rubén Biselli, Mariana Maestri y Nora Moscoloni; Investigadores: Ricardo Diviani, Sebastián Castro Rojas, Mariángeles Camusso, Viviana Marchetti, Paula Drenkard, Natalia Raimondo Anselmino, María Cecilia Reviglio; Auxiliares: Pablo Colacrai, Flor Cantor, Juan Manuel Sodo, María Silvia Chiponi, María Carolina Musa, Marisol Poletti, Ezequiel Viceconte, Matías Ugarte. Periodo 2007-2010.

Itinerarios de prácticas de consumos mediáticos cada vez más personalizados producen un persistente distanciamiento de las constricciones de la emisión. Por su parte, el perfeccionamiento técnico de los dispositivos icónico-indiciales deriva en soportes que pueden considerarse meta-medios (Internet, celulares) originando un proceso de convergencia tecnológica en el nivel de la producción. Ello implica, tendencialmente, la desaparición de los límites entre los medios de comunicación. Tal convergencia se asienta en la digitalización. Tres dispositivos diferentes -PC, teléfono móvil y televisión digital- buscan complementarse para lograr la fusión de las pantallas (básicamente la de PC y TV) a través del protocolo de Internet y el sistema de codificación de la televisión digital. La digitalización de la televisión se presenta, entonces, como la vía hacia la convergencia de medios. Detenerse en las consecuencias de dicho fenómeno en todos los órdenes resulta insoslayable. Por ejemplo, la creciente conglomeración de la propiedad de los medios produce, en las rutinas profesionales del periodismo, que el periodista no se especialice sólo en un medio, sino que produzca para todos. Dichos fenómenos, entre otros, son los que interpelan de un modo agudo a los estudios de Economía y Política de Medios y a la Sociología de las Profesiones.

De este modo, la asimetría que siempre caracterizó al proceso productivo de la semiosis -las distintas lógicas entre producción y reconocimiento- se torna radical: convergencia en producción; divergencia en recepción. Por lo tanto, se hace indispensable analizar las distintas trayectorias de prácticas de consumos de medios ya que los estudios en producción no son capaces, hoy, sólo por sí mismos, de indicar suficientemente las modalidades en que la sociedad produce semiosis. Aunque la presencia de dichas tendencias parecen constatables a nivel global, sostenemos, sin embargo, que se encuentran interceptadas, en el contexto local de la mediatización, por una serie de rituales ligados a la práctica de ver televisión. Hasta qué punto, en nuestro contexto, el espectador sigue estando prisionero de las grillas es un tema a investigar, pero también el dato de sí, por ejemplo, las modificaciones en los horarios de la televisión abierta no es producto de la lectura en caliente de las mediciones de rating, con lo cual las fluctuaciones en el campo de la recepción se posicionarían como marcadores de programación. Sostenemos que se produce, en nuestro contexto, una coexistencia de ambos fenómenos (convergencia y divergencia), y de varias televisiones, y creemos que sigue siendo, aun, la televisión abierta, una de las esferas privilegiadas de la mediatización

También la prensa en soporte papel sufre, en tal contexto, profundas modificaciones. En tal sentido, a los aportes ya realizados en investigaciones previas², agregamos nuevos conceptos. Tal el caso, por ejemplo, del concepto de "viewpapers" (diarios visuales). En este nuevo contexto, se torna indispensable indagar las características peculiares que asume el vínculo enunciativo entre el medio y el destinatario: lector/espectador/usuario/navegante; las condiciones actuales de producción de la noticia, ya no concebida como fin sino como el principio

2. Proyectos "Delimitación de estrategias discursivas específicas en la prensa argentina de circulación diaria" y "Las estrategias discursivas del contacto", Directora Sandra Valdetaro, Co-Directores: Rubén Biselli y Nora Moscoloni, SECYT-UNR.

alrededor del cual (mediante la participación del lector) surgirá más información; la posible desaparición del concepto de "sección" tal y como se lo conoció hasta la actualidad; la condición de "metadispositivo" que el diario on-line asume, etc. Incluso el diseño de pantallas hoy en día, en el marco de las nuevas tecnologías e Internet, ha implicado la posibilidad de que muchas personas con discapacidad puedan acceder a la comunicación y a la cultura. Si se logra la accesibilidad plena se trata, para ello el desafío consiste en convertir el riesgo de exclusión en oportunidad de integración a través de pantallas sonantes y parlantes que habilitan interactividades múltiples.

El modo de abordaje que proponemos a dicha problemática puede sintetizarse en el concepto de "interfaz". La interfaz define el *tipo* de relación que se establece con el usuario. La página digital, por ejemplo, se visualiza como un complejo conglomerado de códigos y lenguajes donde se articulan lo cromático, lo sonoro, lo interactivo, lo topológico. La interfaz es un entre-dos, su función de cópula produce el modo del vínculo enunciativo. Detenerse en el análisis de sus diversas modalidades supone la posibilidad de construir hipótesis acerca de las peculiaridades actuales de la semiosis.

De una manera general, la investigación parte de ciertas indicaciones de la epistemología batesoniana, y plantea una mirada múltiple que puede sintetizarse en la fórmula: "Mapas y Territorios"³. La posición de mirada que implica una observación en tanto *mapa* supone la posibilidad de arribar a una descripción general capaz de revelar, sistemáticamente, la fisonomía de la cuadrícula, sus principales arterias, y sus posibles bifurcaciones en términos de caracterización de tendencias. Se trata de lograr una "clasificación" en el sentido en que lo plantea Bateson: "...en todo pensamiento, o percepción, o comunicación de una percepción, hay una transformación, una codificación, entre la cosa sobre la cual se informa, la *Ding an sich*, y lo que se informa sobre ella. En especial, la relación entre esa cosa misteriosa y el informe sobre ella suele tener la índole de una *clasificación*, la asignación de una cosa a una clase. Poner un nombre es siempre clasificar, y trazar un mapa es en esencia lo mismo que poner un nombre"⁴. Un simultáneo posicionamiento en tanto *territorio* -y dado que "siempre habrá, necesariamente, muchísimas situaciones en las que la respuesta no está guiada por la distinción lógica entre el nombre y la cosa nombrada"⁵- implicará un intento de inmersión de dicha mirada en la "cosa", esto es, según nuestros propósitos, en la filigrana de los dispositivos, las prácticas y los imaginarios. El abordaje metodológico, por lo tanto, se corresponde con estos supuestos.

Los varios niveles analíticos que constituyen los distintos "objetos" de esta investigación diseñan un tipo de abordaje metodológico necesariamente múltiple: crítico/interpretativo, descriptivo/clasificadorio, cualitativo/exploratorio; que se fue articulando de acuerdo a los presupuestos de la triangulación metodológica. Los objetos bajo análisis -las "interfaces"- refieren, concretamente, a aquellas que se ponen en acción a través de tres tipos específicos de pantallas: las de

3. Cfr "El mapa no es el territorio, y el nombre no es la cosa nombrada", en Bateson, G., *Espíritu y Naturaleza*, Bs As, Amorrortu, 1997.

4. *Ibidem*, pags 40/41.

5. *Ibidem*, pag 41.

los teléfonos celulares, las de los televisores y las de la PC, en distintos niveles -"mapa" y "territorio"- de su performance, en un marco temporal delimitado por la "actualidad", considerando como "actual" el periodo comprendido por la investigación: el tiempo de la investigación coincide, en consecuencia, con la temporalidad inherente al objeto de estudio articulada a partir de la praxis misma del presente.

En relación con lo dicho, se plantean distintas dimensiones metodológicas, las cuales se llevan a cabo en simultaneidad: una dimensión de diagnóstico y contextualización teórica, que implica un abordaje de tipo crítico/interpretativo tendiente a la construcción del estado de la cuestión, mediante una exhaustiva actualización bibliográfica; una dimensión cartográfica -*mapas*- en la cual se releva información tendiente a producir un tipo de conocimiento descriptivo/clasificador mediante el tratamiento de datos de fuentes secundarias; una dimensión exploratoria -*territorios*- que incluye, por un lado, análisis en producción de un corpus de interfaces de distintas pantallas, focalizando en la dimensión estética de la interfaz con el propósito de indagar las articulaciones entre las dimensiones estilísticas, retóricas y enunciativas de la puesta en pantalla en distintos servicios, y, por otro lado, un abordaje descriptivo-exploratorio de consumos y reconocimientos en base a una utilización complementaria de técnicas cuantitativas y cualitativas: observaciones, encuestas y entrevistas en profundidad.

Algunos de los resultados alcanzados pueden verse en www.interfacesypantallas.wordpress.com, así como en distintos artículos y capítulos publicados en revistas académicas y libros. También es de destacar la producción realizada en colaboración con equipos de investigación de la Universidad de Buenos Aires, llevada a cabo en numerosas jornadas y encuentros en los cuales se pusieron a punto hipótesis y resultados preliminares de investigación (www.desdelasemiotica.blogspot.com).

Dicha colaboración implica reforzar un punto de vista específico del proyecto que tiene que ver con la necesidad de emplazar la investigación en un enfoque genealógico, histórico, de los medios, que constata la tendencia que ya apuntáramos de convergencia en producción pero que sin embargo produce un cada vez más marcado distanciamiento entre producción y reconocimiento. En tal sentido, la interrogación sobre la convergencia de pantallas e interfaces implica abordar, al mismo tiempo, la complejidad creciente de la recepción. Por tal motivo, la construcción de un mapa de las prácticas de los usuarios de pantallas, y de sus imaginarios, vínculos e interacciones efectivas se vuelve insoslayable (Cfr Biselli, R., "Pantallas y mediatización contemporánea: mapas de prácticas e interrogantes teóricos", en www.interfacesypantallas.wordpress.com).

Además de incursionar en los debates acerca del estatuto teórico de "pantalla" y otras nociones asociadas -como las de "dispositivo", "interfaz", etc-, la investigación aborda la observación de prácticas concretas. En tal sentido, la indagación

de procesos de recepción cubre distintos ámbitos: modalidades de intervención de los lectores en los diarios digitales; uso de las tecnologías por parte de adolescentes y jóvenes; modalidades discursivas de estudiantes universitarios con las TICs; apropiación de las tecnologías por parte de personas con discapacidades; relación entre uso de pantallas y construcción de subjetividades futbolísticas; relación entre cuerpo y tecnología; etc. En simultaneidad con estos abordajes cualitativos, se realiza un estudio cuantitativo –mediante una encuesta con preguntas cerradas y abiertas- en torno al consumo de medios y tecnologías, tomando como población a tres cohortes consecutivas de ingresantes de la Facultad de Ciencia Política y RRH de la UNR, cuyo procesamiento se realiza mediante el Análisis Multidimensional de Datos.

El análisis general de la información se realiza apelando a categorías provenientes de la sociosemiótica, las teorías de la comunicación, la filosofía-política y la socio-antropología y, a partir del mismo, se espera producir una serie de hipótesis en relación con las modalidades actuales de construcción de imaginarios, representaciones y lazos sociales.

Si bien todo resultado investigativo es, necesariamente, provisional, este proyecto busca formular distintas tipologías de consumos culturales y de usuarios a partir de la interpretación de sus prácticas e itinerarios tecnológicos. De tal modo, se hace posible deslindar aspectos relativos a las formas de experimentar lo privado y lo público, la seguridad y el control, la socialización, la ciudadanía, etc, mediante la demarcación de diversos modos de posicionamiento frente a lo tecnológico. Los estilos de usuarios más o menos concordantes o resistentes, intensos o débiles, pragmáticos o tribales, y las combinaciones entre ellos, podrán ayudarnos a acercarnos, creemos, a comprender el particular carácter diglósico de la actualidad.

Audiencias: de las “redes sociales” a las “asociaciones en red”*

Resumen

El presente texto presenta una serie de reflexiones destinadas a interrogar distintas perspectivas a partir de las cuales se abordó la problemática de la audiencia indicando sus limitaciones en el contexto actual de la mediatización. A partir de ello, se intenta dilucidar los supuestos de la noción de redes sociales mediante una articulación de perspectivas sistémicas, sociosemióticas y de la epistemología de Latour. Se propone que el concepto de asociaciones en red resulta más operativo en términos de caracterizar el campo de la recepción en el estado actual de su desarrollo.

Sandra Valdetaro

Sandra Valdetaro es Doctora en Comunicación por la UNR, Master en Ciencias Sociales por FLACSO.

Directora del Proyecto de Investigación “Interfaces y Pantallas: mapas y territorios”.

sandra@fcpolit.unr.edu.ar

* El presente texto, con leves modificaciones, fue realizado para el Foro Ibermedia, FIA (Fundación de Investigación del Audiovisual), Valencia, España, 2009.

La crisis de las técnicas de medición de audiencias televisivas se hizo visible en los 80 del siglo pasado cuando todos los procedimientos -“diario”, “contador de gente”, “contador de gente pasiva”, etc.- demostraron su ineficacia puestos en relación con los fenómenos emergentes del zapping y el zipping que el cable y la videograbación posibilitaron. Las prácticas de creciente autonomía que dichos dispositivos fueron instalando en la actividad espectral televisiva hicieron que las descripciones meramente cuantitativas perdieran totalmente su eficacia.

Simultáneamente, las diversas modalidades de sociología y etnometodología de las audiencias de base culturalista -en las versiones, por ejemplo, de Morley y Silverstone-, principalmente desarrolladas durante los 90, tampoco pudieron responder de una manera adecuada al fenómeno de su creciente autonomización, ya que, por cuestiones teórico-epistemológicas, dichos abordajes presentan una limitación debido a que el análisis en producción no forma parte de su objeto de estudio, ocupándose, por tanto, solamente de realizar descripciones de las prácticas de consumo, es decir, de la recepción. Si bien dicha perspectiva aportó un conocimiento significativo acerca de las distintas escenas que la actividad de la audiencia despliega en situaciones concretas de la vida cotidiana, sin embargo en muchas ocasiones sus resultados presentan una desviación producida por una apropiación doxástica de la tesis de De Certeau sobre el sujeto de la resistencia, que subrepticamente repone la epistemología del sujeto-de-la-acción-motivada (rational choice), que no es más que el “sujeto de voluntad” de las ontologías clásicas de la Modernidad. Ello, sin dudas, no logra captar la complejidad actual del vínculo producción-reconocimiento.

La sociosemiótica, por su parte, es un enfoque que permite optimizar los conocimientos producidos tanto por el cuantitativismo como por el cualitativismo-culturalista. Una de las hipótesis de dicha semiótica, tal como lo expone Verón en varios de sus textos, es la de la radical asimetría entre producción y reconocimiento, y la articulación entre ambas instancias es su objeto de estudio. Se trata, en definitiva, de dilucidar las modalidades del “vínculo” establecido entre audiencias y formatos mediáticos en el marco de la vida social de los lenguajes. Dicho de otro modo, de lo que se trata es de estudiar la interfaz producción-reconocimiento.

En tal sentido, es necesario tener en cuenta que los agregados de complejidad que produce la digitalización presenta desafíos constantes a la investigación, que necesita, a los fines de producción de un conocimiento plausible, complejizar también sus herramientas teóricas y metodológicas. Es por ello que se requiere de una articulación lógicamente ensamblada de la perspectiva semiótica no sólo con los resultados aproximativos y exploratorios de las descripciones cuantitativas, sino principalmente con las teorías de los sistemas complejos, a los fines de evaluar los niveles de interdependencia entre el sistema de medios y el sistema psíquico (Verón 2007).

Creo necesario enfatizar la necesidad de abordar el “vínculo” producción-reconocimiento incorporando hipótesis sistémicas, ya que, habitualmente, la semiótica se centró en análisis en producción a partir de los cuales se suponía posible inferir gramáticas de reconocimiento. Los conceptos de “lector modelo” de Eco, o “contrato de lectura” de Verón, entre otros, cuya eficacia heurística sigue siendo indiscutible, no logran por sí mismos, sin embargo, en el momento actual de complejización de la mediatización, dilucidar las lógicas de la recepción, porque

lo que ha mutado, justamente, son las “condiciones” del reconocimiento. Si por un lado resulta aun posible identificar, en producción, las características de los enunciadores ya que, en muchos casos, pueden ser considerados como sujetos corporativos, sin embargo el reenvío que en reconocimiento se produce a múltiples instancias de apropiación y construcción de sentido podrá ser sólo fragmentariamente delimitado apelando a técnicas empíricas cada vez más atentas y sofisticadas debido a los inéditos niveles de complejidad de la digitalización de los vínculos.

Las audiencias actuales -quiero decir los usuarios empíricos, reales- no tienen nada que ver con la “audiencia” en tanto artefacto construido por técnicas estadísticas o cualitativas. Y es lícito pensar que tampoco coinciden sus acciones concretas con los efectos perlocutivos buscados por los programas narrativos de los productos audiovisuales. Las estrategias discursivas producen interpelaciones a enunciatarios figurados cuya circulación en la pluralidad y diversidad de los contextos concretos de recepción resulta difícil de aprehender. La errancia por las distintas pantallas -de la TV a la PC y al celular- supone la puesta en acto de distintos tipos de consumos que habilitan una pluralidad de imaginarios y percepciones del entorno.

Por un lado, el consumo de TV abierta y por cable conserva un componente ritual específico cuya funcionalidad descansa en la reposición de un placer conformista asentado en un deseo de ociosidad espectral que difícilmente los géneros interactivos de las demás pantallas puedan satisfacer. El goce de dejarse-llevar por las imágenes televisivas y de abandonarse a las posibles sorpresas, o bien a la ensoñación del acostumbramiento perceptivo, es una pulsión que instaló en las primeras generaciones mediáticas tanto la TV tradicional como la neo-TV en algunos de sus regímenes. La fruición particular que esa posición espectral televisiva primitiva produjo es una conquista de las audiencias a la cual no es probable que renuncien. Es por ello que creo que la TV, tal como la conocimos, no desaparecerá, hasta tanto dicho deseo pueda materializarse en otros soportes. Esta pregnancia de la televisión convive, por supuesto -y tal vez ya de un modo marginal- con modalidades de consumo hiper-activo en el contacto con las otras pantallas, y principalmente en las franjas etarias más jóvenes.

Lo cierto es que los itinerarios del consumo audiovisual son rizomáticos, y cada bifurcación supone la actualización de un placer particular. La coexistencia de distintos regímenes espectatoriales y de consumo indica, simplemente, la multiplicidad del deseo.

Los distintos medios, en tanto máquinas-deseantes, producen diferenciadas maneras del contacto vinculadas a distintos modos de estar en el mundo (quiero decir, de construir mundos); y los procesos de identificación y producción de subjetividades y lazos comunitarios que se juegan en cada caso, remiten, entonces, a sistemas pasionales diferenciados los cuales no se encuentran, aun, interpelados en su conjunto por los numerosos regímenes actuantes en Internet.

Es, justamente, en el caso de la web donde se encuentra de manera más fluctuante la diferencia entre producción y reconocimiento, y donde adquiere mayores grados de complejidad. Siendo Internet un meta-medio, no resulta posible analizarlo en general, sino que cada vez supone operaciones metodológicas específicas de construcción de corpus. Ello se expresa, principalmente, al tratar de

identificar y caracterizar los colectivos de enunciación actuantes y sus relaciones con los usuarios.

Por un lado, nos encontramos en Internet, por ejemplo, con colectivos de enunciación corporativos, fuertemente institucionalizados, cuyas estrategias retóricas no difieren demasiado de las de los colectivos tradicionales de otros formatos audiovisuales o visuales (el texto impreso, por ejemplo) y que, por lo tanto, podrían abordarse con las herramientas clásicas de las disciplinas ya mencionadas, incorporando al análisis aquellos elementos de interfaz que, aun en el marco de los géneros tradicionales de la pantalla, presentan innovaciones más o menos interactivas. Pero, en dichos casos de estrategias enunciativas fuertemente regladas, la interactividad no parece producir diferencias significativas con otros formatos.

Simultáneamente, se encuentra en Internet toda una serie de opciones de comunicación de tono colaborativo expresado en las llamadas “redes sociales”, como Facebook por ejemplo, que además tienden a ocupar una posición preeminente.

Las llamadas “redes sociales” merecen algunas reflexiones particulares.

Ante todo, es preciso detenerse en su propia nomenclatura que, en uno de sus términos, incluye el carácter “social”. Qué se entiende aquí por “social” -o, dicho de otro modo, “qué” de “social” hay en estas redes- es una interrogación que puede cooperar para delimitar sus características. Creo que cualquier intento de comprensión de las audiencias actuales debe focalizar estas distinciones.

A tales fines, es preciso rastrear los tipos de “asociaciones” que se producen en estas redes en la web (Latour 2008). Los efectos de dichas asociaciones no son siempre sociales, es decir, no son efectos que logran una estabilización general (la “sociedad” no se mantiene “estable”, y, por lo tanto, desde un punto de vista teórico, no es “sociedad”). Al contrario, los tipos de componentes que se enlazan en las llamadas redes sociales generan dominios de diverso tipo: psicológicos, afectivos, identitarios, económicos, jurídicos, estéticos, religiosos, etc. De las características de dichos componentes, en tanto “pegamentos” de las asociaciones, va a depender el tipo de conexión que se establece en las redes. Es por ello que el estudio debe centrarse en la naturaleza de los conectores que produce determinados agregados de individuos, y, desde allí, poder inferir tipos de relaciones que, en sí mismas, no son meramente sociales, sino que constituyen un continuo “movimiento muy peculiar de reasociación y reensamblado” (Latour 2008:21). Por lo tanto, la tarea de definir los colectivos actuantes en la red -es decir, la producción de “nosotros”- dependerá de nuestra capacidad de captar la especificidad de los ingredientes que amalgaman los vínculos. Ello puede o no producir “sociedad”, es decir, puede o no producir vínculos estables. El enfoque que más se adecua a este tipo de investigación es, en términos de Latour, una “sociología de las asociaciones”, o una “teoría del actor-red”, cuyos fundamentos descansan en una “ontología del actante-rizoma” (Latour 2008: 22/24), basadas en operaciones de traducción de los “detalles” que ensamblan los vínculos. En tal sentido, en la actualidad es justamente la web el dominio en el cual resulta posible indagar la fisonomía de la producción de vínculos. Como dice Latour: “Una

infraestructura material ofrece a diario más pruebas de la posibilidad de realizar un seguimiento preciso de las asociaciones, como muestra cualquier recorrida por la World Wide Web convertida en laboratorio mundial" (2008:172).

En dicho "laboratorio mundial" que es la web lo que aparece, entonces, es una multiplicidad de asociaciones que, desde el punto de vista investigativo, es preciso enfocar detalladamente. Las "redes sociales" como Facebook, por ejemplo, son más comunidades de "amigos" ensambladas por "afinidades" estilísticas que "redes sociales" en sentido estricto. Es por ello que un cierto aire de "familia" -con sus derivaciones semánticas: tribus, comunidades, clanes, etc.- hace linaje en Facebook y otros formatos similares. De la precisa descripción de la gramática de dichas asociaciones dependerá, entonces, la eficacia de cualquier estrategia comunicativa en la web.

Por otro lado, la adjetivación de estas redes como interactivas o colaborativas, llevaría a adjudicar un alto grado de libertad a las prácticas de consumo de los usuarios y, por lo tanto, a un borramiento de las fronteras entre producción y recepción. Si bien el aumento del quantum de libertad en recepción en la web es un hecho comparado con los otros medios, sin embargo, las grillas de recomendación de distintos contenidos que se van produciendo al calor de los intercambios virtuales suponen operaciones de indicación de itinerarios y recorridos por la web que van reglando, paulatinamente, la actividad de los usuarios, y produciendo un efecto de institucionalización de aquello que, en principio, aparecía como territorio a explorar. De tal modo, la distancia entre "mapa" y "territorio" se acorta.

Los mapas, además de guiar a los viajeros, convierten al territorio inhóspito en un espacio ordenado, señalizado, guiado. Implican una codificación del carácter entrópico del territorio, una inscripción simbólica de su propia contingencia, y brindan una compensación subjetiva ligada a la siempre perturbante sospecha de desmoronamiento del espacio. La metáfora del viaje como promesa de experiencia aventurera, librada al azar de unas decisiones tácticas del viajero sometidas sólo a la escucha de sus deseos -es decir, el viaje como quimera romántica de encuentro con la alteridad radical y como ejercicio de la praxis de la libertad-, parece sólo constituir el horizonte utópico de la digitalización de los vínculos. En realidad, vista desde esta perspectiva, la web ya ha dejado de ser un territorio exótico de libre exploración e intercambio para convertirse en una señalética de diversas clases de órdenes que guían al viajero, y que toma distintas modalidades de acuerdo a los estilos de la puesta en pantalla, esto es, de las interfaces.

De este modo, la enunciación colaborativa va produciendo mojoneros autolegitimantes de itinerarios y recorridos más autorizados que otros. El trabajo de la cultura deposita allí, también, como en otras esferas de la vida comunitaria, su carácter estructural. Sólo que, en el caso de la web, dicha estructuración se ha complejizado de tal modo que produjo una nueva semiosfera. Pero si en algún momento creímos que, en la web, estaba ganando el Caos (y, con ello, la imagen de espacio de exploración ilimitado), lo cierto es que, hoy por hoy, ya se ha reificado en un Cosmos. Dicha reificación no significa -vale aclararlo- alienación, sino que indica la necesaria objetivación simbólica que caracteriza a la praxis humana, y si el cosmos del capitalismo industrial implicaba sí fuertes niveles de

alienación, nos encontramos ahora con un nuevo cosmos-digital cuyo carácter ambivalente presenta como una de sus alternativas la potenciación de las capacidades dialógicas, polemológicas y cooperativas de la especie.

El momento de la “circulación” como diferencia entre producción y reconocimiento, como lugar de “pasaje”, sigue siendo, entonces, el principal desafío para la investigación. En las redes semantizadas como “colaborativas” de la web, la mayor cercanía entre producción y reconocimiento produce un efecto de instantaneidad e interactividad que tiende a borrar -como ya lo dijimos- la diferencia entre ellos. Sin embargo, y ateniéndonos también a lo ya dicho, el lugar de la producción sigue siendo un programa reglado, aunque la gramática de su conformación haya, efectivamente, sufrido una importante mutación, ya que la regulación de los itinerarios que se ofrece a los usuarios no corresponde, en la web, a operaciones de enunciación por parte de colectivos identificados de manera unívoca, sino que se va construyendo a partir de las propias operaciones de agrupaciones de usuarios con identidades flotantes.

Pero, a los fines concretos, un usuario es un usuario; es decir, es alguien que está usando algo ya “dado”, y es una verdad pragmática que el usuario -y también el “investigador”- está siempre en posición de reconocimiento, aunque sus decisiones -en reconocimiento- tengan, en la web, consecuencias a nivel de la producción. Es decir que “eso” que viene ya “dado” al consumo no presenta una clausura definitiva sino que, en algunos de sus niveles, puede ser intervenido ya que la pantalla -como el cuerpo-humano mismo- ha devenido, al decir de Verón, una “superficie operatoria”. Hasta qué punto, y bajo qué modalidades, esta capacidad es puesta en acto por los usuarios es un tema que debería encarar la investigación. El postulado de la “diferencia” entre producción y reconocimiento sigue entonces, para la web, siendo válido; pero se trata ahora de una “diferencia” de nuevo tipo cuyo funcionamiento necesita -como ya lo dijimos- especificarse cada vez. Nunca como ahora cobra tanta vigencia aquella regla metodológica que Adorno interpretaba como dificultad: ubicarse en *the other side of the fence*. Pero los investigadores estamos, de hecho, siempre situados del otro lado, “en reconocimiento”; y es desde dicha posición desde donde podemos captar, de manera básicamente abductiva, esta convivencia de distintos tipos de servicios y consumos en la web.

Es posible reconocer, de este modo, la particular sinergia que entre viejos y nuevos medios se produce, como por ejemplo, en época de elecciones políticas, la competencia entre encuestas en boca de urna por un lado, y la producción de impresiones en caliente de los usuarios de Twitter que suelen no coincidir con aquellas (con lo cual adquiere un nuevo grado de sofisticación el fenómeno de construcción de opinión pública “en caliente” que hace años señalaba Ferry analizando los dispositivos televisivos, y que Debray caracterizaba como “estado seductor” marcando la emergencia de un vínculo político que impedía una toma de decisiones estratégicas o planificadas por estar atravesada por una opinión pública coyuntural, “semafórica” y “pulsional”). Del mismo modo, la captura y publicación en Youtube de imágenes anónimas, que luego “levanta” la televisión, se convierte en una poderosa herramienta de control de los distintos poderes por parte de los usuarios, que va develando así que mediante esta sinergia mediática de viejos y nuevos medios es posible un nuevo ejercicio de la democracia. La

construcción de opiniones y percepciones públicas adquiere, de este modo, un carácter ecológico-ambiental en un nuevo estadio de meta-tecnología que tiende a redefinir, incluso, los propios umbrales de lo humano. Se trataría, siguiendo a Latour (2007), de una fenomenal "proliferación de los híbridos". En tanto híbrido -en el sentido de Latour- la interfaz hombre-máquina cobra una fisonomía que no puede caracterizarse como de disciplinamiento o de control, sino de sinergia, complicidad y seducción. Estos híbridos, por decirlo rápidamente, son organismos bio-psico-tecnológicos que tienden a borrar la mediación que implica la interfaz.

Para finalizar, y atendiendo a todo lo dicho, opino que estudiar las audiencias en la actualidad, implica, necesariamente, las siguientes operaciones metodológicas:

- situarse en la interfaz producción/reconocimiento e intentar determinar, cada vez, su fisonomía;
- rastrear la gramática de los vínculos que en cada caso está operando;
- inferir, a partir de ello, los distintos tipos de asociaciones y efectos producidos.

Creo que a partir del conocimiento así producido, que implica una vigilancia epistemológica continua y un control empírico sistemático y atento, se podrán efectuar diseños de estrategias comunicativas en la web cuya efectividad sea estimable, pues, en la medida en que nos acerquemos al "sistema de pasiones" que nutre cada asociación, podremos, concomitantemente, proponer "sistemas de creencias" capaces de producir nuevos "pliegues" en los estilos de vida.

Bibliografía

ADORNO Theodor, *Consignas*, Bs As, Amorrortu, 1969.

DE CERTEAU Michel, *La invención de lo cotidiano 1*, México, Universidad Iberoamericana, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, 1994

DEBRAY Regis, *El estado seductor*, B As, Manantial, 1995.

DELEUZE Gilles, *Derrames. Entre el capitalismo y la esquizofrenia*, Bs As, Cactus, 2005.

FERRY Jean-Marc, WOLTON Dominique y otros, *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa, 1992.

LATOUR Bruno, *Nunca fuimos modernos. Ensayo de antropología simétrica*, Bs As, Siglo XXI, 2007.

LATOUR Bruno, *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*, Bs As, Manantial, 2008.

MATTELART Armand y NEVEU Erik, *La institucionalización de los estudios de la comunicación. Historias de los Cultural Studies*, en <http://www.innovarium.com/Investigacion/Culturalstudies.htm>

VERÓN Eliseo., «Del sujeto a los actores. La semiótica abierta a las interfaces», en Boutaud J.J., y Verón E., *Sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques en communication*, Paris, Lavoisier, Hermès Science, 2007. Cap. 8 : «Du sujet aux acteurs. La sémiotique ouverte aux interfaces» (Traducción de Gastón Cingolani, Bs As, 2008).

Por una genealogía del dispositivo pantalla: perspectiva de investigación

Resumen

Asumiendo el lugar decisivo del continuum-pantalla en la mediación contemporánea, y la ausencia de una teoría descriptiva y explicativa profunda de sus efectos subjetivantes, que logre dar cuenta de su universalización y consolidación súbitas y sorprendentes, el presente trabajo defiende la existencia de un dispositivo-pantalla que se remontaría genealógicamente a la pantalla-cine, y plantea parámetros investigativos para encontrar, en la forma en que los textos teóricos sobre el cine pensaron -de manera directa o indirecta- las relaciones entre dispositivo-pantalla y experiencia espectral, ciertas bases genealógicas posibles para la constitución de esa teoría "ausente" a la que hemos hecho referencia.

Rubén Biselli

*Profesor en Letras.
Docente e investigador de
la Universidad Nacional de
Rosario.*

rubenbiselli@hotmail.com

En los últimos años, los estudios comunicacionales han puesto de relieve el lugar cada vez más decisivo de las pantallas -y de las interconexiones que se establecen entre ellas a partir de las interfaces de usuario que las atraviesan- en los procesos sociales de mediatización. Sin dudas esto resulta ya un dato insoslayable -tanto a nivel descriptivo como a nivel explicativo de la mediatización actual- para aquellos investigadores que inscriben su reflexión en la tradición teórica que liga inextricablemente semiosis y prácticas desencadenadas por los procesos mediáticos a las transformaciones tecnológicas de orden comunicacional: tanto para quienes consideran que estamos viviendo un proceso de concentración máxima y convergencia mediática en producción paralelo a una divergencia múltiple de sentidos y prácticas en recepción, como para quienes piensan que la pantalla TV en especial -pero inclusive Internet- sigue siendo el dispositivo central de consolidación del vínculo social¹. En ese sentido, ya en 1997, Raphaël Lellouche podía afirmar, en un artículo que a pesar del tiempo transcurrido desde su publicación sigue siendo quizás la más minuciosa indagación teórica en torno a las pantallas, que “la pantalla generalizada parece el crisol de una conjunción de medios antes separados”. Sin embargo, paradójicamente, culminaba el mismo párrafo con el inquietante planteamiento de una *duda*: “¿Pero qué es, en definitiva, una pantalla? ¿Estamos seguros de saberlo? ¿Qué significa esta irrupción de artefactos portadores de pantalla en nuestro sistema de objetos, en nuestra ecología artificial?” (1997)².

Esta duda no debe ser leída meramente como una interrogación retórica: la novedad radical de este “continuum de pantallas” devenido “soporte-medio de una nueva relación global con el mundo” (Ibídem) en que nos vemos sumergidos, su carácter de presente en constante mutación y expansión, nos coloca *obligadamente* en ese territorio de relativo no-saber. Como hemos sostenido en otro trabajo relacionado con este tema: “Quizás esta sospecha tenga raigambre epistemológica y sea mero síntoma del precio que siempre hay que pagar por ocuparse del presente mediático más inmediato, quizás condenados al riesgo de que “lo esencial escape a nuestro ojos”. Recordemos a McLuhan: “Los ambientes son invisibles. Sus reglas fundamentales, su estructura penetrante y sus patrones generales eluden la percepción fácil”; recordemos a Deleuze escribiendo sobre el cine: “las cosas y las personas, cuando comienzan, están forzadas a esconderse, determinadas a esconderse”. Pero quizás se asiente (también) en el carácter evanescente mismo de las pantallas, en su estar en perpetua fuga hacia otra cosa, y en su amnesia constitutiva, como señaló Lellouche, que les permiten el camuflaje perpetuo” (Biselli, 2009:8).

Sin embargo, en el origen de la palabra “pantalla” tal como la utilizamos hoy para referirnos a nuestras pantallas-luz (las que toman cuerpo en el televisor, en el monitor, en el celular), en el origen de la radical novedad de un soporte de inscripción de información complejo ni ligado indisolublemente a lo que transmite (la página del libro, la tabla, la roca, el papiro), ni índice informativo (el barómetro, el indicador de presión de una máquina de vapor), es decir: *libre y amnésico* (Lellouche, 1997), en el origen, por último y ante todo, de un dispositivo experiencial organizado en torno a una imagen-luz tecnológica (nunca *exclusiva*, siempre central), hubo otra pantalla, *la cinematográfica*, con más de ciento diez años de historia a cuestas, y con casi la misma cantidad de años de escritos compañeros de ruta dedicados a dilucidar lo que sucedía en ella, por ella, en torno a ella.

1. Cfr. como ejemplos clásicos de estas posturas divergentes: Verón (2001: capítulo 4) y (2007) y Wolton (1995). Puede seguirse resonancias de este “debate”, además, en varios artículos de Carlón y Scolari (ed.) (2009).

2. La traducción de los fragmentos citados de este artículo es de nuestra autoría.

Existe pues, un espacio de saber consolidado en el que la experiencia espectral regida por el dispositivo-pantalla en cierto sentido fue ya pensada y al que podríamos remitirnos para comprender algunos aspectos esenciales de la misma. Naturalmente, no desconocemos las diferencias entre la pantalla-cine y las otras (TV, PC, celular), a su vez diferentes entre sí. Luz que irradia vs. luz proyectada; espacio propio, ritual, en penumbras, exterior al hogar vs. ubicuidad, espacio cualquiera, en el hogar o en cualquier parte; tamaño de la imagen-luz; tipo de información circulante por la pantalla; grano, modalidad de la imagen; posibilidad de movimiento o no del espectador; posibilidad o imposibilidad de interactividad³. Creemos, sin embargo, que aspectos cruciales compartidos permitirían hablar de ciertas experiencias configuradas en la interacción con las pantallas que de alguna manera se conservan sean cuales fueran éstas; comenzando por el más básico y esencial, pero también, en nuestra opinión, definitorio: las implicancias de ese contacto matricial con un espacio-luz artificial poblado de imágenes (figurativas o no, de objetos del mundo natural o de palabras) y, en alguna medida, no menor, directa o indirectamente, de sonidos.⁴

Razones similares nos llevan a sostener la existencia de un dispositivo-pantalla, con conciencia de lo heterodoxo de la elección. En la utilización del término por los teóricos franceses de los '70: Baudry, Aumont, etc. la pantalla es *uno más* de los componentes tecnológicos del dispositivo-cine. Para nosotros se trata del central y decisivo, a la hora de explicar aspectos claves de la experiencia espectral cinematográfica. Que de alguna manera componentes de dicha experiencia se repitan, aún mutando, en la relación de los sujetos con otras pantallas, nos permitiría hablar de un dispositivo-pantalla; que otros desaparezcan o varíen de manera radical, nos señalaría la intersección con otros dispositivos o con otras condiciones contextuales históricas, sociológicas, etc.. Lo que queremos poner de relieve es la ligazón inextricable de las pantallas con cierto campo experiencial y la primera concretización histórica del mismo en la expectación cinematográfica. Esta heterodoxia nos permite realzar la dimensión subjetivante de las pantallas, que el término "artefacto", por ejemplo, creemos oculta y que no impide pensarlas como un dispositivo que interseca otros, como en el "directo televisivo", por ejemplo.

Plantear esta raigambre genealógica específica -a la vez- para el continuum-pantalla contemporáneo y para una *teoría de las pantallas* que debería intentar dilucidar ciertas causas no evidentes de su expansión súbita e inesperada, presupone asumir una serie de supuestos ligados a la naturaleza misma de los procesos de mediatización, a las perspectivas en que deberían ser estudiadas las "audiencias", a los alcances mismos del término "teoría cinematográfica".

En lo concerniente a lo primero, partimos de la asunción de que los procesos de mediatización no se inician de cero cada vez que irrumpen y se torna dominante al interior del sistema de medios una nueva tecnología comunicacional. No solamente, la mayoría de las veces, las grandes revoluciones tecnológicas transforman radicalmente los "viejos" medios *pero no los hacen desaparecer*, sino que la apropiación de los nuevos dispositivos o de los nuevos medios por parte de los "usuarios" o las "audiencias" se realiza *a través de y gracias a* un conjunto de disposiciones experienciales que esos usuarios y esas audiencias fueron consolidando a lo largo de su historia mediática que, desde hace ya varios siglos, se confunde con la trama histórica misma de su propia vida⁵.

3. *Todo ello ha hecho que muchos teóricos del cine o de la imagen hayan opuesto fuertemente las potencialidades subjetivantes de la pantalla (o la imagen)-cine y de la pantalla-TV (o imagen videográfica). Ver al respecto, entre muchos otros: Aumont (1992: Introducción y Cap. III); Debray (1994); Amiel (1998); Dubois (2001); Kristeva (2001). Lev Manovich (2005: 155 y ss.) hace pasar el corte por la aparición de la pantalla-ordenador. De un lado la pantalla-cine y la pantalla-TV, con marcos experienciales compartidos: por ejemplo, el carácter "agresivo" de la pantalla. Del otro, la pantalla-ordenador. Mirta Varela (2009), privilegiando la fuente de luz y la introducción del artefacto-pantalla en el seno mismo de la cotidianidad hogareña, ubica la escisión fundamental en la aparición de la pantalla-TV.*

4. *Al respecto, Oscar Traversa (2007/2008) sostiene: "el artefacto pantalla como tal se instala en un intervalo de una extensión considerable de tiempo y sus rasgos, por encima de diversas diferencias, presentan propiedades comunes que permiten establecer parentescos o cercanías entre las distintas variantes (semejanzas o no entre la que corresponde al cine o a la TV). En el mismo artículo, se define a la pantalla como "una invención que podría resumirse en términos de un modelamiento de la luz variable en el tiempo como en la sustancia informacional, susceptible de ser percibido en forma simultánea por más de un agente pudiendo excluirse su propia presencia".*

5. *Cfr. al respecto: Manovich (2005) y Varela (2009). Vale citar una frase de este último artículo: "Lejos de considerar los medios actuales productos de una ruptura radical, entiendo que son producto de una historia previa y llevan inscriptas las huellas de esa historia (2009: 210).*

En lo referido a la segunda cuestión, la hipótesis de que el dispositivo-pantalla genera modalidades específicas de experiencia espectral a través de efectos de subjetivización definidos -en los que de alguna manera u otra la teoría cinematográfica no habría dejado de reparar- presupone reflexionar en torno a la recepción cinematográfica -o, dicho con más precisión, inscribirse en cierta línea de pensamiento- por fuera de dos posiciones teóricas fuertemente arraigadas a hora de pensar la recepción de los relatos o la recepción discursiva en general (naturalmente, perfectamente válidas para resolver otros problemas de investigación relacionados con los medios): por un lado, de la que considera al receptor como un puro constructo abstracto inmanente al relato, por ejemplo, en la tradición semiológica de raigambre estructuralista o, paradójicamente, en algunas perspectivas “críticas” de los estudios mediáticos; por otro, de la que piensa la recepción -desconociendo las constricciones que imponen los dispositivos tecnológicos- *solamente* desde la configuración socio-cultural de los espectadores, o a partir de sus prácticas autónomas de apropiación de los textos, en la línea, digamos, de ciertas etnografías del consumo, de los estudios de género o de determinadas teorías radicales de la lectura.

Por último, creemos también que una indagación genealógica profunda en los términos en que la estamos proponiendo, implica extender los límites de lo que habitualmente se considera “teoría cinematográfica”. Abarcamos pues con esta denominación un conjunto laxo que incluye toda reflexión sobre el fenómeno cinematográfico que posea cierto grado de generalidad descriptiva y explicativa y que consideremos consistente, aguda y sutil. Poco nos interesa que ella se concrete en una “teoría” que se autodenomine como tal o no, que se corporeice en un libro de centenares de páginas o en un breve ensayo o, inclusive, que se formule en un texto audiovisual. En este sentido, ciertos escritos o ciertos films de directores que han pensado profundamente su praxis artística y los efectos subjetivantes de la experiencia de espectralización cinematográfica, entrarían con pleno derecho en este conjunto.

Este pequeño artículo aspira a ser una mera introducción a un trabajo de investigación por realizarse, la justificación de uno de los caminos posibles para constituir esa genealogía⁶ del dispositivo-pantalla -y de su teoría- a la que nos hemos estado refiriendo. No podemos pues realizar un inventario exhaustivo de los textos que integrarían ese corpus de la teoría cinematográfica del siglo XX a indagar desde nuestra perspectiva, pero nos gustaría esbozar, para culminar, una pequeña hoja de ruta que incluye unos pequeños hitos en los cuales detenerse, y ciertas hipótesis, en un estado de fuerte provisoriedad, sobre algunos derroteros específicos a seguir.

No podemos señalar ningún trabajo “metateórico” que específicamente haya ahondado globalmente en la teoría cinematográfica en el sentido que proponemos. Y ni siquiera abundan los textos que de manera parcial se acerquen a lo que buscamos. Sólo podemos referirnos, quizás, en este sentido, al recorrido histórico por las teorías del cine que realizan los autores de *Estética del cine*: Aumont, Bergala, Marie y Vernet (1996) (1983), en el último capítulo de su libro denominado “El cine y su espectador”. El mérito fundamental de esta lectura metateórica, desde la perspectiva que perseguimos, reside en su intento por reflexionar sobre cómo la teoría del cine, de manera global, pensó el proceso de subjetivización ligado a la experiencia espectral cinematográfica. En palabra

6. Mirta Varela, en el artículo que hemos venido comentando, prefiere para pensar un recorrido en parte similar al que proponemos - pero que se “abriría”, como ya indicamos, fundamentalmente, con la pantalla-TV- el término “arqueología” (Varela, 2009). Tanto “genealogía” como “arqueología” poseen fuertes connotaciones foucaultianas, que en nuestro caso, nos gustaría que fueran obviadas, por más que admiremos la obra de Foucault. Lo que proponemos no es en absoluto, creemos, un trabajo “arqueológico” o “genealógico” en los términos de Arqueología del saber, Vigilar y castigar, o el conglomerado de textos sobre el poder que postulan indagaciones “genealógicas” a la sombra de la acepción nietzscheana del término. No hemos encontrado, sin embargo, un término sustituto...aún.

de los autores: "En este capítulo nos ocuparemos básicamente de la relación del espectador con el filme como experiencia individual, psicológica, estética, en una palabra *subjetiva*: nos interesamos por el sujeto-espectador, no por el espectador estadístico" (Idem: 227). Esto permite un recorrido plural por aquellas teorías, plasmadas en libros o artículos remarcables, que explícitamente hicieron del espectador cinematográfico el objeto central de sus investigaciones en el sentido que se acaba de especificar: desde los teóricos provenientes de la Gestalt hasta los que intentaron pensar el cine desde el psicoanálisis (o mezclando análisis psicoanalíticos e ideológicos como Baudry (1978) incluyendo además en la serie el libro de Morin (1995 (1956)) y las investigaciones de raigambre antropológica y psicológica de los investigadores del Instituto de Filmología de París, durante la década de 1950. Pero también permite incluir los aportes de algunos teóricos y también de algunos realizadores-teóricos, para los cuales la reflexión sobre la experiencia espectral conforma sólo un aspecto de teorías o propuestas estéticas sobre el cine de mucho más largo alcance. Aunque sólo se trate de dos: Eisenstein (1994; 1995) y Pudovkin.

Obviamente este recorrido no toma como eje la relación dispositivo-pantalla / experiencia de expectación a la hora de elegir los aportes teóricos a comentar, pero no pocas veces la presupone, por ejemplo al comentar a Morin (Idem) o a Metz (1979).

Por otra parte, es extremadamente insuficiente la incursión en los textos de teorías del cine donde la reflexión sobre la experiencia espectral esté implícita o no sea el eje del trabajo (por ejemplo las referencias al texto de Bonitzer *Le champ aveugle* (1999)), pero al menos plantea una perspectiva de investigación apropiada que será central en nuestro trabajo. Creemos que hipótesis muy importantes sobre el tema que investigamos fueron formuladas en textos donde el objeto central de teorización explícito era otro. Para plantear un ejemplo: la reflexión sobre el primer plano, que vuelve una y otra vez en la teoría cinematográfica (Deleuze (1984), Aumont (1998), Bonitzer (1999), Epstein (1975)), es inseparable de la formulación de hipótesis -en algunos casos en extremo sutiles y originales- sobre la relación pantalla / espectador.

Lo mismo sucede, igualmente, con la referencia a los aportes teóricos de los realizadores: solamente una breve mirada a las reflexiones de los cineastas de las vanguardias europeas occidentales muestran el interés de éstos por pensar al espectador del cine y de hacerlo de manera radicalmente diferente a las implicadas en las teorías del montaje de los cineastas soviéticos⁷.

Es en ese sentido que un "corpus" de la investigación por realizar que profundice en los hitos señalados por los autores de *Estética del cine* y se amplíe hacia los "campos ciegos señalados" debería incluir, entre quienes teorizaron explícitamente la cuestión de la experiencia espectral cinematográfica, los escritos de Rudolf Arnheim (1976; 1996) y la teoría del cine de Kracauer (1996); los del Instituto de Filmología francesa en los años '50, cuyo mayor representante fue el libro de Edgar Morin *El cine o el hombre imaginario* (1995 (1956)) y los textos que siguieron esa tradición, como *L'homme ordinaire au cinéma* de J.L.Schéffer (1980); los trabajos que pusieron en contacto psicoanálisis y cine: desde las reflexiones de Benjamin (1983) en torno al inconsciente óptico, al libro de Christian Metz (1979) y sus antecedentes (Metz y otros, 1975) ,y secuelas francesas; las

7. Cfr. al respecto Romagnera / Ramio, J. y Alsina Thavernet, H. Eds., (1993).

discusiones de los años '70 , en torno al cine como dispositivo ideológico que culminaron en el libro de Baudry *L'effet cinéma* (1978); las obras en torno a la enunciación cinematográfica que rompieron con los parámetros de la traslación automática de los conceptos lingüísticos o que los tensionaron (Metz, 1991; Cassetti, 1989).

Pero, como ya anticipamos, en no menor medida la indagación debería extenderse a otros dos grupos de escritos para releerlos en función de los objetivos de la investigación propuesta, puesto que en ellos, aunque muchas veces de manera indirecta, el problema a investigar también aparece como decisivo. Por un lado, los escritos programáticos o de reflexión sobre su propia práctica o, directamente, de crítica o teoría cinematográficas, de ciertos realizadores, en especial, de aquellos que pensaron su arte en las primeras décadas del siglo -cuando el cine todavía se pensaba como arte en busca de su esencia- y de aquellos que en los años sesenta o setenta pensaron que todo podía y debía ser revisado, que todo podía y debía ser puesto bajo sospecha (los materiales a trabajar aquí son diversos: a veces libros (Eisenstein 1994;1995), Epstein (1975)); la mayoría de las veces, textos pequeños o medianos de orden diverso; otras, inclusive, films: muchos hicieron teoría con sus films; otros relataron una cierta visión del cine en ellos (Godard y sus *Histoire(s) de Cinéma*) (1998)); por otro lado, textos teóricos que han reflexionado sobre el cine desde la filosofía o la estética, o escritos canónicos de la crítica cinematográfica, que no han podido dejar de aludir a la experiencia espectral, a veces de manera más sutil y sugerente que quienes la abordaron como tema central de su investigación (desde los artículos pioneros de los formalistas rusos (Eichembaum y otros, 1971) a los trabajos de Bazin (1999); desde algún pequeño artículo de Barthes (1987) o de Daney (2004), al libro insoslayable de Gilles Deleuze (1984; 1987); desde los textos de Bonitzer (1995; 1999) a los libros de los años '90 de Aumont (1996;1997;1998) o Bellour (1990) o Amiel (1998)).

Bibliografía

- AMIEL, V. (1998). *Le corps au cinéma*. Paris: P.U.F.
- ARNHEIM, R. (1996). *El cine como arte*. Barcelona: Paidós.
- (1976). *El pensamiento visual*. Buenos Aires: Eudeba.
- AUMONT, J. (1990). *La imagen*. Barcelona: Paidós.
- (1998). *El rostro en el cine*. Barcelona: Paidós.
- (1997). *El ojo interminable*. Barcelona: Paidós.
- AUMONT, J.; BERGALA, A.; MARIE, M.; VERNET, M. (1996) (1983) *Estética del cine*. Barcelona: Paidós.
- BENJAMIN, W. (1983). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. *Discursos Interrumpidos I*. Madrid: Taurus.
- BARTHES, R. (1987). Salir del cine. *El susurro del lenguaje*. Buenos Aires: Paidós.
- BELLOUR, R. (1990). *L'Entre Image*. Paris: La Différence.
- BAUDRY, J.L. (1978). *L'effet cinéma*. Paris: Albatros.
- BAZIN, A. (1999). *¿Qué es el cine?*. Madrid: Rialp.

- BISELLI, R. (2009). Pantallas y mediatización contemporánea: mapas de prácticas e interrogantes teóricos. *I Seminário de Epistemologia e Pesquisa em Comunicação*. São Leopoldo/RS: Rede "Crítica Epistemológica"-CAPES/PROCAD. Publicación en CD-ROM.
- BONITZER, P. (1999). *Le champ aveugle*. Paris: Cahiers du cinéma.
- (1995). *Décadrage*. Paris: Cahiers du cinéma.
- CARLÓN, M. y SCOLARI, C. (Ed.) (2009). *El fin de los medios masivos*. Buenos Aires: La Crujía.
- CASETTI, F. (1989). *El film y su espectador*. Madrid: Cátedra.
- DANEY, S. (2004). La pantalla fantasmática. *Cine, arte del presente*. Buenos Aires: Santiago Arcos Ed.
- DEBRAY, R. (1994). *Vida y muerte de la imagen*. Barcelona: Paidós.
- DELEUZE, G. (1984). *La imagen-movimiento*. Barcelona: Paidós.
- (1987). *La imagen- tiempo*. Barcelona: Paidós.
- DUBOIS, Ph. (2001). *Video, cine, Godard*. Buenos Aires: Libros del Rojas.
- EICHEMBAUM y otros (1971). *I formalisti russi nel cinema*. Roma: Garzanti
- EISENSTEIN, S. (1994). *El sentido del cine*. México: FCE.
- (1995). *La forma del cine*. México: FCE.
- EPSTEIN, J. (1975). *Écrits sur le cinéma T.2*. Paris: Seghers.
- KRACAUER, S. (1996). *Teoría del cine*. Barcelona: Paidós.
- KRISTEVA, J. (2001). Fantasma y cine. *La revuelta íntima*. Buenos Aires: Eudeba.
- LELLOUCHE, Raphaël (1997). Une théorie de l'écran. Consultado el 12/05/2011 en <http://testconso.typehad.com/théorieecran.pdf>. Publicado originariamente en Traverses, revue en ligne, no 2 : <http://www.cnac-gp.fr/traverses> . Paris: Centre Culturel G Pompidou , abril 1997. Publicación ya no disponible libremente en la web.
- MANOVICH, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós.
- METZ, Ch. (1979). *Psicoanálisis y cine. El significativo imaginario*. Barcelona: G.Gili.
- (1991). *L'énonciation impersonnelle ou le site du film*. Paris: Meridiens-Klincksieck.
- METZ, Ch. y otros (1975). *Communications N°23: Cinéma et psychanalyse*. Paris: Du Seuil
- MORIN, E. (1995) (1956). *Le cinéma ou l'homme imaginaire*. Paris: Minuit.
- ROMAGNERA I RAMIO, J. y ALSINA THAVERNET, H. Eds. (1993). *Textos y manifestos del cine*. Madrid: Cátedra.
- SCHEFER, J.L. (1980). *L'homme ordinaire au cinéma* .Paris: Cahiers du Cinéma-Gallimard.
- TRAVERSA, O. (2007 / 2008). Regreso a "Pantallas". *Dossier de Estudios Semióticos de La trama de la comunicación 12*. Rosario: UNR Editora.
- VARELA, M. (2009). Él miraba televisión, YOU TUBE. CARLÓN, M. y SCOLARI, C. (Ed.) (2009). *El fin de los medios masivos*. Buenos Aires: La Crujía
- VERÓN, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma.
- (2007). Regreso al futuro de la comunicación. *Cuadernos de Comunicación, 3: 35-42*. Rosario: Facultad de Ciencia Política y RR.II..U.N.R.
- WOLTON, D. (1995). *Elogio del gran público*. Barcelona: Gedisa.

Las audiencias digitales: convergencias y prácticas

Resumen

En este trabajo se realizará un mapeo exploratorio por las principales características de las audiencias digitales a partir de reconocer sus prácticas y acciones habituales con las tecnologías de la información y comunicación.

Mariana Maestri

Docente de la Escuela de Comunicación Social. Facultad de Ciencia Política y RR. II. UNR.

Directora del Proyecto de Investigación "Consumos y prácticas sociales: un abordaje sociosemiótico del ámbito de la recepción".

Co- directora del Proyecto de Investigación "Interfaces y Pantallas: mapas y territorios".

wnaniw@yahoo.es

1.

Introducción

El interrogante que sirve como guía a este acercamiento exploratorio a los estudios sobre el público es el siguiente:

¿Cómo pensar la especificidad de las audiencias en el marco de la convergencia digital? O, ¿de qué hablamos cuando decimos “audiencias digitales”?

Las audiencias en la actualidad, si bien parecen afectadas por cambios profundos, no son sólo producto de una ruptura radical sino consecuencia de una historia previa de prácticas y vinculaciones con los medios y tecnologías de la comunicación. Los sujetos que conforman hoy las audiencias son el resultado de una experiencia cultural específica, de una experiencia histórica que determina las acciones por acumulación, articulando consumos, prácticas, modalidades de uso, y contratos comunicativos. Debido a ello, muchas de las actividades y prácticas que se usan en la actualidad para crear y comunicar son continuidades de tendencias preexistentes.

Si se realiza un recorrido por las principales corrientes y autores que han trabajado la problemática de la recepción en relación a los medios de comunicación tradicionales se encontrará que el análisis sobre el tema varía según las raíces epistemológicas, teóricas y metodológicas con la que se la haya abordado. Así es posible encontrar afirmaciones de lo más divergentes en torno a los públicos, sus interrelaciones y sus relaciones con los medios de comunicación. Dicha amplitud de conceptos no deja de hacerse manifiesta hoy, cuando se intenta pensar los cambios profundos en las prácticas de las audiencias y en su misma naturaleza.

2.

Sobre lo digital y la convergencia

“La velocidad eléctrica tiende a abolir el tiempo y el espacio de la conciencia humana. No existe demora entre el efecto de un acontecimiento y el siguiente.

Las extensiones eléctricas de nuestro sistema nervioso crean un campo unificado de estructuras orgánicamente interrelacionadas que nosotros llamamos la actual Era de la Información” (McLuhan)

Un factor importante en relación con las modificaciones en torno a las conceptualizaciones respecto del estudio de las audiencias digitales, ha sido obviamente, el de la digitalización de los mensajes.

En ese sentido Negroponte manifestaba ya a comienzos de los años ´90: “Cuando todos los media sean digitales, porque los bits son bits, tendrán lugar dos consecuencias fundamentales e inmediatas.

En primer lugar, los bits se mezclan fácilmente. Se combinan y pueden usarse y reutilizarse juntos o por separado. La combinación de sonido, imagen e información se llama *multimedia*; aunque suene complicado, sólo se trata de la mezcla de bits.

En segundo lugar, ha nacido un nuevo tipo de bit, un bit que habla de otros bits. Estos nuevos bits son las típicas “cabeceras”, tan conocidas por los periodistas que archivan “fichas” (que nosotros nunca vemos) para identificar un reportaje o noticia. Los autores de reportajes científicos, que deben aportar palabras clave en sus trabajos, también recurren a estas guías. Los bits de cabecera pueden ser un índice o una descripción de contenidos (...) Estos dos fenómenos, bits mezclados y bits-acerca de bits, cambian el panorama de los media tan a fondo que conceptos como vídeo a la carta y transmisión de juegos electrónicos por cable

son solo aplicaciones triviales, la punta de un iceberg mucho más profundo” (Negroponte, 1995:15)

La digitalización de los mensajes -la posibilidad de transformar en bits tanto imágenes como textos escritos como sonidos- trajo aparejada, en apariencia, el fin de las audiencias masivas y la promoción de la noción de sujeto/productor en recepción. El modelo comunicativo tradicional, E – M – R se modifica y se superponen los polos de la emisión y recepción. Se da el paso del brodcasting, al narrowcasting para finalmente llegar al point-casting. Muchos investigadores asumen, pues, la idea de que a la “audiencia” de los nuevos medios digitales la compone, en realidad, *una sola persona*, dado que la información se personaliza al máximo por lo que el modelo *uno-a-muchos* ha caducado.

Por otra parte, la digitalización de la comunicación provoca la conjunción de medios de comunicación y tecnologías de la comunicación e información dando lugar a la *convergencia de medios*. Este término, que podemos rastrear desde comienzo de la década del 80, hace referencia a la implicancia entre diferentes medios de comunicación y a los cambios culturales que se derivan de la interactividad entre los sujetos. Según Jenkins, “un proceso llamado “convergencia de modos” está difuminando las líneas entre los medios, incluso entre las comunicaciones entre dos puntos, como el correo, el teléfono y el telégrafo, y las comunicaciones de masas, como la prensa, la radio y la televisión. Un solo medio físico (ya se trate de cables o de ondas) puede transmitir servicios que en el pasado se proveía por un medio determinado (ya sea la radio, la televisión, la prensa, o la telefonía) hoy puede ofrecerse por varios medios físicos diferentes. Por consiguiente, se está erosionando la relación de uno a uno que solía existir entre un medio y su uso” (Jenkins, 2008:21)

Por su parte, el concepto de inteligencia colectiva de Lévy (1999) aporta, en el marco de la digitalización, la idea de la construcción comunitaria del conocimiento a raíz de la comunicación desterritorializada y en tiempo real, generando nuevas comunidades de conocimientos voluntarias en las que sus integrantes se reconocen como tal por sus temas de interés, su “convergencia” de miradas y gustos.

De este modo, la digitalización de diversos lenguajes y la convergencia de medios, de prácticas y modos culturales son pilares fundamentales en la construcción de una relación entre el público y las tecnologías dando lugar a entornos multimedia, hipertextuales e interactivos.

3.

Características generales de las audiencias digitales

“Un anuncio de Appel Box Productions representa al nuevo consumidor joven: su alborotado pelo rubio como el agua sucia se mete en sus ojos vivos, su barbilla es prominente, hay una mueca desdeñosa y desafiante en su boca, y apoya el dedo en el mando a distancia. Un movimiento en falso y nos liquidará cambiando de canal. Es joven, varón y está al mando. Ya no es un teledicto. Decide qué, cuándo y cómo ve los medios. Es un consumidor mediático, puede que incluso un fan de los medios, pero es también productor, distribuidor, publicista y crítico mediático. Es la viva imagen de la nueva audiencia interactiva” (Jenkins)

En líneas generales se podría sostener que la transportabilidad, la conectividad permanente, la miniaturización y el fácil manejo de la gran mayoría de los dispositivos tecnológicos (teléfonos celulares, notebooks, mp3, mp4, pantallas) hacen que las posibilidades de interacción, de conexión y de creación aumenten en relación con los dispositivos comunicacionales anteriores. Esto plantea, además, una infinidad de prácticas, de acciones y usos que cada sujeto va generando y cambiando según sus propias necesidades o afinidades con las tecnologías a su alcance, por lo que se hace difícil hablar de una práctica promedio en relación al uso de las tecnologías y los medios de comunicación e información tal como se pensaba en relación a las prácticas de las audiencias masivas.

Se podría decir, entonces, que son las prácticas de los sujetos las que van “co-construyendo” al dispositivo tecnológico, de tal forma que no siempre coincide con las intenciones de sus productores. Sin embargo y a pesar del panorama inestable que caracteriza a la comunicación digital, es posible determinar ciertas acciones que habitualmente realizan las audiencias y que marcaría una tendencia en relación con las modalidades de uso.

Al modificarse los hábitos de los sujetos y sus interacciones y las interacciones entre dichos sujetos y las tecnologías, se podría hablar de un *nuevo contrato comunicativo*. En relación con esto, Orihuela definió a este nuevo modelo de intercambio comunicativo como “e-Comunicación”: “el usuario se convierte en el eje de los procesos comunicativos, el contenido es la identidad de los medios, el multimedia es el nuevo lenguaje, el tiempo real es el tiempo dominante, el hipertexto es la gramática y el conocimiento el nuevo nombre de la información” (Orihuela: 2004,4)

Este nuevo contrato comunicativo estaría caracterizado por:

- Modelo de comunicación personalizado, “a la carta” y “hazlo tú mismo”: producción mediática a la medida de cada individuo, generada, producida y solicitada por cada sujeto.
- El *consumo* es entendido como *producción*, es decir, consumir implica opinar, comentar, modificar, intervenir, etiquetar, en definitiva participar. A su vez el consumo puede ser *asíncrono*: grabar, guardar, reservar para el momento que el usuario lo decida. O *móvil* gracias a las tecnologías como los teléfonos celulares, iPad, iPhone, etc. que posibilitan la conectividad en cualquier momento y lugar. En concordancia con lo anterior, puede señalarse el consumo *simultáneo* de medios. La conexión permanente y simultánea, muchas veces a través de un solo dispositivo comunicativo, permite el consumo de programas televisivos, de emisiones de radio y el contacto a través de las conexiones wi-fi.
- Eliminación de intermediarios: el usuario es receptor y fuente de información. Portero, editor y selector de informaciones.
- Público – usuario – consumidor – fans – prosumer- emerec: abandono del concepto de audiencia, dada la relación de este término con paradigmas y teorías vinculadas con las teorías de la comunicación de masas tradicionales. Nuevas conceptualizaciones.

- Conglomerados mediáticos: flujo de imágenes, sonidos, animaciones, videos, fotografías, etc., circulando a través de diferentes canales mediáticos integrados sin ningún tipo de jerarquías.
- Nueva temporalidad mediática: inmediatez y velocidad. Como lo plantea Virilio (1996) "¡la velocidad es la información misma!". Tránsito "naturalizado" de lo on line a lo off line.
- Hábitos de lectura: se complementan modos de lectura vinculados con la escritura en papel con aquellos directamente relacionados con la lectura en pantalla. Se establecen funciones y modos de lectura diferentes que van desde las lecturas extensivas, es decir, el procesamiento de mensajes provenientes de diferentes medios de manera simultánea a lecturas intensivas, metódicas, "en profundidad", pasando por las lecturas en diagonal, rápida, frenética y las lecturas "superficiales", lúdica, intuitiva relacionada con los videojuegos. Aquí se ubicaría tanto la lectura de correos personales como los mensajes de Twitter o el chat como la lectura de diarios y revista on line como de blogs o página especializadas en determinadas temáticas.
- Formas interpersonales y/o grupales de intercambio: las producciones, tanto propias como ajenas, son intercambiadas entre los sujetos, entre dos individuos o de uno hacia todos aquellos que quieran acceder a esa información. Los eventos, producciones sociales, culturales, manifestaciones políticas, convocatorias, etc. son realizadas a través de dispositivos digitales conectados a la banda ancha y hechos públicos en cuestión de segundos. En este caso se podría hablar de una relación igualitaria entre todos los usuarios, especialmente, en los sistemas peer to peer ya que se permite un intercambio directo entre dispositivos interconectados eliminando todo tipo de intermediarios.

Este nuevo contrato comunicativo basado en la cultura participativa, en la convergencia de medios y de cultura y en la inteligencia colectiva, repercute en el ámbito de la recepción y sus prácticas, ya más vinculadas con la producción y elaboración que con la simple "recepción". Lo que sigue a continuación es un breve listado de las acciones que se pueden describir como más habituales llevadas a cabo por las audiencias digitales:

- *Creación de nuevos contenidos*: Nos referimos fundamentalmente a los "contenidos generados por el usuario" (CGU) -traducción de *user-generated contents*-, denominación que remite a todas aquellas informaciones elaboradas por usuarios de Internet. Aluden a esta práctica nociones como "periodismo de la gente", que hace referencia a que con escasos conocimientos técnicos cualquier sujeto que tenga un dispositivo tecnológico con conectividad puede producir y hacer pública una información o acontecimiento. En la Red es posible encontrar numerosos recursos que facilitan la creación y publicación de contenidos como son el caso de las wikis, los blogs, las wikis, los sistemas de gestión de contenidos, etc. Estas tecnologías promueven la producción multimedia mediante el "hazlo tú mismo", como por ejemplo:

- *Remix*: son videos de formato híbrido compuestos por fragmentos de documentales, clips musicales, video juegos, películas, informes periodísticos, etc. que tienen como objetivo elaborar una pieza original compuesta por diversos productos sociales ya existentes.

- *Song vids*: videoclips amateurs basados en imágenes de películas o programas televisivos con canciones populares.

- *Blogging*: generan sus propios espacios de información en diferentes formatos sobre temas de interés personal o colectivo.

- *Postear*: comentar, sugerir, subir otros contenidos en los blogs de otra persona o institución.

- *Aprendizaje e investigación*: aprendizaje presencial o no presencial, aprendizaje formal e informal, auto aprendizaje, aprendizaje personalizado y colaborativo. Educación a distancia. Conferencias en línea, participación en foros, congresos a distancia. Bibliotecas y archivos digitales. Laboratorios virtuales.

- *Participación en redes sociales*: facebook, myspace, etc.

- *Transacciones comerciales*: homebanking (pago de facturas, consulta de saldos, transferencia de dinero, etc.); compra, adquisición de productos (libros, discos, art. del hogar, vehículos, etc.).

- *Jugar*: existe una gran variedad de tipos de juegos, también existen infinidad de maneras de clasificarlos, aquí sólo se mencionar un mínimo listado basado en el género: acción, estrategia, roles, simuladores, deportes, ludo-educativos, juegos de mesa, etc.

- *Lifestreaming*: seguimiento on line de las actividades sociales de una o varias personas a través de Twitter.

- *Acciones vinculadas con los medios masivos de comunicación*: mirar la TV, escuchar la radio, leer diarios y revistas.

- *Gestionar trámites administrativos*: administraciones electrónicas de diferentes organismos públicos. "Ventanilla virtual" para trámites de servicios públicos.

- *Participación ciudadana*: aquellos procedimientos vinculados con la vida política como consultar presupuestos destinados a obras, consulta de padrones electorales. Vinculación organismos no gubernamentales, etc.

- *Enviar correspondencia*: mensajería instantánea, correo electrónico, chat.

- *Promoción y publicidad*: dar a conocer, ofrecer servicios y productos para su comercialización.

La lista es inestable e imprecisa y va cambiando a medida que las innovaciones tecnológicas se hacen presentes. Pero dicho cambio se produce, sobre todo, porque son los sujetos quienes van modificando y generando nuevos usos, nuevas maneras de relacionarse con las tecnologías. No hay diferencias entre expertos y usuarios, dado que de la relación entre las audiencias digitales entre sí y de éstas con las tecnologías es de donde surgen nuevas prácticas y acciones, nuevos dispositivos tecnológicos y nuevos lugares en los que usarlos. Tres concep-

tos marcan y seguirán delineando el camino de los estudios sobre las audiencias digitales: personalización de los contenidos, consumo colaborativo y movilidad.

Bibliografía

FERNANDEZ, J. L. (2009) *La captura de la audiencia radiofónica*. Buenos Aires. Santiago Arcos.

————— (2009) "Broadcast yourself: ¿oxímoron o confusión entre medios?" en revista *Comunicar*, Vol. XVII, nº 33, pp.55-61. Grupo comunicar. España. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15812486007>.

JENSKIN, H. (2008) *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós. Barcelona.

————— (2009) *Fans, bloggers y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Paidós. Barcelona.

LEVY, P. (1992) *Le Technologie dell'intelligenza*, Synergon, Bologna.

MCLUHAN, M. (1964) *Comprender los medios de comunicación*. Paidós. Barcelona.

NEGROPONTE, N. (1995) *Ser Digital*. Ediciones B. Barcelona

ORIHUELA, J. L. (2002) "Los 10 paradigmas de la e-Comunicación" en <http://mccd.udc.es/Orihuela/paradigmas/>

SCOLARI, C. (2008) *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa. Barcelona.

VIRILIO, P. (1996) *El arte del motor. Aceleración y realidad virtual*. Manantial. Buenos Aires.

Modos de ser y estar en los tiempos posmodernos: sujetos, cuerpo, virtualidad

Resumen

Este artículo analiza algunas de las posibles consecuencias que se han producido en el cuerpo y en la subjetividad a partir de la hiper-reproducción de pantallas e interfaces en la cotidianeidad de los sujetos. Al preguntarse respecto del sujeto posmoderno y las nuevas tecnologías, busca establecer qué tipo de relación existe actualmente entre sujetos-cuerpo-virtualidad (pantallas e interfaces) y qué efectos ha producido esta relación tanto en los modos de ser y vincularse como en los imaginarios vigentes en torno al cuerpo.

Paula Drenkard

*Lic. en Comunicación Social y
Psicóloga por la UNR.*

*Master en Comunicación y
Educación por la Universidad
Autónoma de Barcelona.*

*Docente-investigadora de la UNR.
Investigadora del PID Interfaces en
Pantallas.*

paulazul@yahoo.com.ar

1.

“Ya no es fácil estar presente. Y hacerse cada vez más presente parece imposible. Hay un límite fundamental, en cierto modo análogo al principio de incertidumbre. En cambio, parece más fácil hacerse cada vez menos presente. La evolución de la civilización contemporánea incita cada vez más a repartirse, a diseminarse, a delegarse, a hacerse representar (...)

¿En qué se convierte la noción misma de ‘presencia’ en un mundo sobrecogido por la síntesis y lo virtual?”.

Philippe Quéau

¿Cuál es el juego subjetivo de **presencia-ausencia** en el universo de las pantallas? ¿Dónde y cómo aparece el sujeto, cuál es su dimensión actual?

¿Cuál es la **corporalidad** de este sujeto, si justamente es su cuerpo el que parece sustraerse o parcelarse en esta suerte de subjetividad diseminada que describe la era digital?

El cuerpo se disgrega, se sustrae, se transfigura, se implanta o transplanta, se traviste y al mismo tiempo se amplía a través de la agudización e intensificación de las **percepciones** audio-visuales, en un tiempo que ha perdido sus intersticios.

¿Existe un más allá del cuerpo, un **hombre postorgánico**¹, o sólo constituye otra de las figuras metafóricas del nuevo milenio?

Ya no es posible pensar la constitución de las subjetividades desde lógicas que plantean la “identidad” o la “representación” bajo concepciones esencialistas y sustancialistas del sujeto, es decir aquellas que lo describían como unidad primordial, inmutable, constante, continua, acabada, centro y origen del sentido; estas concepciones han dominado la tradición filosófica occidental desde Platón encontrando fundamental representación en el modelo del sujeto cartesiano.

Es quizás con la intervención del discurso psicoanalítico y con los postulados filosóficos de las diversas corrientes post-estructuralistas que **este sujeto** empieza a verse socavado en su integridad y a sufrir un proceso de *alteración*: es más del “otro” (de la “*diferencia*” y la dispersión) que de él *mismo* (como mismidad).

De este modo, más que dilucidarlo en alguna profundidad esencial, es en la misma capilaridad de la condición humana que se descubre una existencia discontinua e inacabada, algo que desconoce “*la razón pura*”. Es quizás esta presencia *fractal*² la que fue constituyéndose en el universo conceptual de los últimos 40 años, sufriendo la “entidad del ser” una definición muchas veces ambigua y otras fragmentada.

Sin embargo, es fundamentalmente ante los diversos fenómenos que fueron de-construyéndose en la modernidad tardía y posmodernidad -el multiculturalismo y la migración; la globalización y disolución de ciertas fronteras políticas, económicas y culturales; la virtualización y ubicuidad de los medios de comunicación; el desarrollo de las sociedades tecno-científicas y de un capitalismo exacerbado- que las anteriores concepciones del sujeto y la identidad revelaron su inadecuación.

Es imposible hablar hoy del sujeto UNO: es más bien en la imagen múltiple y disgregada de la subjetividad donde parece reconocerse la condición existencial de los seres humanos en las sociedades contemporáneas.

De entre los fenómenos mencionados, y como elemento indispensable, se considera el desarrollo de las **tecnologías de la comunicación** como aquello que estaría abriendo la vía para una experiencia de la **diferencia y la multiplicidad**, transformando simultáneamente el tiempo, el espacio y la materia (la fisicalidad, el cuerpo) mediante soportes intangibles y códigos binarios. El sujeto fragmentado, diseminado, discontinuo, ese alter-ego de aquel sujeto cartesiano, parecería estar emergiendo, no *a través* de las pantallas que forman parte de nuestro

1. Alusión al libro de P. Sibilía, *El hombre postorgánico: cuerpo, subjetividad y tecnologías*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2009.

2. Aquí hacemos una referencia oblicua al concepto de sujeto fractal de Jean Baudrillard, ya que pensamos esa dispersión y multiplicación de fragmentos de identidades o identidades fragmentadas, sin ir rotundamente al planteo de este autor en cuanto a que esas partes que se dispersan son siempre iguales. Es decir que, para Baudrillard, el sujeto fractal es aquel que posee la capacidad de fraccionarse en partes idénticas y equitativas, y que se dispersa por un infinito: como una producción de múltiples clones, en donde el hombre es el sujeto fractal que encuentra la expansión en todas las posibles visiones (diferentes pantallas), sin cambiar por esto sus propiedades elementales.

ecosistema, sino *a partir* de ellas. En realidad, no aparece necesariamente *otro sujeto (el otro³)*, sino que es posible ver *sujeto(s)* esparcidos desde su misma irradiación.

Ciertas preguntas se abren a partir de esa mirada: ¿de qué diferencia y multiplicidad estamos hablando?, ¿tiene que ver con las posibilidades de una diversidad subjetiva o es simplemente la diseminación de una mismidad, que simula diferencias?

Existen entonces distintas posiciones para interpretar el fenómeno de la aparición de nuevas subjetividades ligadas a la virtualización:

-Por un lado, quienes tienen una mirada “optimista”, describiendo las múltiples identidades que se manifiestan a través de las TICs, incluso las nuevas y diferentes posibilidades de vincularse que éstas abren. Pierre Levy (1999, p.14), por ejemplo, define la virtualización como “el movimiento de ‘convertirse en otro’ o ‘heterogénesis’ de lo humano”: similar en algunos aspectos al “devenir-otro” de-leuziano (Deleuze, 1988), la heterogénesis consiste básicamente para este autor en un proceso de “recepción de la alteridad”. Al respecto, Levy refiere: “(...) de repente, una entidad real, adherida a su identidad y a su función, encubre otra función, otra identidad, entra en nuevas combinaciones, entra en un proceso de **heterogénesis**” (1999, p.85). Así, la teoría de lo virtual se compone con una noción de subjetividad que incluye la alteridad en su propia definición y privilegia la diferencia en lugar de la mismidad, el fragmento en lugar de la totalidad, la multiplicidad en lugar de la unicidad, el devenir y la duración en lugar de la invariabilidad.

-Por otro lado, y ya en un análisis más escéptico y crítico respecto a los beneficios que traería la hiper-reproducción de pantallas e interfaces en la cotidianeidad de los sujetos, se viene diagnosticando -desde hace más o menos unas tres décadas- que la fragmentación del sujeto conllevaría diversos fenómenos de **des-subjetivación**. Al respecto, uno de los planteos más taxativos aparece en la letra de J. Baudrillard (2000, p.203), quien afirma que “(...) video, pantalla interactiva, multimedia, Internet, realidad virtual: la interactividad nos amenaza por todos lados. Lo que estaba separado se ha confundido en todas partes, y en todas partes se ha abolido la distancia: entre los sexos, entre los polos opuestos, entre el escenario y la sala, entre los protagonistas y la acción, entre el sujeto y el objeto, entre lo real y su doble (...). Mediante la abolición de la distancia, del ‘pathos de la distancia’, todo se vuelve **indeterminable**. Incluso en el ámbito físico: la excesiva proximidad del receptor y de la fuente de emisión (...) la excesiva proximidad del acontecimiento y de su difusión en tiempo real crea una indeterminabilidad, una virtualidad del acontecimiento que le quita su dimensión histórica y lo sustrae de la memoria.”

Vamos a indagar el fenómeno principalmente a partir de esta última posición, teniendo en cuenta, de todos modos, el aspecto paradójico y ambiguo que presentan las nuevas tecnologías en las transformaciones subjetivas. Como sostiene Baudrillard (2000, p.203): “Que las tecnologías de lo virtual produzcan lo indeterminable, o que sea nuestro universo indeterminable el que suscita a su vez esas tecnologías, incluso esto es indeterminable.”

3. Nos referimos aquí al otro en tres sentidos: **otro sujeto** al cartesiano o al esencialista, como también al **otro como instancia constitutiva del sujeto** (esa diferencia, esa otredad que nos precede y nos transmite el orden simbólico, el orden de la cultura y el lenguaje) y **el otro del inconciente** (desde el psicoanálisis), es decir aquello del orden de lo desconocido para el “yo”.

En este sentido, una cuestión fundamental que se trabajará estará vinculada a la última realidad que tenemos: el propio **cuerpo**, en tanto construcción simbólica y en su misma fisicalidad; como planteaba Nietzsche, no hay mundo objetivo ni mundo subjetivo, lo que hay es un devenir, que es ante todo lingüístico y sensorial. De esta manera, al preguntarnos respecto al **sujeto posmoderno** y **las nuevas tecnologías** buscaremos un cruce de caminos, un “entre” que nos permita apresar el fenómeno desde la intersección: **sujetos-cuerpo-virtualidad (pantallas e interfaces)**.

2.

*“El **cuerpo social** ya no aparece unificado bajo la noción organicista del pueblo-población homogénea basada en fuertes vínculos territoriales, ni la familia funciona ya como “célula básica de la sociedad”; proliferan las comunidades virtuales, las familias ensambladas, el turista en movimiento continuo reemplaza al viajero explorador y el reclamo de la resistencia anti o alter-globalización es el de una “ciudadanía global” que permita al factor “trabajo” ser al menos tan móvil y flexible como el factor “capital”...”*

Flavia Costa

4. G. Deleuze sistematizó este conjunto de transformaciones sociopolíticas y económicas de los últimos años, vislumbrando un nuevo tipo de sociedad, un nuevo régimen de poder y saber. Las técnicas de poder son cada vez menos evidentes, pero más sutiles y eficaces, pues permiten ejercer un control total en espacios abiertos, ya no en instituciones de encierro como describía Foucault -hoy estas instituciones han entrado en crisis-. Este planteo fue desarrollado en Deleuze, G. (1999) “Posdata sobre las sociedades de control”. En Christian Ferrer (comp.). El lenguaje libertario. Antología del pensamiento anarquista contemporáneo. Buenos Aires: Altamira, y retomado en P. Sibilia. (2009). El hombre postorgánico: cuerpo, subjetividad y tecnologías, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Son diversos e innumerables los síntomas de estar viviendo una época límite, un momento de gran transición, desde una formación histórica fundada en un capitalismo industrial que ha regido desde fines del siglo XVIII hasta mediados del siglo XX -y que fue nombrada y analizada por Michel Foucault como “*sociedad disciplinaria*” (Foucault, 1976)- a la sofisticación e intensificación de algunas de sus características y la transformación de otras. Si es posible hoy hablar de un nuevo “régimen”, de un nuevo orden socio-cultural, económico-político, éste tendría que ver con la proliferación y complejización de bits (lo que se conoce como “sociedad de la información”) y con la **in-corporación** y sofisticación de las *tácticas y estrategias* del régimen anterior, lo que Deleuze plantea como pasaje de las sociedades disciplinarias a las “**sociedades de control**”⁴.

En este contexto, las nuevas tecnologías tienen gran importancia ya que pasan de las leyes mecánicas y analógicas a los nuevos órdenes informáticos y digitales; la economía global recibe un fuerte y fundamental impulso de las computadoras, de la telefonía móvil, de las redes de comunicación, de los satélites, contribuyendo de forma oblicua a la producción de cuerpos y subjetividades del siglo XXI (Sibilia, 2009).

En las sociedades de control, asociadas a la crisis del modelo fordista y la emergencia de un capitalismo de superproducción y de consumo, los cuerpos no están bajo coerción en instituciones que los aprisionan y vigilan, sino más bien controlados en el deambular constante a través de los diferentes espacios públicos, incluso Internet. El modo de producción y acumulación del capital, gracias a las nuevas tecnologías informáticas, electrónicas y de telecomunicaciones, ya no requiere que todo hombre sea un trabajador, el desempleo es un dato estructural y los Estados se orientan a garantizar la seguridad, reforzando su función de policía.

Cambian los tipos de **cuerpos** que se producen cotidianamente así como **las formas de ser y estar en el mundo** que se vuelven afines a estos nuevos órdenes.

Como señala Paula Sibilia (2008, p.19) “(...) todos esos vectores socioculturales, económicos y políticos ejercen una presión sobre los sujetos de los diversos tiempos y espacios, estimulando la configuración de ciertas formas de ser e inhibiendo otras modalidades. Dentro de los límites de ese territorio plástico y

poroso que es el organismo de la especie *homo sapiens*, las sinergias históricas -y geográficas- incitan algunos desarrollos corporales y subjetivos, al mismo tiempo que bloquean el surgimiento de formas alternativas.”

¿Cómo se constituyen esos modos de la subjetividad? ¿Cómo se construyen esos cuerpos?

Hablamos antes de una subjetividad caracterizada por la discontinuidad, por la proliferación de máscaras -se perturba la idea de sujeto único y continuo- y aparecen entonces diversos yo/es⁵; simultáneamente las culturas se multiplican y dispersan en múltiples diásporas atentando contra la concepción de un modo superior o común de “ser” o vivir; las tecnologías expanden esta posibilidad de reconocer “otros modos de vida” con los medios de comunicación y fundamentalmente la TV e Internet. Esto último conlleva fenómenos diversos como la hibridación, el rechazo o negación de “lo extranjero” (xenofobia), o la ilusión de ser parte de un todo complejo y difuso (toda la corriente globalizadora o su antecara, la “nueva era”⁶ con visos místicos). Estar conectados con otros universos simbólicos reduce las distancias geográficas y epocales pero no necesariamente las culturales, en los términos del reconocimiento y la aceptación.

Por otra parte, estar conectados todo el tiempo desde algún tipo de pantalla (celulares, computadoras, televisores) vuelve ambigua aquella noción de presencia y acentúa la disociación entre el individuo (sujeto) y el cuerpo (que porta). Aquí es donde el cuerpo -en los términos de la “carne”- se vuelve un obstáculo, o una interfaz que conecta nuestra actividad “percepto-mental” con la pantalla: ¿Dónde estoy?, ¿dónde está el otro? ¿En el “éter”? ¿en esa superficie luminiscente?

Algunos afirman que esta percepción del ser no es una fantasía o una ilusión, a través de la que podríamos pensar una particular construcción simbólica de algo que se sabe fuera de la “realidad”, sino que esa actividad, esa **presencia virtual o telepresencia**⁷, es la realidad misma; Baudrillard hablaría de hiperrealidad⁸, en la que los simulacros no son representación de nada sino presentación en sí mismos. Allí el cuerpo con sus humores, sus olores, sus dolores, sus placeres, sus límites y confines, se suspende.

En la cibercultura y en el desarrollo exponencial de la teleinformática subyacen supuestos filo-ideológicos que tienen que ver con una suerte de “idealismo” -con sus ansias trascendentalistas- interceptado por el “racionalismo cartesiano”, que continúa ambicionando la inmortalidad de la mente mediante la inteligencia artificial y la superación del espacio físico, a través de la virtualización de los cuerpos en las redes de datos; lo cual presenta, también, cierta aversión a la materia orgánica. El cuerpo se descarta por ser impuro e imperfecto, fatalmente limitado (Sibilia, 2009).

Vivimos en el imperativo de la conexión que se corresponde con la demanda de superar los límites del cuerpo y del espacio; la gran profusión de dispositivos teleinformáticos como lo son los teléfonos celulares, computadoras portátiles, Wi-Fi, GPS, es considerada en su practicidad al potenciar o multiplicar posibilidades humanas. Este cuerpo nuevo, virtualizado, está lejos de la carne, lejos de los sentidos de la proximidad, entonces es visión y oído puros o sinestesia que no precisa de la materialidad del mundo, capaz de extrapolar sus antiguos confinamientos espaciales; este organismo conectado y extendido en las redes informáticas da un nuevo sentido al “yo”.

5. Definimos el “yo” como instancia identificatoria del sujeto, como envoltura de la subjetividad. Es el yo discursivo y al mismo tiempo el que determina una identidad, a partir de la alteridad. Aquí la idea de “una identidad única”, determinada por una continuidad, se vería estallada en la misma instancia del YO.

6. La “New Age”.

7. Siguiendo la idea de Deleuze de las sociedades de control: las personas están accesibles 24 horas al día, esto significa la posibilidad mediante los dispositivos telemáticos de ubicar, de localizar la posición de “cada elemento” todo el tiempo, estos aparatos ya no necesitan los muros de las viejas instituciones o el panóptico para rastrear las pequeñas prácticas cotidianas.

8. El término se usa para denominar la incapacidad de la conciencia de distinguir la realidad de la fantasía, especialmente en las culturas posmodernas tecnológicamente avanzadas. Hiperrealidad es un medio para describir la forma en que la conciencia define lo que es verdaderamente “real” en un mundo donde los medios de comunicación pueden modelar y filtrar de manera radical la manera en que percibimos un evento o experiencia. (Wikipedia)

En ese estar siempre “presentes” en un circuito continuo, los individuos no pueden escamotearse fácilmente, no pueden producir desvíos, están conminados a estar y compelidos a decir, a no callar, a hacerse hablar, ser emisores sin pausa, sin secretos. En este sentido no sería posible jugar el juego de presencia-ausencia necesario para la irrupción de la subjetividad, es decir la posibilidad de salir y entrar que hace a la constitución -a través de lo diverso y heterógeno- de la identidad⁹; tal vez esta posibilidad de entrar y salir estaría dada en las distintas máscaras o roles que suponen las diferentes instancias tele-comunicativas (más adelante hablaremos de esto). El estar siempre disponible al otro, a cualesquiera otros, el estar siempre conectados, pareciera no dar lugar (espacio) a la *escansión*¹⁰ necesaria para que la diferencia de sentidos (esos sentidos incluso como distintas direcciones a tomar, significados que transmitir y elaborar, relaciones que establecer o dejar de establecer) aparezca. Entre significativo y significante es necesario un intervalo, esta diferencia que establece el “valor” de los signos; si este intervalo no acontece, si el tiempo no tiene interludios, si eliminamos el espacio en blanco, el silencio, la pausa, la frontera, el límite, la separación, no hay posibilidad de irrupción de la subjetividad, es decir de las marcas subjetivas que nos van definiendo en tanto sujetos; más bien existiría la reproducción de cierta normatividad en una suerte de homogeneidad (mismidad).

9. Entendiendo **identidad**, como en la nota 6, no como construcción de una mismidad -lo idéntico a sí mismo- sino como producción de alteridad.

10. La **escansión** es un concepto desarrollado por Lacan, como una interrupción que produce un nuevo sentido, desde lo inconsciente. El tiempo del inconsciente, el tiempo subjetivo, es esta *escansión temporal* en la que algo distinto quiere realizarse, lo que en esa hiancia se produce se presenta con las características del hallazgo. Lacan plantea en el Seminario XI que “el inconsciente se manifiesta siempre como lo que vacila en un corte del sujeto”, el inconsciente es entonces algo del orden de lo discontinuo, de lo evasivo y a partir de ahí se justifica la tesis lacaniana de que hay una temporalidad del inconsciente, la temporalidad del relámpago, perceptible en el lapsus, la temporalidad de lo que aparece para desaparecer, de lo que se abre para volver a cerrarse.

11. Como diría Baudrillard “...Tanto la imagen video como la pantalla del computer inducen una especie de inmersión, de relación umbilical, de interacción ‘táctil’, como decía ya McLuhan de la televisión. Inmersión celular, corpuscular: uno penetra en la sustancia fluida de la imagen para modificarla eventualmente, del mismo modo que la ciencia se infiltra en el genoma, en el código genético, para transformar desde ahí al cuerpo mismo. Uno se mueve como quiere y hace lo que quiere con la imagen interactiva, pero la inmersión es el precio de esta disponibilidad infinita, de esta combinatoria abierta. Lo mismo ocurre con cualquier texto ‘virtual’ (...) Sólo en la separación estricta del escenario y de la sala el espectador es un actor de pleno derecho. Pero resulta que todo concurre hoy en día a la abolición de esta fractura: la inmersión del espectador se vuelve algo fácil (...) Cuando todos se vuelven actores no hay ni acción ni escenario...” (Baudrillard, 2000, p. 204).

La “exigencia de estar” es correspondida por la “exigencia de decir”, alimentando de este modo los voraces engranajes de la sociedad industrial, que necesita *saber* para perfeccionar sus propios mecanismos de control: tenemos que responder siempre -a veces compulsivamente- a la demanda; tenemos que estar para el otro/los otros, sea quien fuere (no importa quién, no importa *la diferencia*), aunque podamos **bloquear** a algunos, no contestar a otros, quitar del circuito, **silenciar** las llamadas, existe ese continuum a través del cual estamos casi las veinticuatro horas conectados a algo, respondiendo a alguna **cosa** o siendo llamados (conminados) a responder. Esto no es ni más ni menos que otra de las grandes redes funcionales al modo consumista de organización de nuestras sociedades, y a una economía libidinal que pareciera basarse más en devorar **lo otro** o ser devorado, que en un intercambio simbólico (que se sitúe *entre* el dar y el recibir). “Nos comemos el mundo” o “somos comidos por el sistema”, frases que se repiten incesantemente; “el mundo”, “el sistema” son también re-significados o re-situados y actualizados en la red, y es el capitalismo pos-industrial, y es la empresa como el espacio paradigmático de este nuevo orden, quienes a la vez interpelan a los cuerpos y las subjetividades

-con el lenguaje flexible del mercado- contribuyendo a producirlos: “ese alma, ese gas” que lo contamina todo, como diría Deleuze (En Sibilia 2009, p.158).

Al mismo tiempo y ante esta pura presencia -obviamente, de manera paradójica- el cuerpo en su materialidad se ausenta: aquello que nos ha hecho presentes históricamente en el mundo, pareciera dejar de estar. Son los dedos los que pulsan los teclados, pero esos dedos son una prótesis o una extensión de la interfaz, y son interfaz humana; activamos visión y oído, nuestra mente está en funcionamiento, existen sensaciones internas que se anuncian en la conectividad, y sin embargo el cuerpo y la acción se consumen, se reducen, se condensan, se metonimizan: ya no somos el todo sino la parte, el plano detalle que produce un sinfín de palabras e imágenes compelidas a confesar lo que no somos y lo que somos¹¹.

En esta otra realidad el modo de vincularse con el otro estaría mediado por la fantasía de la **descorporeización**, como una práctica de encuentros sin cuerpo. La entrada de un sujeto en Internet implica que el cuerpo no entra, el encuentro con el otro es a través del texto, de las imágenes; no hay cuerpo, no hay espacio, no hay distancia. Se establece entonces una comunidad que se organiza omitiendo los límites de espacio y de tiempo y la no-circulación del cuerpo, lo que también se llama la velocidad de escape, entrando, de esta manera, en una dimensión totalmente otra.

Esto no parece diferenciarse mucho de la instancia de la circulación en el espacio urbano, en las grandes urbes, donde la velocidad, la celeridad, la práctica del automovilista reducen el cuerpo a ser un instrumento (o un interfaz) a disposición de esa celeridad; siguiendo a McLuhan a través de Baudrillard, podríamos preguntarnos ¿quién es extensión de qué?, ¿cuál es la prótesis: el brazo, el cerebro, el auto, o la computadora?

Hoy reconocemos la facilidad que tienen las personas en conectarse a través de este universo virtual; paradójicamente se exagera, como uno de los rasgos o síntomas del vivir urbano moderno, esta dificultad en realizar encuentros "cuerpo a cuerpo". Hay algo de esta realidad que se hace difícil de franquear, es como si no fuera posible reconocerse en esa presencia vinculante, como si efectivamente ese cuerpo a cuerpo fuera lo más molesto de la sociabilidad. Tanto para circular en la ciudad como para circular en la red, el cuerpo es muchas veces un obstáculo.

Los roces, los toques, los modos del lenguaje van dificultándose en tanto posibilidades de encuentro y de reconocimiento de la diferencia, en lo social. El roce se transforma en choque, el cuerpo -más que un límite que nos separa y nos une a los otros- es la barrera cerrada, el muro de los barrios privados, las rejas y alambres de púas que se extienden en las fronteras políticas, y que cercenan las posibilidades de circular significativamente (de hacer circular diversos significantes o lenguajes); el cuerpo se sumerge en una suerte de bunker para 'evitar' o sustraernos de esa sociabilidad cargada de contrastes y contradicciones, de matices paradójicos respecto al 'ser' y al 'deber ser': la civilidad urbana se potenciaría -con la red mediante- en sus rituales de evitamiento y de borramiento del cuerpo¹².

12. En una extrapolación metafórica volvemos a hacer hincapié en la tradición filosófica del dualismo cartesiano y de cierto idealismo que "rechazan" lo orgánico (como el hardware en tanto organismo) -por su imperfección y perentoriedad- en función de la inmaterialidad (el software) y de la inmortalidad

3.

*“Esta época espera que cada hombre y cada mujer, cada niño y cada anciano, sean ricos o pobres, se transformen en **“emisores”**. ¿De qué? Eso carece de relevancia, puesto que la experiencia inmediata del mundo se ha vuelto tan fugaz como una primera plana de periódico (...)”*

Christian Ferrer

13. Huellas mnémicas: forma bajo la cual los acontecimientos o, más simplemente, el objeto de las percepciones, se inscriben en la memoria, en diversos puntos del aparato psíquico. http://psicopsi.com/Diccionario_de_Psicologia_letra_H-Huella

14. Con múltiples choices (en inglés “multiple choices” es elecciones múltiples) se juega con la idea justamente de las elecciones múltiples de “identidad” y al mismo tiempo alude al método “evaluativo” del multiple-choice, que supone una elección dentro de posibilidades pre-establecidas en el que la decisión de quien lo realiza es sólo poner una cruz o tilde (marca) sobre algo escrito por otro -en un formato plano y homogéneo- que tiende a agrupar generalidades y no definir la **singularidad** (proceso subjetivante).

15. Nuestra identidad o subjetividad estaría estructurada a partir de las diferentes y diversas identificaciones o des-identificaciones con **el otro**, a través de complejos procesos de asimilación y selección, esto implica la importancia del otro simbólico en la constitución subjetiva y los posibles intercambios que se produzcan con ese otro. Por eso la identidad no es algo definitivo sino siempre en proceso de estructuración. Cuando no hay otro en los términos de la diferencia y el límite, estos intercambios no se realizan, volviendo ese **simulacro de otro en lo mismo**.

16. Aquí se hace una ligera mención al concepto de **semiosis ilimitada** acuñado por Ch. Peirce, para relacionar cuánto tiene que ver esa semiosis ilimitada (del lenguaje) con la constitución subjetiva, es decir cómo es a través del lenguaje que nos vamos constituyendo en sujetos, y que esa construcción es siempre móvil, discontinua, ambigua, polisémica, de acuerdo a los textos y los con-textos de producción de la misma.

17. Se entiende por espectacularización el fenómeno por el cual tanto la vida pública cuanto la privada se convierten en una

Es con el proceso de virtualización de nuestras vidas que se abre la posibilidad de multiplicar y diversificar nuestros **“yo/es”** a través de las ficciones creadas por el celular, el chat, el mail, las weblogs, y las redes sociales. Podemos experimentar la plasticidad de nuestra identidad e inventarnos diferentes máscaras o “roles” (papeles) según nuestro interés o nuestro interlocutor, según nuestro estado de ánimo o nuestra necesidad del momento, y todo es pasajero, nosotros mismos nos convertimos en pasajeros de este tránsito constante sin punto de partida ni de llegada definitivos, y en un tiempo que parecería no dejar rastros, huellas significativas en la escritura de nuestra existencia (ese es quizás el riesgo o uno de los riesgos).

Sigmund Freud pensaba nuestro aparato psíquico conformado por marcas, que él llamó **huellas mnémicas**¹³ -sin ser una traducción lineal, Lacan hablaba de **significantes**; estas huellas -estos significantes- forman una serie, o más bien, diversas series o cadenas: como si escribieran nuestra historia de forma no unidireccional ni cronológica sino de acuerdo a la lógica inconsciente. En el presente de esta historia vamos jugando con esas marcas asociándolas con otras experiencias, reescribiendo esta historia o simplemente continuándola, realizando nuevas inscripciones o renombrando anteriores; en la doxa se habla de “memoria”, sólo que la memoria emerge como algo más bien estático y lineal, en cambio para Freud el aparato psíquico es posible de ser transformado retroactivamente, algo así como el “eterno retorno” de Nietzsche, donde la repetición implica o contiene la diferencia y entonces se puede volver al pasado alterándolo, o el pasado puede irrumpir en el presente, re-escribiéndose en tanto diferente.

Sin embargo hoy, en esta suerte de presente continuo, parecemos transitar sin espacio para la escritura, ni para la re-lectura, de forma que podamos volver a inscribir o rescribir, entonces: ¿qué o cuáles de estos discursos digitales, en estos intercambios cibernéticos, produce marca o escritura subjetiva? ¿Este juego en este tiempo sin intersticios es un “simulacro” que nos des-subjetiviza (nos diluye como sujetos en estos múltiples choices¹⁴) o es otro modo de subjetivación? Y en este último caso, ¿cuáles serían los rasgos de esta nueva modalidad?

El monto constante de información no permite que sea digerida -apropiada por el sujeto- en su totalidad, no hay tiempo-espacio para ello, amén de que se mecanizan ciertos estilos lingüísticos, y las gramáticas se aplanan en las intercomunicaciones (vía celular, chat, mail), muchas veces desapareciendo las singularidades o estilos personales, en función de una comunicación rápida y “eficaz”; habría una pérdida en los matices del lenguaje en función de una cotidiana mecanización de la lengua. Se plantea que el lenguaje en el celular, en el chat e incluso en el mail, es menos complejo pero más “afectivo”, sin embargo esta afectación suele estar sujeta a una “forma” casi estereotipada del “decir”. Existen una gramática y un léxico ceñidos, que parecen propios de un proceso de mecanización de las palabras y de restricción de los significantes que podrían conllevar una homogeneización en los términos de la subjetividad, es decir a una pérdida de marcas personales y de giros identitarios¹⁵, y a una restricción en la “semiosis ilimitada”¹⁶ *vía lenguaje*.

Otro de los síntomas que se suma a la dispersión del yo en distintos roles -vía las pantallas y el mundo digital- es la **espectacularización**¹⁷ de la propia vida, la exhibición de las máscaras mediante imágenes luminiscentes y planas, y al mismo tiempo el goce de ver y verse en esa **reproducción**. Estamos planteando no sólo

el fenómeno del voyerismo sino una fijación -como vuelta atrás- o repetición de la etapa especular de la constitución subjetiva que S. Freud (1990, [1914] p.73) llamó *narcisismo primario* y J. Lacan (1990, p.86) *estadio del espejo*¹⁸, durante la cual los sujetos quedan "pegados" a la imagen del espejo-imago¹⁹.

Este modo "especular" de enlace al otro, se reinstala en el transcurso de la vida, y aparece como un momento que actualiza esta suerte de in-diferenciación, de fusión, de envoltura imaginaria, de "alienación" a la imagen (Lacan, 1992, p.211). Esto puede resultar un tránsito hacia diferentes procesos de subjetivación o puede el sujeto instalarse en ese "estado de alienación a la imagen" y dejarse tomar por este modo de enlazarse al Otro y al mundo, en esta especularidad que **fundamentalmente** un engaño que **con-funde** la imagen con lo real.

Existe, entonces, un rasgo fundamentalmente narcisista en esta especularidad que instaura un orden de la "creencia" ligado a lo absoluto, a lo indubitable, a lo completo y continuo; esto es lo que se plantea como "clausura imaginaria", es decir "eso que veo y creo es la verdad, eso soy, eso es". En la interactividad con las máquinas, con las pantallas -como los espejos de los espejos ad infinitum-, pareciera no reconocerse esta mediación (hay algo de la mediación que aparece "velado"), es decir que la imagen -esa conectividad constante con la pantalla, donde el otro real se escamotea a través de la mediación y se vuelve puro discurso o pura imagen- es un engaño que me permite nombrarme como "yo soy eso" (en ese TODO), sin reconocer el afuera o la alteridad. De aquí, quizás, esas "horas infinitas" ante la pantalla en una suerte de estado de *hipnosis*, donde no pareciera haber -en ese continuum- algo que afecte, altere o conmueva la existencia por fuera de la pantalla misma.

Esa "demanda de estar y de decir", de la que hablábamos antes, se continúa en este modo alienante de sustracción del cuerpo del mundo "real"²⁰ para entrar casi narcóticamente en el mundo virtual (como hiperrealidad). Al plantear un modo narcótico de estar conectados a la tecnología estamos describiendo un fenómeno que no es exclusivo al universo tecnológico, más bien este universo presta su organización a diferentes síntomas que presenta la contemporaneidad, como la profusión de distintas adicciones como el alcoholismo, la bulimia y la anorexia, o la adicción a los psicofármacos, que afectan directamente al cuerpo y a la subjetividad: es entonces parte de otro gran síntoma y no la causa.

Los individuos se ofrecen a esa "especularidad" que produce un goce -no del orden del placer sino del letargo-, ese goce que sólo es posible cuando hay alienación en la imagen del Otro, sin inscribirse una diferencia, algo que perturbe ese "estar", algo que de cuenta de que del otro lado hay otro u otros; en realidad, parece desconocerse un detrás de la pantalla, un fuera de la pantalla. En lo discursivo incluso se establece un modo o estilo en "dos dimensiones", puedo estar conectado a otros lenguajes sin reconocerlos como tales; como sostiene Baudrillard (2000 p.206) : "(...) la pantalla es una prótesis, el individuo sostiene con el ordenador una relación no sólo interactiva, sino también táctil e intersensorial, como si se convirtiera en un ectoplasma de la pantalla. De ahí provienen, sin duda, de esa incubación de la imagen virtual y del cerebro, las insuficiencias que afectan a las computadoras y que son como los lapsus de nuestro propio cuerpo".

escenificación dramatizada, a través de los medios masivos de comunicación e Internet. Se borran las fronteras de lo público y lo privado, el lugar de lo íntimo se ex-tima y se ofrece como espectáculo a la mirada de los propios espectadores-actores. Todo se vuelve pasible de acomodarse en el formato televisivo del reality show y, de este modo, se anula la "percepción" de la diferencia entre ficción y realidad; como diría Baudrillard, todo es simulacro. Hoy todo puede espectacularizarse, fuera y dentro de los medios masivos. El fenómeno de la espectacularización es complejo y se extiende a los distintos ámbitos de la sociabilidad, de la comunicación, de la interrelación de cuerpos; muchos atribuyen este fenómeno al carácter hegemónicamente visual de la modernidad occidental, otros lo anclan fundamentalmente al de la mediatización, donde esferas pública y privada se confunden y contaminan y donde una de sus principales funciones es ofrecerse a la mirada de los otros para entre-tener.

18. Para el psicoanálisis esta etapa, fundante de la subjetividad, se describe como aquella en la cual se da una identificación total a la imagen que el Otro nos da de nosotros mismos; esto es un primer momento constitutivo que da lugar a la formación del Yo, es decir que es a partir de esa imagen en el espejo (de lo que veo en esa imagen, de lo que el Otro me devuelve) que se desarrolla un incipiente "yo soy eso". Pero para que realmente aparezca el sujeto debe atravesarse un segundo momento -de un tiempo lógico y no cronológico-: el primer momento ya mencionado, donde habría una identificación total al espejo (al gran Otro) y este segundo momento donde aparece un límite, un coto a esta imagen completa, de infinitud (esa imagen de ser Uno con el Otro), es decir que en este segundo momento se visualiza una frontera que permite ver la mediación del espejo. De este modo el sujeto, lejos de quedar absorbido o devorado por esa imagen envolvente, se separa de ella y se constituye como tal -en la "diferencia"-: "yo no soy el Otro, yo soy otro". Freud hablaría de que es en la instancia de la castración (del corte, de la separación) que el sujeto entra en el régimen del deseo. Atraviesa ese narcisismo primario, como imagen de perfección, como ideal absoluto, esa plena identificación del yo a esa imagen, a partir de que algo de la imagen del Otro falla, es decir hay un desencuentro con lo que devuelve el espejo, una falta. Esto significa que es a partir de que aparece el otro como tal, es decir como sujeto barrado, que nace el Sujeto: "eso que está del otro lado del espejo no me completa, no gozo plenamente con ese Otro, no hay fusión. Hay alteridad; hay algo del Otro que se escabulle, me dice cosas que no entiendo, que no soy, entonces hay algo de mí que también se sustrae a esa imagen, hay algo de mí que se descompleta".

19. Es importante recordar lo que en 1996 escribía Jean Baudrillard en "Videoesfera y

El hecho, por ejemplo, de que la identidad sea la de la red y no la de los sujetos, el hecho de que la prioridad se de a la red más que a los protagonistas de la red -lo cual conlleva la posibilidad de disimularse en ella, de desaparecer en el espacio impalpable de lo virtual y no estar ya localizable en ningún lugar, ni siquiera para uno mismo-, parece resolver *fantasmáticamente* los **problemas de identidad** y, más aún, los **problemas de alteridad**²¹.

Por otra parte, ¿existe hoy en día también un **mandato de felicidad**? ¿Esta exigencia de felicidad, del "Todo bien!", ¿respondería a una ampliación del mercado del deseo, donde ya no existen los límites, donde no hay misterio respecto al placer? ¿Se borra el otro en tanto sujeto, y al ser objetualizado, en lugar de erótico se vuelve pornográfico?

De esta manera, otra vía de esta **espectacularidad** es la de ofrecer nuestra vida como espectáculo y consumir la vida espectacular que se sucede en las distintas pantallas las veinticuatro horas al día. Este espectáculo no puede dejar de mirarse y viene a suplantar las carencias y dolencias de la existencia contemporánea, viene a conminarnos a una felicidad donde no hay fisuras ni conflictos y los conflictos -cuando aparecen- son una mascarada.. Sostiene al respecto Christian Ferrer (2005): "(...) Una época que anhela huir del sufrimiento y del aburrimiento, y que somete a las personas a encajar presiones insoportables, encauza sus 'patologías' hacia oasis gozosos. Y en un mundo idílico, como lo es el de la pornografía, sus personajes están condenados a ser felices. Ciertamente que es una felicidad puntillista, y que el detalle y el primer plano no dejan ver el bosque. Pero un mundo tan detallado también puede ser visto como un intento provisorio de aprehender el cuerpo en su totalidad, como si el rompecabezas troquelado por fábricas y hogares, por maltratos y desdichas, sólo pudiera ser vuelto a ensamblar *por partes*. El cuerpo profanado; también reivindicado".

sujeto fractal" respecto a un Estadio Video que estaría en el lugar del Estadio del Espejo. Dice el autor, "Hoy en día en ninguna dramaturgia del cuerpo, en ninguna performance puede faltar una pantalla de control; no para verse o reflejarse con la distancia y la magia del espejo, sino como refracción instantánea y sin profundidad. En todas partes el video no sirve más que para esto: pantalla de refracción estática que ya no tiene nada de la imagen, de la escena o de la teatralidad tradicional, que no se utiliza de ninguna manera para interpretar o contemplarse, pero que empieza a ser útil por doquier a un grupo, a una acción, a un acontecimiento, a un placer -a estar insertados sobre sí mismos(...) No es un imaginario narcisista el que se desarrolla alrededor del video o de la estéreo-cultura, es un efecto de autoreferencia desolada, es un cortocircuito que inserta inmediatamente el idéntico en el idéntico y por tanto subraya, al mismo tiempo, su superficial intensidad y su profunda insignificancia". Es interesante remarcar esta idea de Baudrillard aunque el planteo expuesto en este trabajo vaya por un camino oblicuo al de este autor. En J. Baudrillard, "Videosfera y sujeto fractal", Videoculturas de fin de siglo, Cátedra, Madrid, 1990.

20. Aún teniendo en cuenta que no hay división absoluta entre real y virtual..

21. Sostiene al respecto Baudrillard (2000, p. 207) "Así, la atracción de todas estas máquinas virtuales se debe sin duda menos a la sed de información y de conocimiento, e incluso a la de contacto, que al deseo de desaparecer y a la posibilidad de disolverse en una operabilidad fantasmal. Forma planeante que hace las veces de felicidad, de una evidencia de felicidad por el hecho mismo de que ya no tiene razón de ser. La virtualidad sólo se aproxima a la felicidad porque retira subrepticamente cualquier referencia a las cosas. Nos da todo, pero de manera sutil nos escamotea al mismo tiempo todo. El sujeto se realiza en ella perfectamente, pero cuando el sujeto está perfectamente realizado, se convierte de forma automática en objeto y cunde el pánico".

¿De qué “corporalidad” estamos hablando cuando pensamos en el sujeto, y más aún, en el sujeto de las pantallas e interfaces?

¿Es un cuerpo virtual el que se vislumbra, o es el cuerpo intervenido por toda otra parafernalia tecnológica (cirugías estéticas, implantes, trasplantes, mutilaciones, mutaciones, clonaciones)?

¿El cuerpo es parte de la subjetividad o hablamos de instancias separadas? ¿La carne es el cuerpo, o el cuerpo es esta construcción simbólica que precisa de la carne pero pareciera poder existir sin ella; o es al fin construcción cultural en su misma materialidad, en su fisicalidad?

Atraviesa todo este trabajo la cuestión del cuerpo o del cuerpo-sujeto para pensar estos modos de constituirse la subjetividad o devenir sujeto, concibiendo la subjetividad o la idea de sujeto como un entramado de los “modos de ser” y los tipos de “cuerpo”.

Realizando una suerte de escueta **genealogía del concepto cuerpo** podemos pensar, en primera instancia, en la tradición cartesiana del pensamiento occidental, para la cual la experiencia que tenemos del cuerpo está regida por el modelo de la posesión: no somos un cuerpo, tenemos un cuerpo. El cuerpo como factor de individuación, está disociado del sujeto y es percibido como uno de sus atributos, o como su instrumento. “Las sociedades occidentales hicieron del cuerpo una posesión más que una cepa de identidad” (Le Breton, 2002, p.45).

En los siglos XVI y XVII a partir de los **anatomistas** se abrió el camino del saber biomédico que se convierte en el patrimonio más o menos oficial de un grupo de especialistas protegidos por las condiciones de racionalidad de su discurso. Este saber anatómico vuelve objeto al cuerpo y rompe la correspondencia y continuidad entre el cuerpo y el cosmos, el cuerpo y el alma o espíritu, el cuerpo y la naturaleza, que es consecuente con la separación ontológica operada por la ciencia moderna entre el hombre y la naturaleza; el cuerpo sólo remite a sí mismo y entonces una doble separación se ejerce sobre el cuerpo: se lo separa de la naturaleza del mundo, de su posible representación como continuidad del mismo (como lo es para el pensamiento holístico) y al mismo tiempo se lo separa del hombre, del individuo, del sujeto de la razón. El cuerpo es sólo un resto.

Es importante volver a Descartes para pensar el origen filosófico de este dualismo. **René Descartes** definió al hombre como una mezcla de dos sustancias completamente diferentes y separadas. Por un lado el cuerpo máquina (metáfora que hasta hoy tiene sus consecuencias en nuestros modos de representación del cuerpo, en los modelos e ideales, fundamentalmente con el desarrollo tecnológico y la noción de Cyborg²²). Para Descartes este **cuerpo-máquina** es un objeto de la naturaleza como cualquier otro, que debía ser estudiado por el método científico; por otro, la misteriosa **mente humana**, un alma pensante cuyos orígenes sólo podían ser divinos, fuente del conocimiento sin embargo sumida en la perturbadora oscuridad de lo inexplicable: su naturaleza específica y su curiosa relación con el cuerpo. De esta manera, para Descartes, si el cuerpo es un objeto, es un resto. Nada podemos esperar de él como origen o fuente de conocimiento, por lo cual **los sentidos** son obstáculos a la razón y deben desecharse como modos posibles de acceder al mundo y al saber de éste.

4.

“Desde la época de Descartes la humanidad moderna hizo del voto de supervivencia y de inmortalidad un elemento en un programa general de “dominio y posesión de la naturaleza”. Programó de este modo una ajenidad creciente de la “naturaleza”. Reavivó la ajenidad absoluta del doble enigma de la mortalidad y la inmortalidad. Lo que representaban las religiones lo llevó a la potencia de una técnica que arroja más lejos el final en todos los sentidos de la expresión: al prolongar el plazo, despliega una ausencia de fin. ¿Qué vida prolongar, con qué finalidad? Diferir la muerte es también exhibirla, subrayarla.

Jean-Luc Nancy

22. La palabra **cyborg** (del acrónimo en inglés **cyborg: cyber (cibernético) + organism (organismo), (organismo cibernético)** se utiliza para designar una criatura compuesta de elementos orgánicos y dispositivos mecánicos, generalmente con la intención de mejorar las capacidades de la parte orgánica mediante el uso de tecnología artificial. El término lo acuñaron Manfred E. Clynes y Nathan S. Kline en 1960 para referirse a un ser humano mejorado que podría sobrevivir en entornos extraterrestres. Llegaron a esa idea después de pensar sobre la necesidad de una relación más íntima entre los humanos y las máquinas en un momento en que empezaba a trazarse la nueva frontera representada por la exploración del espacio.

Podríamos decir que ya desde el siglo XVI el cuerpo se disecciona, se fragmenta, se busca su explicación científica a través de cada una de sus partes, y luego su rendimiento máximo: el cuerpo-máquina implica la conversión de cada cuerpo en fuerza de trabajo, funcional a la era industrial y al capitalismo creciente. Se busca combatir el fantasma de la enfermedad para mantenerlo productivo y el fantasma de la muerte, prolongando su existencia en el tiempo -como instrumento o soporte de algo más elevado que sobrevuela la epidermis o se sumerge en alguna de sus profundidades-.

De este cuerpo que tiene que vivir para producir y consumir, y que tiene que prolongarse para producir y consumir más aún, sobreviene en las últimas décadas del siglo XX -y con la emergencia explosiva de las TICs y de la espectacularización de la vida- el cuerpo que se venera, se embellece, se vanagloria o se explota no sólo como objeto de uso sino también de consumo en los escaparates del mercado, afín a aquella representación del cuerpo-objeto.

Hoy al valor de uso y de cambio se le agrega el **valor exhibitivo**, proyectando el ideal de cuerpo joven-sano-bello en una plétora de imágenes, que lo desnudan, lo descarnan, lo maquinan, lo implantan o transplantan: la dieta, los gimnasios, la farmacopea, las cirugías estéticas, la publicidad, la moda, los modelos de vida en función de embellecer y rejuvenecer este objeto; o de transformarlo totalmente haciendo de este cuerpo un espacio de experimentación que produce -mediante bisturís- rasgos de una identidad procurada a través de algunas de esas imágenes que proliferan en el mundo global.

Al respecto, la artista argentina Carmen Burgess -quien realiza la obra "Portadas de *Seventeen*" con "muñecas mutiladas"-, sostiene: "La calle está llena de mujeres realmente enfermas en su búsqueda de conseguir ser *replicantes*. Algunas viven la estética desde un lugar directamente monstruoso sin darse cuenta. Tonos de maquillaje incorrectos, y peinados que parecen problemas craneales. Expresiones tan rígidas como la foto de la que fueron tomadas (...) La fotografía de moda es aburridísimamente reiterativa. Están de moda los gestos de vacuidad y aburrimiento. La monstruosidad existe y yo estoy de ese lado (...)"²³.

Los cuerpos-máquina devienen cuerpos operables, manipulables. Crece la idea de supuestas "identidades flexibles" y se incrementa la ilusión de ubicuidad gracias a las nuevas tecnologías: "(...) el 'sujeto económico y político' ya no es el ciudadano-trabajador sino el turista-consumidor que, más que vigilarse a sí mismo, se deja llevar por la seducción de las imágenes y la compulsión al consumo", dice Flavia Costa (2007), y continúa: "(...) un cuerpo al que se lo mantiene 'en buen estado' ayuda a obtener beneficios en los mercados del trabajo y del deseo. Lo mismo podría decirse de las diferencias entre las tradicionales asceticismos que implicaban que el alma (inteligencia y voluntad) sometía y ponía a prueba al cuerpo, sobre todo allí donde anclan las pasiones de la lujuria y la gula, para purificarse (una creencia que, transformada, está en la base de los grupos actuales pro-anorexia y bulimia) y la actual percepción de que una intervención biológico-genético-informacional permite *corregir* defectos o deficiencias o trastornos de la personalidad."

Así, parte de la gran escena contemporánea nos habla de este **cuerpo manipulable** al extremo, instancia en la que el sujeto puede hoy modelarse en cuerpo y alma a su deseo, con intervenciones que van de lo moderado a lo radical. Ciru-

23. M. Enriquez, "Chica de tapa: Las muñecas y los collages de Carmen Burgess", *Radar*, Página 12, Nro 720. Año 14, 11/07/10.

gías y prótesis forman parte de una intervención en la que el individuo impone su voluntad en la transformación de la materialidad misma de su propio cuerpo.

Esto también se vincula con lo que planteábamos en el punto 3, respecto a la problemática de sujetos narcisistas -donde el cuerpo queda segregado-, que quedarían abandonados a su propio goce, a través de los fenómenos de la bulimia y la anorexia, el alcoholismo y toda otra suerte de adicciones; se promueve de esta manera una “felicidad” sin la creencia en el Otro²⁴, que marcaría un tope a ese goce²⁵ totalizante, viéndose entonces una nueva modalidad de goce que se vuelve muchas veces brutal y desmedido. Al respecto la psicoanalista Bejla R. de Goldman (2004) afirma: “El cuerpo es segregado cuando no hay plus que le retorne del goce, ese plus devenido discurso, ya que este cuerpo está hecho de los recortes significantes, entonces es por los dichos donde lo segregado se reintroduce nuevamente en la cadena asociativa, pero hasta lograr esa ganancia, este cuerpo es un reflejo ausente frente a una audiencia expectante que exige colmar con apremio la demanda de un mercado consumista que lo consume”.

En las sociedades occidentales, la medicina moderna, como veníamos planteando anteriormente, se fue configurando como un poderoso complejo de saberes y de poderes, especialmente a partir de los siglos XVIII y XIX²⁶. Se propuso controlar los acontecimientos aleatorios relativos a la multiplicidad orgánica y biológica de los seres humanos, imponiendo sus exigencias normalizadoras según los intereses del capitalismo industrial. Hoy en día, en el mismo sentido, se desarrollan nuevas ramas del saber médico como las terapias genéticas, la biónica con sus prótesis teleinformáticas y la nueva generación de drogas psicotrópicas, que prometen “tratamientos rápidos y eficaces”, corregir “errores” y producir efectos de gran éxito publicitario, mercadotécnico, terapéutico y **subjetivante**, capaces de “reprogramar” la vida de los individuos (Sibilia, 2009, p.169).

Puede “crearse” una vida emocional que modifica su relación con el mundo; los psicofármacos se presentan como la parafernalia química que nos permite “levantar” el ánimo o “tranquilizarnos”, eliminando la angustia y desorientación que la ausencia del otro trae aparejados (cuando la mascarada se desvanece). Aparece aquí la noción de “prótesis química” (Le Breton, 2007) que actúa frente a las exigencias del mundo contemporáneo en la producción farmacológica de sí mismo y su correlato: la medicalización del humor cotidiano. En lugar de solicitar la interrogación e interpretación dentro de una subjetividad enigmática, las nuevas vivencias demandan explicaciones técnicas e intervenciones correctivas.

Los aportes biotécnicos implican también formas de intervenir sobre la naturaleza: la ingeniería genética con el proyecto del “Genoma Humano” permite a los sujetos realizar una selección a la medida de sus expectativas en busca del “hijo perfecto”²⁷.

La molécula del ADN parecería condensar tanto los secretos del ser y de la identidad, cuanto el destino de los individuos: allí estarían alojados los posibles errores que deberían revertirse para cambiar ese destino inefable, de modo que sólo se trataría de actuar en el embrión para reprogramar el código genético, corrigiéndolo. Ahora bien: ¿quiénes deciden cuáles son los errores y las fallas, como también los modelos a seguir, los moldes a replicar?, ¿quiénes están autorizados para determinar normativamente de qué tratan esos fantasma que nos persigue

24. Queremos aclarar y agregar a lo dicho sobre el Otro/otro en las notas 15 y 18 de este mismo texto, que Lacan denomina el **gran Otro** al lugar del lenguaje, pero a menudo este lugar es tomado como el de alguna figura real subjetivada.

Término utilizado por Jacques Lacan para designar un lugar simbólico -el significante, la ley, el lenguaje, el inconsciente o incluso Dios- que determina al sujeto, a veces de manera exterior a él, y otras de manera intrasubjetiva, en su relación con el deseo. Como todos los freudianos, Lacan plantea la cuestión de la alteridad, es decir, de la relación del hombre con lo que lo rodea, con su deseo y con el objeto, en la perspectiva de una determinación inconsciente. Pero, más que los otros, él intenta señalar lo que diferencia radicalmente al inconsciente freudiano (como otra escena o tercer lugar que se sustrae a la conciencia) de todas las concepciones del inconsciente derivadas de la psicología. De allí su terminología específica (Otro/otro) que diferencia lo concerniente al tercer lugar (es decir, la determinación por el inconsciente freudiano, Otro) de lo que es propio de la pura dualidad (otro) en el sentido de la psicología.

25. Recordamos que el concepto de goce en psicoanálisis no está ligado al placer de forma absoluta. En el uso común goce y placer tienden a ser sinónimos pero en el psicoanálisis desde J. Lacan, los significados respectivos se diferencian: en tanto hace del goce, ya sea un exceso intolerable del placer o una manifestación del cuerpo cercana al dolor y al sufrimiento. Es la negación de la falta por parte del sujeto. También se hace referencia con este término a algo intolerable para el organismo, el goce es el responsable que la gente siga comiendo a lo largo de la vida los mismos errores que le fastidian (repetición), y es el responsable del síntoma.

26. Retomando los conceptos de **biopoder** y de **sociedades disciplinarias** de Foucault que trabajamos en el punto 2, y teniendo en cuenta el análisis de la actualidad que realiza P. Sibilia en *El hombre postorgánico*.

27. Al respecto Raquel Guido (2008) sostiene que “(...) si esta nueva posibilidad deviene en un mero objeto de consumo, sin introducir pensamiento y reflexión, los seres humanos podrían llegar a intervenir a su libre albedrío eliminando genes imperfectos o productores de enfermedad a futuro (...) Una nueva forma de prevención, una manera de decidir sobre el futuro, una expectativa de ganarle a la imperfección inscrita en la anatomía. Incluso una manera de modelar el comportamiento, los rasgos emocionales y de dar así al futuro niño aquellas cualidades que soñamos. La nueva criatura que llegará al mundo podría construirse a partir de un gesto de omnipotencia demiúrgica que salta de la fantasía de los progenitores a la realidad de una existencia concreta. Padres dioses”.

desde el origen de la modernidad: la “enfermedad” o dis-función y la “mortalidad”?

En tanto hoy en día lo que antes constituían *cualidades* de los sujetos (ser bajo, gordo, o muy activo -hiperactivo-) o *estados* por los que pasaban estos sujetos en diferentes instancias de sus vidas (tristezas, ansiedades, euforia, melancolía), en la actualidad son *enfermedades o disfunciones (desórdenes)* a ser corregidos desde que nacemos o a través de intervenciones químicas en extensos -en tanto crónicos- lapsos de nuestras vidas.

Se puede pensar, pues, que esta posible “nueva ciencia”, *indiferente a la singularidad*, entraría en las estrategias de esa **biopolítica** a partir de la cual el Estado ya puede, por ejemplo, regular el tráfico de órganos humanos y autorizar los transplantes o decidir la corrección de posibles errores en el código genético desde el embrión mismo o en algún otro momento de la vida (por ejemplo, eliminar el “gen violento” a los clasificados como *delincuentes*), y entonces la vida del sujeto queda a disposición del estudio y la investigación en aras de esta ciencia.

Se podría también ubicar el nacimiento de **esta modalidad de la experimentación “en los cuerpos”**, en los experimentos atroces que se han cometido con humanos en los campos de concentración, donde por primera vez en la historia el hombre se atrevió a usar al semejante como cobayo de laboratorio. Entonces, franqueado ese límite, de ahí en más se contabilizará una serie donde todo será posible. De acuerdo con el psicoanalista J.A. Miller, citado por Goldman (2004), cuando “se desgarran el imperio de las ficciones surge el hecho de que se maltratan los cuerpos y se los ve aparecer en su materialidad más patética”. Según estos autores, en el Holocausto se inauguraría ese permiso, es decir la posibilidad de atravesar la ficción de los cuerpos en su intimidad para que el cuerpo devenga carne de experimentación sin ninguna ley que atempere esa ferocidad (Goldman, 2004).

5. Culminamos el recorrido del *cuerpo* en tanto concepto, asentándonos en esa configuración de pensamiento que, desde Spinoza a Nietzsche, desde postulados psicoanalíticos a post-estructuralistas, desde una filosofía fenomenológica a una antropología del cuerpo, cuestiona la lógica cartesiana del cuerpo-máquina y de la superioridad de la razón, la concepción del cuerpo-instrumento o el cuerpo-resto.

Esta *altre*²⁸ o *alter* (otra) configuración del pensamiento afirma la condición humana en el cuerpo: el mundo sólo se da bajo la forma de lo sensible, de aquel devenir sensorial y lingüístico. Son las percepciones sensoriales las que arrojan físicamente al hombre al mundo y, de este modo, al seno de un mundo de significados, que no lo limitan sino que lo suscitan: “Sentir es desplegarse como sujeto y acoger la profusión del exterior” (Le Breton, 2007 [2006], p.24). No es tanto el cuerpo el que se interpone entre el hombre y el mundo sino un universo

28. *Altre: otra en catalán.*

simbólico. La misma percepción no es huella de un objeto en un órgano sensorial pasivo, sino una actividad de conocimiento diluida en la evidencia o fruto de una reflexión. Lo que los hombres perciben no es lo real desnudo (e incluso “descarnado”), sino ya un mundo de significados. Es así que la des-realización de las percepciones implicaría la pérdida del mundo, del mundo significativo, la pérdida de la realidad.

El cuerpo no es una realidad en sí misma cerrada y acabada, sino que se construye a partir de las percepciones -como entramado de sensaciones, percepciones y significaciones- y los discursos que hablan de él, esto implica las prácticas que lo ordenan de un cierto modo (el orden cultural) y los movimientos subjetivos diversos que participan tanto en procesos de reproducción como de producción en la apropiación de la realidad. De esta manera, el cuerpo queda presentado como trama de atravesamientos múltiples entre una dimensión orgánica y un doble imaginario: el singular, de la propia historia; y el social, de la historia de una cultura.

Interrogar el **cuerpo** es también volverlo experiencia, como muchas de estas corrientes antes mencionadas proponen. Ante un cuerpo sucumbido por una tradición ideológica que fue transformándose pero al mismo tiempo continuándose, y transformándolo al mismo tiempo que continuándolo, aparecen varias paradojas respecto al mismo: hoy el cuerpo que languidece frente a las pantallas es el mismo que se activa intensamente desde una sensorialidad que acentúa y agiliza la visión y la escucha desarrollando, de este modo, capacidades cognitivas; es el mismo que se “entrena” mecánica y técnicamente para estar en “buen estado” y al mismo tiempo se entumece sentado frente al volante, frente a las pantallas, frente a los aparatos que pueblan nuestra cotidianeidad. Es este cuerpo el que busca integrarse mejorando su calidad de vida y el que huye de la muerte y la enfermedad desintegrándose en prácticas alienantes. Y el que, “descarnado”, se vuelve sin embargo materia prima de experimentos e invenciones como también de la aspiración a “otras vidas en esta vida” desde diversas prácticas “espirituales”.

Es a veces un cuerpo sexuado, otras transexuado y otras veces andrógino, como **los** ordenadores o **las** computadoras; a veces exalta su valor de objeto y otras reclama su subjetividad diversa. Es por momentos un cuerpo-sujeto y en otras instancias aparece sujeto a los discursos dominantes de la ciencia y la tecnología, el consumismo y la biopolítica.

Hay voces que lo reivindican y voces que lo extraditan. Voces que reclaman la diversidad y la diferencia anatómica²⁹, y otras que anulan la diferencia y borran toda huella de sexualidad.

Hay cuerpos que se sensibilizan con la cercanía y cuerpos que se sensibilizan con la distancia, cuerpos pensantes y cuerpos presentes; cuerpos ausentes y sujetos cercenados.

Cuerpos que gozan y cuerpos gozados, cuerpos que se ubican fuera de la muerte y al mismo tiempo se vuelven mortíferos.

29. Juego de palabras con el artículo de S. Freud: “Algunas consecuencias psíquicas de la diferencia anatómica de los sexos”.

Bibliografía

- BAUDRILLARD, J. (1990). *Videosfera y sujeto fractal*. En Anceschi, Bechelloni, Baudrillard, Renaud, Virilio et al., *Videoculturas de fin de siglo*. Madrid: Cátedra.
- BAUDRILLARD, J. (2000). *Pantalla total*. Barcelona- España: Editorial Anagrama.
- COSTA, F. (2007) "Antropotécnicas de la modernidad tardía. Bio-tanato-políticas y nuevos dispositivos de captura del cuerpo", Newsletter Nro.7, Publicación electrónica de la Facultad de Ciencias Sociales – UNICEN. www.soc.unicen.edu.ar.
- DELEUZE, G. (1988). *Diferencia y repetición.*, España: Júcar Universidad.
- DELEUZE, G. (1999). "Posdata sobre las sociedades de control". En Ferrer, Christian (comp), *El lenguaje libertario. Antología del pensamiento anarquista contemporáneo*. Buenos Aires: Altamira.
- ENRIQUEZ, M. (2010) "Chica de tapa: Las muñecas y los collages de Carmen Burgess", En *Radar, Página 12*. Buenos Aires, Nro 720. Año 14, 11/07/10.
- FERRER, C. (2005) "Las partes y el todo", en *El interpretador - literatura, arte y pensamiento*, Buenos Aires, Nro. 16 de julio de 2005.
- FERRER, C. (2010) "DEBATE Blogs o el espectáculo del yo", En *Revista Cultural* N°. Buenos Aires, 30 de enero de 2010.
- FOUCAULT, M. (1976). *Vigilar y castigar*. México: Siglo XXI.
- FREUD, S. (1990 [1914]). "Introducción al Narcisismo", en *Obras Completas*, Tomo XIV. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- GOLDMAN, Bejla R. de (2004) "El analista defensor del derecho. Holocausto, ciencia y política", *Trabajos de Investigación Clínica y de Inserción del Psicoanálisis en diversas Áreas Temáticas, Problemas contemporáneos en la clínica de las neurosis*. Buenos Aires. Investigación á psicoanálisis. Espacios Temáticos. <<http://www.psicomundo.com/foros/investigacion/goldman.htm>>
- GUIDO, R. (2008) "El cuerpo desfondado", en *Dossier Primer Encuentro de Psyche Anudamientos: Diagnósticos de los tiempos que corren. Tecnología y pulsión*. Buenos Aires, Psyche navegante N° 81- abril de 2008.
- LACAN, J. (1990 [1966]). *El Estadio del Espejo como formador de la función del yo (je) tal como se nos revela en la experiencia psicoanalítica*. En *Escritos I*. México: Editorial siglo XXI.
- LACAN, J. (1992 [1964]). *El Seminario 11. Los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis*. Buenos Aires: Paidós.
- LE BRETON, D. (2002) *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- LE BRETON, D. (2007 [2006]). *El sabor del mundo. Una antropología de los sentidos*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- LE BRETON, D. (2007). *Adiós al cuerpo – una teoría del cuerpo en el extremo contemporáneo*. México: Edit. La cifra.
- LEVY, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós.
- NANCY, J. (2006). *El intruso*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- QUÉAU, P. (1995). *Lo virtual. Virtudes y vértigos*. Barcelona: Paidós.
- SIBILIA, P. (2009 [2005]). *El hombre postorgánico: cuerpo, subjetividad y tecnologías*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- SIBILIA, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Hacia un nuevo escenario: sobre los actuales cambios socio-técnicos en la prensa

Resumen

El presente trabajo se interroga sobre los cambios socio-técnicos que han tenido lugar en el universo de la prensa, especialmente a partir de su "puesta en pantalla". Con el arribo de los periódicos tradicionales a la web, se ha visto proliferar un sinnúmero de elucubraciones sobre el fin de la industria de la prensa papel o la alteración radical de la función del periodismo y la explosión de las barreras que hasta entonces separaban a los periodistas de los lectores. Distanciándonos de este tipo de radicales declaraciones, que impregnadas por un determinismo tecnológico desatienden las formas más evolutiva en que se articulan los cambios tecnológicos y las necesidades sociales, nos proponemos aquí revisar el modo en que se ha reconfigurado el escenario mediático actual, al menos en cuanto a tres ejes centrales: el texto, su autor y su lector.

**Natalia Raimondo
Anselmino**

Licenciada en Comunicación Social. Docente e investigadora de la Universidad Nacional de Rosario. Becaria Doctoral CONICET.

natalia_aimondo@hotmail.com

“El instrumento en la mano es un objeto técnico, pero la mano que lo manipula es un sujeto cultural (y el instrumento sin la mano es una abstracción propia de un museo)”.

DEBRAY, R. (2001)

A esta altura es un punto de consenso reconocer la constante interrelación entre *lo técnico* y *lo social*. Tomando esta declaración como punto de partida, nos proponemos aquí superar las posturas deterministas que abundan en el ámbito de las “conjeturas” sobre el futuro que nos deparan los cambios tecnológicos, con el fin de comprender las transformaciones que se han producido en la prensa a partir de su “puesta en pantalla”. De este modo, centraremos nuestra atención en la manera en que se ha reconfigurado el escenario de los medios masivos de comunicación, deteniéndonos especialmente en tres aspectos centrales: el texto, el autor y el lector¹.

Desde el ámbito de la “sociología de la tecnología” -sobre todo a partir de los planteos enmarcados en la égida del “constructivismo social”- se establece la necesidad de dejar de concebir la “tecnología” y la “sociedad” como dos esferas independientes entre sí, dado que la relación que se da entre ambas es de “co-construcción”². Tanto Trevor Pinch como Wiebe Bijker se han abocado a explicar por qué la tecnología es una dimensión estrictamente humana, es decir, por qué es imprescindible comprender que el ser humano está tecnológicamente constituido: es un ser tecnológico. Así, se sostiene que “las sociedades están tecnológicamente configuradas, exactamente en el mismo momento y nivel en que las tecnologías son socialmente construidas y puestas en uso” (en THOMAS, H y BUCH, A.; 2008: 10). Hablar, por lo tanto, de lo “socio-técnico”, implica considerar -siguiendo lo propuesto por Bijker- que “no es meramente una combinación de factores sociales y tecnológicos, sino algo sui generis” (IBID: 238-239). La sociedad y la tecnología “emergen como dos caras de la moneda socio-técnica durante el proceso de construcción de artefactos, hechos y grupos sociales relevantes” (IBID 238-239).

También es una convicción ampliamente compartida considerar que el sistema de medios masivos de comunicación sufre constantes modificaciones conforme va adoptando los continuos cambios socio-tecnológicos. Pero, más allá de esta certeza general, consideramos que en el contexto actual de la prensa las transformaciones más notorias han tenido lugar a partir de su “puesta en pantalla”, es decir, de la mano del surgimiento y consolidación de los periódicos “en línea”.

Desde el momento mismo en que se publicaron los primeros diarios digitales allá por mediados de la década del noventa, se despertó un creciente interés por conocer cuáles serían las consecuencias de tales cambios: ¿sería el fin de la prensa tal cual la conocíamos?, ¿desaparecería la prensa en su versión papel? ¿nos encontraríamos ante el ocaso del periodismo como profesión?. Estos son sólo algunos de los interrogantes apocalípticos que siguen resonando al mismo tiempo que surgen otros, de corte diferente pero tan inocentes como los anteriores: ¿estamos ante una democracia de contenidos?, ¿tendrá el ciudadano el poder de ejercer los mismos derechos y funciones que un periodista?

Sin embargo, como lo explica Pablo Boczkowski (2006), este tipo de reacciones que ponen el acento en los “efectos revolucionarios” de ciertos cambios - que parecen ser percibidos como si sólo una alteración en el aspecto técnico les diera lugar- no prestan atención a los procesos que generan esos efectos, al tiempo que pasan por alto las formas más evolutivas que “revolucionarias” en las que los actores sociales -sujetos e instituciones- incorporan a sus vidas, en forma progresiva y continua, los cambios tecnológicos. Esta mirada, sostiene el autor, “no ha permitido ver con tanta claridad que estos efectos no derivan de la forma

1. La presente reflexión se lleva a cabo en el marco del proyecto de tesis doctoral “El vínculo diario-lector en los periódicos “en línea”. Análisis sociosemiótico de los espacios de participación del lector en los diarios argentinos de alcance nacional”, para el Doctorado en Comunicación Social de la Facultad de Ciencia Política y RRH de la UNR, bajo la dirección de Luis Baggiolini y la co-dirección de Rubén Biselli.

2. La elección del término “co-construcción” presente en el texto de Thomas y Buch (2008) parece acertada porque permite evitar, a diferencia de la noción de “co-determinación”, la idea de que “tecnología” y “sociedad” son dos entidades que nacen paralelas (sin cruces originarios) y que recién más tarde se entrelazan (o determinan mutuamente).

en que las propiedades tecnológicas se adecuan a las necesidades sociales, sino de las formas en que los actores utilizan la tecnología” (IBID: 19). De modo que sería un desatino perder de vista que “los medios nuevos surgen por la fusión de infraestructuras sociales y materiales existentes con capacidades técnicas novedosas, proceso que se despliega en relación con tendencias socioeconómicas más amplias. Más específicamente, los periódicos *online* han surgido a partir de la fusión de las tradiciones impresas de narrativa lineal con las potenciales capacidades interactivas y (más recientemente) multimedia de la informática. Esto ha ocurrido, en parte, como reacción a importantes tendencias socioeconómicas y tecnológicas, tales como un escenario competitivo cambiante y desarrollos propios en informática y telecomunicaciones, tendencias que, a su vez, han sido influidas por el advenimiento de los periódicos *online*” (IBID: 21).

Como es evidente, lo central es intentar identificar los procesos de formación mutua -o “co-construcción”- de la sociedad y la tecnología: “La innovación en los medios de comunicación se desarrolla a través de las mutaciones interrelacionadas de elementos de tecnología, comunicaciones y organización. (...) existencia de una ecología profunda que vincula la tecnología, las comunicaciones y la organización. Un nuevo medio emerge de cambios en esa ecología” (IBID: 29).

Si pretendemos reseñar algunos de los cambios socio-técnicos que atañen hoy a la “industria cultural” que es la prensa, podemos partir de considerar que no hay análisis sobre un medio masivo de comunicación que pueda jactarse de obviar un aspecto sustancial: la política económica de *concentración* que rige actualmente el escenario sobre el que se desarrollan los grandes medios. Como afirma Robert McChesney (2002) el “sistema global de medios” se encuentra absolutamente permeado y sostenido por la lógica neoliberal del mercado, lo cual explica la gesta y desarrollo de lo que se ha denominado como “oligopolio global de medios”. Una de las facetas que caracteriza a este oligopolio es la creciente convergencia y concentración económica que promueven, por lo que McChesney termina por considerar, incluso, que suponer que son los avances tecnológicos los que han hecho surgir el imperio de las grandes empresas de medios representa una visión parcial de la actual coyuntura. Al contrario, según él, sería el paso al neoliberalismo la “auténtica fuerza motriz”, que, a partir de “(...) la relajación o la eliminación de barreras para su explotación” (IBID: 237) favorece la concentración - transnacional - de la propiedad de los medios.

Por otro lado, para comprender mejor la complejidad del actual paisaje mediático, consideramos necesario reconocer, tal como lo proponen los últimos trabajos de Henry Jenkins, que nos encontramos inmersos en una etapa de transición -un “between”- en el que emerge una nueva “ecología de medios”, más híbrida que las precedentes; un escenario plagado de contradicciones que dificultan un análisis ligero de la situación. Con respecto a la cuestión de la distribución de la propiedad de medios sostiene: “... audiences and industry both seem to be

1.

La nueva ecología de medios

gaining -and losing- power, media control seems to be concentrating and dispersing in the same transitional moment” (JENKINS, H. y DEUZE, M.; 2008: 7). Incluso -aclaran Jenkins y Deuze-, aún cuando la mayoría de las corporaciones de medios se consolidó al formar conglomerados en la década de 1990, se ha producido el desarrollo paralelo de desconcentración de medios “and corporate dysfunctionalism” (IBID). No obstante, explican, las “reconfiguraciones” que plantea este nuevo escenario no lo han cambiado todo. Las grandes empresas mediales no han perdido el control sobre el entorno comunicacional, el consumo de medios de comunicación no está aún totalmente fragmentado, y el mercado global no ha abierto del todo sus puertas a los cientos de pequeñas empresas y compañías independientes que pugnan por un lugar (IBID: 8). Así se da paso a otro término que se ha utilizado recurrentemente para explicar el proceso de hibridación de medios, del cual hoy es parte la prensa: el de *convergencia*.

Tal como lo hemos desarrollado en otros trabajos (Cfr. RAIMONDO ANSELMINO; 2009), la noción de “convergencia” es casi automáticamente acompañada por el calificativo “tecnológica”, relegándose los demás aspectos a los que la misma también apunta (Cfr. SALAVERRIA; 2003). Esos otros “aspectos” que permiten definir y explicar los escenarios convergentes -más allá de lo tecnológico- pueden sintetizarse, según Ramón Salaverría, en tres dimensiones que generalmente son olvidadas: la dimensión empresarial, la profesional y la comunicativa. La primera comprende las dinámicas de multiplicación de medios en el seno de un grupo de comunicación, así como los modos en los que esos medios se coordinan entre sí en lo económico y en lo editorial; la segunda refiere a las alteraciones que movilizan los nuevos entornos profesionales; y la tercera y última alude a las posibilidades que la convergencia trae aparejada para el lenguaje periodístico.

Podemos hacer mención, también, de lo que parecería ser la particular contracara del proceso de convergencia en el nivel de la producción: la *divergencia* en recepción, como resultado de prácticas de consumo cada vez más personalizadas. En línea con esta idea, Eliseo Verón afirma la existencia de ciertas “(...) perturbaciones en la relación pautada entre la producción de los medios y el consumidor” (2007: 39). Tendencia que ha estado generándose desde hace un par de décadas y ha alterando de a poco el vínculo entre producción y recepción que se comenzó a forjar a partir de la época de la prensa de masas de fines del siglo XVIII: “La audiencia como se dio, acabó y la programación la va a hacer el consumidor (...) esa convergencia va a hacer que los consumidores de medios consuman lo que quieran, como quieran, y en el momento que quieran” (Ibíd.: 40-41). Seguramente la anterior afirmación carece de ciertos matices, pero es ineludible que el tipo de consumo individualizado que posibilitaron, en el caso de la televisión, la videograbadora y los sistemas de grabación y programación dispuestos por la televisión digital (como DirecTV Plus), es de algún modo potenciado por ciertos usos³ que se efectúan de los dispositivos que permiten al usuario/lector intervenir en la programación del diario on-line, tanto a partir de la personalización de su espacio de lectura como de la más concreta posibilidad de participar en la jerarquización de la información (mediante los rankings) e interactuar con los distintos espacios de opinión.

Este nuevo vínculo con el público se corresponde con otra alteración -la última que mencionaremos- en la estructura clásica de la prensa, especialmente en relación a la lógica de negocios que hace años la sostiene. Como es sabido, en la

3. “Las limitaciones técnicas y la construcción social siempre se relacionan de forma que es imposible separarlas. El estado de evolución de la técnica impone limitaciones sobre los posibles usos de una tecnología. (...) Sin embargo, dentro de estas limitaciones y tendencias, hay una gran variedad de elecciones abiertas a cada cultura o a cada grupo” (BOLTER, J.; 1998: 258-259).

mayor parte de los casos y a diferencia de lo que sucede con la prensa papel, los diarios digitales no cobran por acceder al contenido que proporcionan, por lo que su ingreso se ve restringido al dinero que llega gracias a la pauta publicitaria. Esto motivó que las distintas cabeceras centraran su preocupación en conseguir que las empresas inviertan en publicidad digital y desarrollaran todo un dispositivo de identificación, descripción y seguimiento de los usuarios de su sitio⁴.

Quando la prensa de masas apareció, el *texto* tal y como era concebido por entonces -su cuerpo y su modo de estructurarse en las páginas de los libros- sufrió una considerable alteración. La columna central en la página fue reemplazada por el estilo mosaico y la tabulación que le imprimió el diario. Como explica Christian Vanderporpe, “escapa entonces radicalmente de la linealidad original de la palabra para presentarse en forma de bloques visuales que se responden y completan sobre la superficie tornasolada de la página. Sólo después de la aparición brutal de los titulares a toda página se impondrá una nueva forma de compaginación, guiada no ya por la lógica del discurso sino por una lógica espacial (...) La compaginación aparece entonces como una retórica del espacio que desestructura el orden del discurso (su lógica temporal) para reconstituir un discurso original que, precisamente, es el discurso del diario” (VANDERPORPE, C.; 2003: 54). Esta estructuración de la textualidad -aunque con ciertos cambios que se sucedieron en el medio, entre ellos los producidos por el pasaje del formato sábana al tabloide- permaneció sin alteraciones hasta el momento en que el discurso periodístico arribó al ciberespacio. Aunque en un principio los diarios on-line se limitaron a replicar en la versión digital lo publicado en el papel, con el tiempo -haciéndose eco de las posibilidades que el soporte digital habilitó y de los nuevos códigos de comunicación y los hábitos de escritura-lectura y navegación propios del entorno que proporciona Internet- comenzaron a incorporar al discurso noticioso los recursos de la hipertextualidad y la multimedialidad.

No hay que olvidar, no obstante, siguiendo a Boczkowski, que “... los cambios culturales y materiales no se realizan en un vacío histórico, sino que reciben la influencia del legado de procesos que los precedieron” (2006: 28). De modo que es necesario recordar, al menos a vuelo de pájaro, que las alteraciones que ha sufrido el texto a lo largo de la historia han sido variadas, y que estos cambios fueron acompañados por un conjunto de modificaciones en la relación texto-lector-lectura. Como ejemplo de esta dinámica, Christian Vanderporpe analiza el pasaje del volumen al código: “El elemento nuevo que el código introdujo en la economía del libro es la noción de página. Gracias a ésta, en el curso de una evolución lenta pero irresistible, será posible manipular el texto mucho más fácilmente. En suma, la página permitirá que el texto escape de la continuidad y la linealidad del rollo: lo hará entrar en el orden de la tabularidad. Por eso, el código (...) introduce el establecimiento de una nueva relación entre el lector y el texto” (2003: 44). Diversas mutaciones posteriores repercutirán también en esta relación. Estamos aludiendo aquí a las numerosas referencias concebidas para

2.

Las mutaciones del texto

4. A comienzos del 2009 Microsoft anunció que comenzaría a incursionar en el rubro de la publicidad digital, por la importancia que este campo asumirá en los años venideros. Axel Steinman, gerente de Microsoft Live en América Latina, explicó: “Para medir la efectividad de la publicidad en TV hay que usar métodos indirectos, como resultados de ventas o investigaciones de percepción de marca. En Internet, yo puedo decir exactamente cuánta gente pasó por una publicidad, de qué perfil, por qué páginas fue pasando para saber cómo se fue exponiendo a la marca”, en “Crecer en publicidad va a ser más fácil que en software”, *Clarín, Suplemento IEEO*, pp. 10, del domingo 4 de enero de 2009

ayudar a que el lector se oriente en su lectura -la numeración, los índices, el sumario y las marcas de párrafo-, permitiendo que "el lector escape de la linealidad original de la palabra" (IBID: 45).

Tampoco ha sido ni lineal ni progresiva -como muchas veces parecen creer quienes se deslumbran ante las "novedosas" peculiaridades que asume el texto digital- la relación entre la idea de texto como una entidad "cerrada" o protegida contra la intervención de otros y la concepción de que el texto está "desarticulado", es una entidad en la que se puede entrar, manipular y recomponer. Según Raffaele Simone, la idea del texto "cerrado" no es primitiva -ni anterior a la del texto desarticulado-, ya que en la antigua Grecia, por ejemplo, los textos que circulaban eran, generalmente, de naturaleza oral, transmitidos con la mediación de profesionales de la memoria y, por lo tanto, "expuestos a la posibilidad de ser alterados en la transmisión de una persona o una generación a otra" (2001: 124). De modo que la idea de texto cerrado parecería haberse formado con el desarrollo de la escritura y la definición de los derechos de propiedad literaria⁵.

También Vanderdorpe (2003) considera que nos enfrentamos nuevamente a cambios en el estatuto de la textualidad, pero el cambio más radical que provoca Internet sobre el texto tendría relación directa con la instancia enunciativa del mismo: "Nuestra civilización entró en una nueva edad donde la 'tecnologización de la palabra' es llevada al extremo, y donde la referencia se hace todavía mucho más movible y aleatoria que sobre el papel. (...) la instancia del discurso es cercenada de cuantiosos elementos que la caracterizan normalmente bajo el régimen impreso (...) el relato está condenado a desenvolverse en un eterno presente (...) El hipertexto es el sitio donde triunfa por excelencia la ideología 'del aquí y ahora'" (IBID: 84-85). De modo que, el texto perdería una buena parte de sus dispositivos lingüísticos de anclaje autorreferencial.

Pero obsérvese aquí -y este no es un dato menor- que no hemos utilizado hasta el momento, para calificar y adjetivar al texto que circula en soporte digital, el término "virtual". Esto es así, porque preferimos recuperar la concepción de "virtual" que detenta Pierre Levy, ya que nos permite comprender con mayor precisión cómo las tecnologías cristalizan ciertas funciones humanas en general y cognitivas en particular. Empecemos por recordar que, para Levy, lo virtual no está asociado con lo falso ni es opuesto a lo real, sino que es un modo particular de ser que implica, a su vez, "un proceso de transformación de un modo a otro de ser" (1999: 14). Por lo tanto, la oposición corriente entre real y virtual es equívoca: "lo virtual no se opone a lo real sino a lo actual: virtualidad y actualidad sólo son dos maneras de ser diferente" (IBID: 17). Incluso, desde su postura, el texto mismo es una entidad virtual que es actualizada por la lectura⁶.

La dinámica de la virtualización no va acompañada, para Levy, de una desaparición; no se asocia con la "desrealización" de algo. Por el contrario, todo proceso de virtualización, acarrea un "proceso de materialización" (IBID: 69) en el que se da un paso del interior al exterior y viceversa: "Una tecnología intelectual casi siempre exterioriza, objetiva, virtualiza, una función cognitiva, una actividad mental. De este modo, reorganiza la economía o la ecología intelectual en su conjunto y, en contrapartida, modifica la función cognitiva a la que sólo debía apoyar o reforzar." (IBID: 37). He aquí un proceso vital para la hominización, que ha estado presente tanto en la aparición de la escritura como en el desarrollo del hipertexto informático. Con la escritura se virtualizó la función cognitiva de la memoria,

5. El autor aclara, además, que el pasaje de la oralidad a la escritura no bastó, por sí sólo, para crear la idea de que el texto es inmutable. Incluso menciona ciertos usos de los textos escritos propios de la Edad Media, que implicaban percibirlo como una entidad que podía ser alterada: tomemos por ejemplo el caso de las compilaciones. Cfr. SIMONE, R (2001: 128-129).

6. "El texto, desde sus orígenes mesopotámicos, es un objeto virtual, abstracto (...) Lo fabricamos, lo actualizamos recorriéndolo, cartografiándolo" (IBID: 35-36).

que "permitió los modos de conocimiento teóricos y hermenéuticos y desplazó el lugar de los saberes narrativos y rituales de las sociedades de tradición oral" (IBID). Con el hipertexto también se virtualiza una actividad intelectual, en este caso ciertos aspectos presentes en toda lectura. Este proceso de exteriorización, en que lo privado se vuelve público, adquiere su eficacia, según el autor, cuando dicha exterioridad vuelve a interiorizarse, contribuyendo a forjar la subjetividad colectiva.

Al analizar la matriz simbólica e imaginaria de la técnica contemporánea, Daniel Cabrera señala "la centralidad constitutiva de lo imaginario del 'sin límite' de las nuevas tecnologías" (2007: 29). Es decir, que los imaginarios que circulan en torno a los últimos avances técnicos se caracterizan por remitir a la creencia del estallido de todo tipo de límites: "El modo de hablar de los límites de las nuevas tecnologías consiste en afirmar que no los tienen y que otorgan al usuario ese horizonte ilimitado" (IBID). Pero esta visión de lo ilimitado -que se reproduce cuando se apela a la borradura de toda frontera entre las funciones del autor y del lector- descuida la complejidad de los actuales cambios socio-técnicos y desatiende su historicidad.

Tal como lo señala Roger Chartier (1997), los interrogantes abiertos por Benjamin en su escrito "*La obra de arte en al época de su reproductividad técnica*" -publicado en 1936- siguen teniendo hoy una sorprendente vigencia y, agregamos aquí, revelan que el argumento de la disolución de los límites entre el creador de una obra y su receptor no son para nada nuevos.

Es Benjamin quien observa el cambio de la relación entre escritores y lectores que se evidencia con el surgimiento de la prensa a finales del siglo XIX, en donde también se puede apreciar la masificación de algo que antes estaba reservado a pocos. Dice: "Con la creciente expansión de la prensa, que proporcionaba al público nuevos órganos políticos, religiosos, científicos, profesionales y locales, una parte cada vez mayor de los lectores pasó, por de pronto ocasionalmente, del lado de los que escriben. La cosa empezó al abrirse su *buzón* la prensa diaria (...) La distinción entre autor y público está por tanto a punto de perder su carácter sistemático. Se convierte en funcional y discurre de distintas maneras en distintas circunstancias. El lector está siempre dispuesto a pasar a ser un escritor" (2007: 167). Pero este fragmento ha sido muchas veces motivo de malas interpretaciones, sobre todo actualmente, momento en el que, como bien lo arguye Claudia Kozak, "la web 2.0 sigue ocupando el espacio de la novedad tecnológica masiva a digerir rápidamente".

En este sentido, José Luis Brea realiza la siguiente advertencia: "Donde se supone reside la mayor fuerza revolucionaria de la técnica (en la extensión de la recepción pública de las obras de arte) es justamente donde se efectúa su más siniestro efecto alienador (...) Cuando les da por defender (a los bienintencionados, digo) que la fuerza revolucionaria de lo técnico en el arte reside "en la

3.

Sobre los límites entre el autor y el lector

interactividad” de una obra que posibilita al receptor no ser puramente “pasivo”. El argumento es tan simple, tan jesuítico, que no merece la pena ni esforzarse en refutarlo. Probablemente, pocas obras han habido tan idiotas (y aún idiotizantes) como esas que reclaman un espectador moviendo palancas o tocando botoncitos. Aún cuando sólo fuera porque, a reverso, pretende dejar negado que la lectura (y la contemplación) siempre ha sido un proceso activo, productivo...” (2001: 118).

Obviamente, no se trata de negar que los recientes cambios socio-técnicos aparezcan modificaciones en las figuras del autor y el lector y en sus funciones, sino más bien, se intenta evitar planteos de tipo ingenuo y radicalizados. No es posible omitir, en ese sentido, como lo afirma Levy, que la matriz digital, involucra un *nuevo* universo de gestación y de lectura de los signos. Pensemos, pues, algunos de estos cambios en relación con la prensa digital.

Como lo hemos analizado en anteriores oportunidades (Cfr. RAIMONDO ANSELMINO; 2009 y 2008), cada vez más los diarios digitales ofrecen en sus interfaces un conjunto de espacios que tienen, como objetivo, canalizar la “opinión” del lector. En muy poco tiempo, dichos sectores se fueron multiplicaron progresiva y exponencialmente, diversificándose en cuanto a su funcionalidad y ocupando lugares centrales en casi todos los periódicos “en línea”. De la solitaria carta de lectores saltamos a un conjunto diverso y heterogéneo de herramientas que le permiten al lector intervenir en el universo noticioso y que exceden el incipiente recorrido hipertextual que cualquier usuario realiza al acceder a un periódico (aún en papel): comentarios a las noticias, encuestas, rankings de lecturas, foros, blogs, etc.

Por otro lado, si se observa la evolución de las interfaces de los diarios digitales, sobre todo si tenemos en cuenta los cambios que tuvieron lugar en los últimos dos o tres años, es posible advertir que dichas modificaciones tuvieron como objetivo optimizar el “contacto” entre el diario y el público lector, adecuándose a las características del nuevo ambiente digital de Internet y a las maneras que tienen los usuarios de habitar y vivenciar dicho entorno. De hecho, todos los cambios que se evidenciaron en los últimos tiempos -por lo menos en las interfaces de los diarios argentinos de alcance nacional- tuvieron como motivo (explícito, en ciertos casos; tácito en otros) otorgarle al lector más espacio en donde intervenir. Y no sólo es una cuestión de cantidad. A medida que el usuario va adquiriendo nuevas habilidades o “practicando” otros espacios o medios (la blogósfera, youtube, facebook, twitter, por nombrar los más notorios), los grandes diarios -los que tienen tanto las posibilidades económicas de adaptarse a las circunstancias, como la necesidad y responsabilidad de retener el capital que les ingresa por la publicidad: ambos factores del todo interdependientes-han ido incorporando dichas modificaciones de alguna u otra manera.

No obstante, en el marco de este nuevo “orden del discurso”, resta dilucidar qué tipo de contenidos produce realmente el lector; la gran pregunta es: ¿qué lugar ocupa la opinión de los lectores en los periódicos “en línea”? Porque, más allá de los auspiciosos anuncios de derrumbe de la frontera que separa a los periodistas de los usuarios, sigue siendo notoria la división entre los contenidos periodísticos producidos desde las redacciones y aquellos aportados por la “colaboración” del público. Los diarios “en línea” no han hecho aún más que proponerle al lector herramientas para lo que en otro texto hemos dado en llamar como una *partici-*

pación encauzada (RAIMONDO ANSELMINO; 2007). Es decir, continuamente se generan espacios destinados a incentivar y contener el flujo comunicativo de la audiencia pero, por el momento, sin desatender que es el mismo diario quien genera arbitrariamente las consignas o selecciona y limita los espacios de su aparición.

Para cerrar, resta decir que esperamos que se haya podido advertir, en este trabajo, nuestro intento por comprender los cambios socio-técnicos que afectan actualmente a la prensa -sobre todo a aquella que es "puesta en pantalla"-, desde una mirada que concibe a las tecnologías como construcciones sociales, recordando, con Jay Bolter, que cuando hablamos del futuro de algún medio, "estamos hablando de interacciones sutiles entre limitaciones tecnológicas cambiantes y necesidades culturales cambiantes" (1998: 259).

Bibliografía

BENJAMÍN, W. (2007) "La obra de arte en la época de su reproductividad técnica", en *Conceptos de filosofía de la historia*, Caronte, La Plata, pp. 147-182.

BOCZKOWSKI, P. (2006) *Digitalizar las noticias. Innovación en los diarios online*, Manantial, Buenos Aires.

BOLTER, J. D. (1998) "Ekphrasis, realidad virtual y el futuro de la escritura", en *El futuro del libro ¿Esto matará eso?*, de Nunberg, G. (comp.), Paidós, Barcelona, pp. 255-277.

BREA, J. L. (2001) "Algunos pensamientos sueltos acerca de arte y técnica", en *La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos neomediales*, versión en PDF descargado en forma gratuita en <http://www.joseluisbrea.net/>, pp. 112-124.

CABRERA, D. (2007) "Reflexiones sobre el sin límite tecnológico", en *Revista Artefacto* N° 6, Buenos Aires, pp. 28-32.

CHARTIER, R. (1997) "De la reproducción mecánica a la representación electrónica", en *Pluma de ganso. Libro de letras, ojo viajero*, Universidad Iberoamericana, México, pp. 63-71.

DEBRAY, R. (2001) *Introducción a la mediología*, Paidós, Barcelona.

JENKINS, H. y DEUZE, M. (2008) "Convergence Culture", editorial publicado en *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, Vol. 14, Sage Publications. pp. 5-12.

KOZAK, C. (2008) "Blogopoéticas visuales (hasta cierto punto)", en *Revista Ramona* N° 83, agosto.

LEVY, P. (1999) *¿Qué es lo virtual?*, Paidós, Barcelona.

McCHESNEY, R. (2002) "Economía política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado", en Vidal Beneyto, J. (director), *La ventana global*, Taurus, Madrid.

RAIMONDO ANSELMINO, N. (2009) "Cibermedios: opinión de los lectores", en *Revista Latinoamericana de Comunicación "Chasqui"* N° 105, CIESPAL, Ecuador. pp. 62-67.

_____ (2008) "Apuntes para pensar los espacios de participación del lector en la prensa digital nacional", en *Memorias de las Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación* N° 12. Disponible en la web.

_____ (2007) "La opinión de los lectores en los diarios digitales nacionales", en *CD de ponencias del VIII Congreso Nacional sobre Democracia*, UNR, Rosario.

SALAVERRÍA, R. (2003) "Convergencia de medios", en *Revista Latinoamericana de Comunicación "Chasqui"* N° 81, CIESPAL, Ecuador. Disponible en la web.

SIMONE, R. (2001) "¿Qué le sucederá al cuerpo del texto?", en *La tercera fase. Formas de saber que estamos perdiendo*, Taurus, Madrid, pp. 115-140.

THOMAS, H. y BUCH, A. (comp..) (2008) *Actos, actores y artefactos. Sociología de la tecnología*, Editorial de la Universidad de Quilmes, Bernal.

VANDERDORPE, C. (2003) *Del papiro al hipertexto. Ensayo sobre las mutaciones del texto y la lectura.*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

VERÓN, E. (2007) "Regreso al futuro de la comunicación", en *Cuadernos de Comunicación*, N° 3, Rosario, Facultad de Ciencia Política y RRH, UNR, pp. 35-42.

Repetición y ejercitación: las lógicas pedagógicas de la publicidad digital

Resumen

Este texto pretende describir las vicisitudes de varios años de investigación en los cuales el propio objeto de estudio nos enfrentó a problemas tanto de índole metodológica -inestabilidad del corpus, dificultades para su almacenamiento, ausencia de una terminología específica para nombrar, clasificar, describir- como de índole conceptual.

Dos tipos discursivos son abordados en estas páginas como ejemplos de para describir ciertas modalidades enunciativas en la red: los banners publicitarios y los "Power Points". La observación del corpus, y de los modos de circulación de estas narrativas en la red, habilitan una protohipótesis que los considera como arquetipos de un cierto discurso pedagógico-instructivo que modeliza una forma de ser cliente / consumidor, perceptor publicitario en Internet. La investigación avanza sobre el análisis de las estrategias discursivas utilizadas para interactuar con un lector/navegador atento, pragmático y participativo, tan lejano de la racionalidad reflexiva de la lectura papel como de la racionalidad emotiva del perceptor publicitario de los medios tradicionales.

Mariángeles Camusso

*Lic. en Comunicación Social.
Docente-investigadora de la UNR.
Investigadora del PID Interfaces en
Pantallas.*

mariangeles.camusso@gmail.com

1.

Introducción

¿Qué tienen en común un aviso publicitario de un auto último modelo publicado en el sitio de La Nación On-line con la presentación con que un alumno de, digamos por caso, antropología, rinde una materia en la unidad académica que lo cobija? ¿Qué emparenta a un banner que publicita una dieta, con la cadena de correos que nos envía una prima lejana con mensajes humanistas y espirituales?

La complejidad del abordaje de análisis sociosemiótico de las interfaces en pantalla ha sido profusamente abordada por diversos autores, inclusive al interior del Proyecto de Investigación que origina estas reflexiones. Ya sea hablemos de dispositivos¹ (Agamben, 2006) (Deleuze, 1990) de plataformas² (Traversa, 2009) o de meta-medio³ (Valdettaro, 2009), la consolidación de las redes como modo de acceder a la información, el conocimiento y/o el entretenimiento, ha devenido en la necesidad de encontrar variables de observación que permitan analizar, describir y explicar los fenómenos de producción de sentido que circulan en las pantallas. No resultaría posible, en el estado actual de proliferación de objetos digitales significantes, establecer categorías semióticas generales, sino que, por el contrario, parece imprescindible definir corpus particulares para avanzar en cada investigación. La simplicidad aparente de esta solución se diluye ante la dificultad para establecer los límites y alcances de cada corpus.

De las múltiples interfaces que brotan de nuestros monitores, y que en alguna oportunidad hemos mencionado como dignas de ser investigadas (Camusso, M.)⁴, existen dos **tipos** que, pese a su aparente disparidad, convocan cierta atención con hipótesis de convergencia: las publicidades digitales en la forma de banners y las presentaciones Power Point. La preeminencia de las **modalidades imperativo pedagógicas** torna pariente lo que aparentaba extranjería.

2.

De la publicidad y sus encantos

Las investigaciones semióticas, narrativas, comunicacionales no han sido indiferentes a las reflexiones que suscitan las piezas de comunicación publicitaria. Por una parte, por la compleja amalgama de lenguajes que se combinan en poco espacio o tiempo -según hablemos de una publicidad gráfica, radial o audiovisual; por otra, por la transparencia que la narrativa publicitaria ha demostrado para evidenciar aquello que en otro tipo de discursos permanece oculto o travestido: la intencionalidad persuasiva.

Aunque suene contradictorio con el sentido común que acusa a la publicidad de manipulación o mentira, podemos sostener que cualquier perceptor educado en la economía narrativa de los medios sabe que esa configuración de formas y contenidos tiene un objetivo que va más allá de la comprensión del propio relato y percibe -también consume- en consecuencia.

A lo largo de los años y la evolución de las tecnologías de la transmisión de información, los medios que la publicidad ha utilizado para alcanzar estos objetivos que exceden lo comunicacional han variado, por la propia genealogía de los soportes, pero también por la creciente sofisticación perceptual de los públicos,

1. En un recorte por demás de discutible, en este texto se utilizará la noción de dispositivo que propone Agamben, G.: "cualquier cosa que tenga de algún modo, la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos de los seres vivientes" AGAMBEN, Giorgio, *Qu'est-ce qu'un dispositif?*, París, Rivages poche, 2007.

2. "Desde hace algunos años se han divulgado en las redes informáticas sistemas que genéricamente han recibido el nombre de plataformas, cuyo propósito es constituer

fenómeno que ha impactado considerablemente a su vez, en el análisis y la investigación, requiriendo de un aguzamiento de las delimitaciones de las variables a observar y de las interrelaciones que se presentan.

Siguiendo esta complejización, nos encontramos con que abordar un producto multimedia -en este caso los banners publicitarios- obliga a observar rasgos de diferentes lenguajes, atendiendo tanto a configuraciones textuales como gráficas, audiovisuales como plásticas, retóricas como sonoras (Camusso, M. 2009)⁵.

Delimitado un corpus -páginas de inicio de diarios on-line de circulación nacional⁶ y local-, un período de tiempo y un modo de aprehenderlo que entrañó no pocas dificultades (y logramos resolver utilizando un software que graba las navegaciones en pantalla), observamos las siguientes variables.

- Recursos gráficos: fotografías / ilustraciones / viñetas / recursos cromáticos.
- Recursos tipográficos: variables tipográficas (familia / peso / inclinación / caja / proporción).
- Recursos textuales: utilización de indicadores deícticos, tiempos verbales, términos significativos.
- Recursos de movimiento.
- Recursos argumentales.
- Recursos sonoros: voz, efecto sonoro, tema musical.
- Recursos retóricos: reglas (adjunción, supresión, etc.) y figuras retóricas.

Pese a la diversa proveniencia de las variables observacionales fue posible con cierta facilidad establecer regularidades, en tanto la primera evidencia encontrada ha sido la escasa diferenciación de las piezas entre sí, manifestada en una repetición notable en la utilización de recursos (refiriéndonos a movimientos, colores, tipos de imágenes). Las variaciones halladas se construían en función del grado de divergencia entre signos pre-existentes, como los identificadores marcarios: isologotipo, y fundamentalmente a través del color -un indicador que, tal como sucede en el diseño editorial de los diarios digitales⁷, exacerba su función señalética antes que su función semántica.

Los rasgos sobresalientes de la narrativa publicitaria digital observados fueron los siguientes:

• **Preponderancia de la ilustración como recurso creativo.** Esta preponderancia (fundada en la necesidad primigenia de liviandad y velocidad) corre al discurso publicitario del entorno de mimesis idealizada de lo cotidiano⁸ para situarlo en un espacio notoriamente ficcional, especialmente porque predominan las ilustraciones lineales, planas, sin profundidad de campo, muy estilizadas, alejadas de los códigos hiperrealista y sobrerrealistas. Estéticas que se emparentan con las de los dibujos animados y su universo de lógicas propias, e infantilizan en cierta medida el contrato con los perceptores. La presencia virtual de ese mundo paralelo se hace más notoria cuando las transiciones entre pantallas utilizan efectos que parecen venir desde afuera de la ventana. En esos momentos, el marco que

conjuntos de usuarios aunados con un propósito común caracterizado por la acción colaborativa o, al menos, el uso colectivo". TRAVERSA, Oscar "Dispositivo-enunciación: en torno a sus modos de articularse". Revista Figuras N° 6, Diciembre de 2009, <http://www.revistafiguraciones.com.ar>

3. "Siendo Internet un meta-medio, no resulta posible analizarlo en general, sino que cada vez supone operaciones metodológicas específicas de construcción de corpus. Ello se expresa, principalmente, al tratar de identificar y caracterizar los colectivos de enunciación actuantes y sus relaciones con los usuarios". VALDETTARO, Sandra Catalina. "Audiencias: de las 'redes sociales' a las 'asociaciones en red'"

4. CAMUSSO, Mariángeles: "Algunas pantallas: Recorrido por interfaces y dispositivos" en *La Trama de la Comunicación Vol. 13, Anuario del Dpto. de Ciencias de la Comunicación. Fac. de Ciencia Política y RRH, UNR, Rosario, UNR Editora, 2008.*

5. "Si los banners pueden describirse como multimediáticos no es porque reúnen en sí recursos expresivos propios de diferentes lenguajes (el sonido, el movimiento, el color, lo tipográfico) sino porque articulan diferentes lógicas de producción, circulación y recepción: estéticas gráficas, un despliegue televisivo (en tanto se desarrolla y se pauta en el tiempo) y una dinámica de persuasión radial (basada en la repetición constante de elementos simples)." CAMUSSO, Mariángeles "El discreto encanto de la interfaz publicitaria" en *La Trama de la Comunicación Vol. 14, Anuario del Dpto. de Ciencias de la Comunicación. Fac. de Ciencia Política y RRH, UNR, Rosario, UNR Editora, 2010.*

6. *Hago notar lo precario de todas las topologías: qué es un diario de circulación nacional o local, si el acceso es global, si las audiencias poco tienen que ver con un espacio físico real de localización?*

delimita su espacio se vuelve presente, aunque no esté reforzado visualmente con recursos gráficos como los recuadros, acentuando la presencia del fuera de campo. Por el contrario, la presencia fotográfica, tan característica de las gráficas urbanas o de revistas, por la misma economía del contacto, es menor, secundaria y referencial; juega a la denotación, a la neutralidad, a la transparencia. Este paso al costado fotográfico evidencia un cambio radical en la forma de interpelar al receptor publicitario. Si sostenemos que la ideología y la mitología publicitaria se construyeron cabalgando sobre la paradoja fotográfica⁹, interpelando las emociones y los deseos, este desplazamiento de lo fotográfico en beneficio de lo visual textual y lo visual esquemático implica una manera diferente de construir el vínculo. Lo notable es que esta apelación a la ilustración y la utilización denotativa referencial de la fotografía continúa vigente aún cuando ya no lo requieren los imperativos tecnológicos, que han crecido superlativamente en su capacidad de hacer circular cantidades de información (en comparación con los comienzos de esta investigación). Vigencia que parece inspirada en la dimensión lúdica que impregna a todo el dispositivo.

• **Utilización de una sintaxis basada en los efectos de transición.** La sintaxis de los banners -entendiendo ésta como una combinatoria de elementos- es tan ajena al lenguaje de las publicidades gráficas como a la narrativa de las publicidades audiovisuales. Carece además, por el momento, de una nomenclatura que permita describirla, y remonta sus antecedentes a los efectos de “cortinillas” de las viejas máquinas de edición no lineal de video. El movimiento, la transición entre pantallas / planos (no hay aquí tampoco una certeza sobre cómo llamarlos) funciona como organizador de la lectura textual, como una especie de signo de puntuación y como operador lógico que vincula la relación entre enunciados.

Ej.

Las noticias de Clarín.com /efecto de transición/

Siempre al alcance de la mano /efecto de transición/ Black Berry versión Clarín. /efecto de transición/

• **Utilización retórica de la repetición.** Los banners constituyen un paradigma de lo que Chaim Perelman describe como utilización retórica de la repetición. La repetición, dice este autor, “constituirá una figura en la medida en que ella no es requerida por el hecho de que nuestro interlocutor no nos ha entendido¹⁰”. Esta repetición constante sitúa a las publicidades digitales en el lugar de propaladoras de imágenes, alimentándose de la tradición de los carteles de neón y de los jingles radiales, lejos de la sofisticación metafórica y metonímica que han logrado el discurso publicitario gráfico y el audiovisual.

La repetición como recurso, juega además un papel interesante en la puesta en página de los diarios porque pone en relación dos tipos de temporalidades: la temporalidad fluida de las noticias, que se suceden unas a otras hacia abajo, con la temporalidad circular, del eterno retorno de las publicidades. Cualquiera sea el acontecimiento, pase lo que pase, los avisos están allí, volviendo a empezar. El “ahora” periodístico - marca fundacional de los sitios de noticias- es la otra cara del “aquí” publicitario. Juntos constituyen el dispositivo enunciativo de la red.

7. (En el caso de los diarios digitales) “podemos sostener que el cualisigno color pasa a tener un rol fundamental en la vinculación entre soportes, y adquiere preponderancia por sobre otros significantes a la hora de unificar identidades de marca. El color es además, el único signo que permanece en medios que, como vimos, mutan demasiado rápidamente”.

CAMUSSO, M. y MARCHETTI, V., “El diseño mutante. Transformaciones del diseño en la era digital”. La Trama de la Comunicación. Volumen 12. Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Política y RRH. UNR. Rosario, Argentina. UNR Editora, 2007.

8. Al respecto sostiene Magariños de Moretín “La tarea publicitaria consiste en crear un mundo con un lugar privilegiado para un producto, a través de la invención de lo verosímil y la familiarización con lo inverosímil”. MAGARIÑOS DE MORETÍN, Juan, “El mensaje publicitario”, Editorial Hachette, 1984.

9. “Así pues, la paradoja fotográfica residiría en la coexistencia de dos mensajes, uno de ellos sin código (el análogo fotográfico), y otro con código (el “arte”, el tratamiento, la “escritura” o retórica de la fotografía; en su estructura, la paradoja no reside evidentemente en la connivencia de un mensaje denotado y un mensaje connotado: tal es el estatuto, fatal quizá, de toda la comunicación de masas, sino que en el mensaje connotado (o codificado) se desarrolla, en la fotografía, a partir de un mensaje sin código”, BARTHES, Roland. “El mensaje fotográfico” en Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces, Paidós, 1995, Barcelona.

10. PERELMAN, Chaim, El imperio retórico. Retórica y argumentación, Grupo Editorial Norma, Colombia, 1997.

• **Modalidad Imperativa.** Asentada en una estrategia persuasiva centrada en el contacto, la publicidad digital no sólo es más transparente que el resto de las piezas publicitarias, sino que su propia transparencia oficia como interpretante del discurso publicitario general. Al no ocultar y revelarse a través de la modalidad imperativa y una enunciación con fuerte presencia déictica -representada por la arquetípica construcción **haga clic aquí**, pero evidente también en otras expresiones como “bajá tu ring tone” y “participá”, “desafiá”, etc.- explicita el funcionamiento de las comunicaciones de mercado. Esta interpelación directa a la acción del usuario/navegante amerita diferentes tipos de reflexiones: por un lado, se observa un corrimiento del tipo de discurso publicitario “narrativo” histórico hacia una preponderancia de enunciaciones con anclaje, que actualizan constantemente la situación de enunciación. Si bien es destacable recordar que las formas invocativas del receptor no son una novedad en el discurso publicitario sino que, por el contrario, pertenecen más bien a la prehistoria del género y que hemos visto y vemos a diario carteles, avisos, displays que ordenan “pruebe ya”, “llame ya”, en este *régimen de pantalla*¹¹ donde los banners se vehiculizan -la pantalla de la PC- se convoca no sólo enunciativamente sino también físicamente a un usuario individual. (Nada más molesto que navegar la web de a dos).

Por otra parte, la actualización constante de la deixis que se renueva a partir de la sucesión circular de los planos gráficos, sostiene cierta ilusión de proximidad, y sobre todo de co-existencia entre anunciantes y navegantes (en Argentina la ilusoria intimidad se refuerza con la utilización del “voseo”). Cabe preguntarse si la transparente intencionalidad de la acción publicitaria no buscaría, amparándose en el mito de la interacción dialógica igualitaria en la Red, crear un efecto de dilución de la asimetría real entre enunciador y enunciatario.

• **Circularidad de la información.** La estructura narrativa de los banners, no sólo es repetitiva sino también circular y como tal, no tiene principio ni fin. Las pantallas/frases, no sólo se repiten, sino que pueden, en general, comenzar a leerse en cualquier punto. No hay un principio, una apertura, ni un final o cierre que ancle el “sentido” del discurso. La apertura coincide con el comienzo de la lectura por parte del perceptor/navegante, allí dónde su mirada se encuentra con alguna de las premisas encadenadas. La sucesión de elementos tiene por objeto hacer progresar la lectura antes que la historia, materializa un recorrido visual que el lenguaje gráfico proponía sutilmente, a través de las jerarquías y organizaciones que permiten las variables netamente visuales (tamaño, color, ubicación en el espacio, etc.) Si los avisos digitales transparentan la intencionalidad persuasiva del anunciante, la sucesión de pantallas hace evidente la intencionalidad narrativa del diseñador publicitario. Los banners proponen un recorrido de lectura mucho más constrictivo, pese a lo que se pregona, que otras formas de comunicación publicitaria, llevan al perceptor por un sendero de lectura que, como en una calecita, va siempre hacia delante para no llegar a ningún lugar. La percepción visual no es simultánea como la de un afiche, ni sucesiva como la de un spot.

• **Lo cuantitativo como variable de argumentación.** La presencia del dato numérico es preponderante en la argumentación digital. El dato, explicitado en forma de textos y números, haciendo alusión en forma frecuente pero no exclusiva al precio, contribuye a la retracción del lenguaje publicitario a una modalidad de carácter informativo.

11. Régimen de pantalla alude a las nociones desarrolladas por Oscar Traversa en “Regreso a pantallas” “Lo que se hace necesario señalar es que cada régimen de pantalla comporta un posicionamiento del cuerpo, no sólo en cuanto a las disposiciones de sus analizadoras de la luz y de sonido, ojos y oídos, sino a todas las dimensiones de su despliegue (de distancias, musculares, de instalación en distintos ámbitos, etc.) existen evidencias que no son indiferentes con respecto a la relación que se establece con ciertos productos textuales, la ficción narrativa en el caso del cine por ejemplo. (...) El artefacto pantalla introduce cuestiones referidas a las distancias; una corresponde a los que participan observándolo, uno o varios en disposiciones diferentes, tal como lo hemos señalado; y otra en cuanto a la relación entre fuente de producción de los estímulos”. TRAVERSA, O., Dossier de Estudios Semióticos, La trama de la Comunicación, Volumen 12, Rosario, 2007. Pág. 38-39

Las economías creativas del universo digital, caracterizadas por la abundancia de la simple mostración y sucesión de elementos parecen, en consecuencia, encontrarse en un grado cero del lenguaje publicitario. No hay otro orden que el de la alternancia y la transición. Transiciones que, por otra parte, no guardan relaciones con temáticas o tipologías de anunciantes: los mismos efectos pueden encontrarse en un aviso gubernamental que en una promoción de cervezas.

3.

De Power Point y viralidad

Como venimos sosteniendo, la sucesión de datos que presentan los banners publicitarios se construye como discurso argumentativo a partir de encadenamientos basados en las transiciones. Estas transiciones, que han sido masificadas por las presentaciones realizadas por el popular Power Point¹², tienen su antecedente en las denominadas “cortinillas” de las viejas máquinas de edición lineal que caracterizaron la producción audiovisual de los 80.

La narratividad de esas presentaciones -al menos en sus formas más populares: presentaciones empresariales o académicas; juegos, chistes y cuentos que circulan por mails- construye un tipo de enunciación que no está signado por el contenido textual o temático de cada una, sino por una estructuración donde se presenta una problemática, se detallan sus aspectos y se cierra con una conclusión/moraleja.

En ellas, los elementos involucrados -es decir puestos en relación- participan de una especie de silogismo donde los movimientos funcionan como signos de puntuación entre premisas. Siguiendo esta idea podemos observar y clasificar los efectos de transición asignándoles funciones sintácticas:

- Transición basada en la sustitución de elementos (cuando entra un elemento el otro desaparece completamente): un punto y aparte.
- Transición basada en la agregación de elementos: comas y puntos y comas.
- Transiciones y efectos basados en la acentuación de elementos (a través de destellos, rebotes): remiten a los signos de admiración.

Por otra parte, se pueden establecer tres tipologías “lógicas” que permitirían describir ciertos modos de sucesión de argumentos y paralelamente constituir diferentes tipos de escenarios. A saber:

- **La lógica del desplazamiento:** sucesión de argumentos a través de efectos de empuje/arrastre; traen premisas/conclusiones cuando van de izquierda a derecha, o expulsan argumentos, cuando van de derecha a izquierda. La tensión argumentativa se centra en el espacio virtual lateral del fuera de cuadro: hay algo allí a los lados.

12. Microsoft PowerPoint es un programa de presentación desarrollado para sistemas operativos Microsoft Windows y Mac OS, diseñado para hacer presentaciones con texto esquematizado, fácil de entender, animaciones de texto e imágenes. Ampliamente usado en distintos campos como en la enseñanza, negocios, etc. Según las cifras de Microsoft Corporation, cerca de 30 millones de presentaciones son realizadas con PowerPoint cada día. Forma parte de la suite Microsoft Office. Fuente: WIKIPEDIA

• **La lógica deglutiva:** sucesión a partir de efectos diafragmáticos que abren o cierran un elemento sobre otro: los argumentos se devoran (yendo de afuera hacia adentro) o se vomitan (desde adentro hacia fuera). El espacio virtual protagónico es geológico, las premisas van y vienen desde diferentes estratos.

• **La lógica de la metamorfosis:** los elementos se diluyen o fusionan entre sí, con intensidades que van desde una fina garúa hasta una lluvia torrencial, pero donde la transformación es evidente. La sucesión argumentativa se resuelve en la superficie.

Estos indicadores no serían más que una enumeración de rasgos si no fuera porque, pocos días antes de la redacción de este artículo, un alumno en una clase no me hubiera dado, con un comentario al pasar, una clave para pensar esta narrativa. Evaluando el trabajo de un grupo de compañeros, el alumno en cuestión observó: *“La presentación de ellos fue más interesante porque la hicieron en video y no en Power como todos (los otros grupos), y entonces es más cálida. **Se nota que están ellos atrás**”*. Cuando indagué qué quería decir con “más cálida”, sostuvo: *“es más personal, los Power son más fríos, más **objetivos**”*.

La relación calificatoria entre calidez y objetividad, además de evocar la popular clasificación de McLuhan¹³, que el alumno replicaba intuitivamente, permitió que esto que he dado en llamar la narrativa Power, apareciera ante mis ojos como otra cosa: un dispositivo de enunciación que, supratemáticamente, instala una **relación pedagógica** entre enunciadores y enunciatarios y en esta relación guarda para los primeros la potestad de determinar la verdad. El enunciador power point tiene un “mensaje”, una verdad para compartir y una voluntad mesiánica de expandirla por el mundo. No importa, como ya dijimos, que hablemos sobre los beneficios de la lectura, una historia de vida con moraleja, un chiste sobre las diferencias de género o un caso de marketing exitoso, lo que importa es la asimetría constitucional entre docente y alumno, instructor y aprendiz, chamán e iniciático; la asimetría, en síntesis, entre enunciador y enunciatario.

4.

Pequeña disquisición cotidiana

13. Es curioso, sin embargo repensar la clasificación macluhiana en relación a los medios interactivos. Si retomamos el concepto de medio frío como aquel que requiere de un gran esfuerzo del perceptor para completar la información provista por el medio. Está claro que en los banners los esfuerzos de los perceptores son más intensos que en la percepción de publicidad televisiva y deben traducirse además en un gesto concreto (hacer click) pero, siguiendo nuestra línea de pensamiento, dónde afirmábamos que la publicidad audiovisual –y la gráfica– requieren de una mayor sofisticación interpretativa en función de un lenguaje construido en torno a lo metafórico, el esfuerzo por “completar” la información fría de los medios digitales interactivos pareciera resolverse en la superficie y no en la lectura.

5.

Algo en común

Es aquí, entonces dónde publicidades digitales y power points se encuentran y se miran. Si venimos sosteniendo que los banners, en superficie, se asemejan por su modalidad narrativa basada en las transiciones a las presentaciones Power Point, ¿por qué no pensar que su estructura profunda también se emparenta con la de éstas?

De esta manera, un rasgo característico de la narrativa publicitaria digital -bajo la forma banners- sería su fuerte **impronta pedagógica**. Impronta que reniega de la *simetría* entre sujetos puestos en relación a través de la interfaz -llevando quizá esa noción a la esfera del mito-, pero que modeliza una manera de ser - una subjetividad- navegante/cliente en Internet.

Los banners en tanto interfaz publicitaria -entendiendo interfaz como algo que "define, de manera general, el tipo de relación que se establece con el usuario"- ponen en evidencia la dimensión interaccional y contractual del vínculo entre instancias.

El pacto pedagógico digital, sin embargo, es singular. Consideramos, siguiendo a Verón, que este tipo de vínculo se caracteriza por la coexistencia de "dos partes desiguales, una que aconseja, informa, propone, advierte. En suma, una parte que sabe; la otra que no sabe y es definida como destinatario receptivo, o más o menos pasivo, que aprovecha ese saber."¹⁴. En los discursos observados evidenciamos que ese destinatario es compelido a la acción. Esa acción a su vez puede manifestarse en dos tipos de gestos: el "hacer click" o el reenvío. En el primer caso -prototípico de los banners-, el interpelado funciona como "alumno modelo" acata la orden, cumplimenta su tarea. En el segundo, más característico de los "power", el alumno interpelado desplaza al maestro: cuando reenvía la pieza, asume la verdad de ese "mensaje" y elige, entre sus contactos a aquellos a quienes "la lección" puede serles de utilidad¹⁵.

En esta construcción pedagógica, la subjetividad del perceptor publicitario digital/interactivo emerge cualitativamente diferente a la del perceptor publicitario tradicional, en tanto es interpelado simultáneamente como navegante, lector, espectador, pero sobre todo como jugador. Para leer, para completar la información, para avanzar, debe participar¹⁶. La lógica espectral que rigió el contacto del discurso publicitario tradicional, muta en lógica motriz. El voyeurismo, en compulsión a tocar.

14. VERÓN, Eliseo, *El análisis del "Contrato de Lectura", un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los medios*, en "Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications", IREP, París, 1985.

15. *La evolución de las modalidades publicitarias vuelve a acercar lo que la observación primigenia diferenció: hoy las acciones de las marcas concentran su estrategia en la viralidad, recreando la lógica didáctica y vincular del "power", centrada en el reenvío.*

16. Si, como afirma Alberto Wilensky "la identidad de una marca nace de un complejo proceso que se construye a través del tiempo mediante una sutil e imperceptible acumulación de signos, mensajes y experiencias", cabe preguntarnos cómo estas formas de intencionalidad participativa, asentadas sobre la exacerbación de las dimensiones fática y conativa del mensaje generarán nuevos regímenes de memoria, en tanto no es posible imaginar cómo se recordarán estas "experiencias efímeras, imposibles de tararear, complicadas para relatar, dificultosas para acumular". CAMUSSO, M. 2009. *Op. cit.*

Bibliografía

AGAMBEN, Giorgio, *¿Est-ce qu'un dispositif?*, Paris, Rivages Poche, 2007. Puede leerse una traducción en <http://www.interfacesypantallas.wordpress.com.ar/>

BARTHES, Roland. "El mensaje fotográfico" en *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*, Paidós, 1995, Barcelona

DELEUZE, Gilles, "¿Qué es un dispositivo?", en *Michel Foucault, filósofo*, AA.VV, Gedisa, 1990

MAGARIÑOS DE MORETÍN, Juan, "El mensaje publicitario" Editorial Hachette, Buenos Aires, 1984.

PERELMAN, Chaïm, *El imperio retórico. Retórica y argumentación*, Grupo Editorial Norma, Colombia, 1997.

SCOLARI, Carlos; *Hacer Clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*, Editorial Gedisa, España, 2004.

TRAVERSA, Oscar, "Regreso a pantallas", en *Dossier de Estudios Semióticos, La Trama de la Comunicación Vol. 12*, Anuario del Dpto. de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Política y RRLL, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina. UNR Editora, 2007.

TRAVERSA, Oscar "Dispositivo-enunciación: en torno a sus modos de articularse". Revista Figuras N° 6, Diciembre de 2009, <http://www.revistafiguras.com.ar>

VALDETTARO, Sandra, "Notas sobre la "diferencia": aproximaciones a la "interfaz", En "*Dossier de Estudios Semióticos, La Trama de la Comunicación Volumen 12*, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación, Rosario, UNR Editora, 2007.

VALDETTARO, Sandra Catalina. "Audiencias: de las 'redes sociales' a las 'asociaciones en red'" Foro Ibermedia FIA (Fundación de Investigación del Audiovisual) Valencia, España, 2009

VERÓN, Eliseo, *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*, Gedisa, Barcelona, 1993.

VERÓN, Eliseo, "De la imagen semiológica a las discursividades. El tiempo de una fotografía", en Veyrat- Masson, I. y Dayan, D. (comps.), *Espacios públicos en imágenes*, Gedisa, Barcelona, 1996.

VERÓN, Eliseo, *El análisis del "Contrato de Lectura", un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media*, en "Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications", IREP, París, 1985.

WILENSKY, A., "*La promesa de la marca*" Temas Grupo Editorial, Buenos Aires, 1998.

Oídos sordos a un mundo indiferente

El aporte de las TICS a la discapacidad auditiva

Resumen

Este artículo forma parte de un proyecto de investigación que aborda un análisis semiótico de las pantallas (celulares y PC) y los usos y consumos en el estado actual de la mediatización en relación con la construcción de imaginarios, representaciones y lazos sociales. Dentro del mismo hacemos un recorte para referirnos a un colectivo determinado: las personas con discapacidad auditiva.

Nos guían, en este punto, algunos interrogantes: ¿cómo se apropian de estas tecnologías?, ¿qué impactos producen?, ¿en qué ámbitos tienen mayor uso?, ¿favorecen los procesos de alfabetización y socialización?, ¿facilitan las relaciones interpersonales?, ¿generan lazos sociales? En definitiva: ¿moderan las “desventajas” provocadas por la discapacidad?

Viviana Marchetti

Lic. en Comunicación Social. Docente e investigadora de la UNR. Directora de la Dirección Municipal para la Inclusión de Personas con Discapacidad desde julio 2004.

vmarchetti@express.com.ar

Ma. Carolina Musa

Lic. en Comunicación Social.

lacaro.musa@gmail.com

Ma. Adelaida Vergini

Lic. en Comunicación Social.

malala_vergini@yahoo.com.ar

1. *El tiempo comprendido por esta investigación es de cuatro años (2007/2010). 15. La evolución de las modalidades publicitarias vuelve a acercar lo que la observación primigenia diferencia: hoy las acciones de las marcas concentran su estrategia en la viralidad, recreando la lógica didáctica y vincular del "power", centrada en el reenvío.*

2. *Aun cuando las empresas difundan en sus catálogos de ventas aparatos con tecnología para personas con discapacidad auditiva, se trata de un celular común que sólo puede enviar mensajes de texto.*

Las tecnologías de la información y comunicación tienen altos grados de intervención en la vida cotidiana y provocan cambios en el entramado y en la construcción de las relaciones sociales. Nos interesa analizar - en la actualidad¹, en el ámbito de Rosario- la interfaz que se crea a partir de la relación entre la población con discapacidad auditiva y dos tipos específicos de pantallas: el teléfono celular y la PC.

Partimos de una visión mcluhaniana de la tecnología, en el sentido de que cualquier tecnología (todo medio) es una extensión de nuestro cuerpo, mente o ser. Los medios tecnológicos son entendidos como herramientas que extienden las habilidades humanas: del mismo modo que una bicicleta o un automóvil son una extensión de nuestros pies, la computadora sería una extensión de nuestro sistema nervioso central.

A diferencia de lo que sucede para la población con discapacidad visual, no hay un desarrollo tecnológico específico para las personas con discapacidad auditiva en relación a la PC (ni software ni hardware), como tampoco existe un celular diseñado específicamente².

En el caso del celular, sin embargo, su misma existencia y difusión generalizada parece haber revolucionado las relaciones de la población sorda entre sí, favoreciendo procesos de alfabetización que permiten la vinculación entre sus miembros y los oyentes. Con respecto a la PC, las personas con discapacidad auditiva no necesitan dispositivos especiales (por ejemplo, las personas con discapacidad visual utilizan el JAWS) y utilizan la web cam como recurso que les permite integrarse desde su cultura, a partir de la lengua de señas (en adelante, LSA).

Inmediatamente, cuando entramos en este campo particular, aparecen otros interrogantes: ¿funcionan las TICs como bisagra entre la cultura del oyente y la cultura del sordo?, ¿permiten la integración de la "comunidad sorda" con la comunidad de oyentes, respetando el uso de su propia lengua (la lengua de señas)?

1.

La primera cuestión: en torno a las palabras

"...esas palabras hacen cosas, crean fantasmagorías, temores, fobias o, sencillamente, representaciones equivocadas"

(Bourdieu, 1997: 26)

No es posible comenzar pasando por alto esta cuestión: ¿qué representaciones tenemos de los sordos?, ¿qué abarca este colectivo?, ¿cómo nombrar a este grupo de personas sin caer en expresiones discriminatorias?

Personas sordas de nacimiento, personas que oyeron alguna vez y luego adquirieron la discapacidad auditiva, personas con y sin resto auditivo, sordos prelinguales, hipoacúsicos, sordos oralizados o que sólo se expresan con la lengua de señas. Estas maneras de nombrar, construidas por los oyentes, no son neutras.

En este trabajo, decidimos nombrar a este colectivo como *Personas con Discapacidad Auditiva* (en adelante PDA). Hablar de discapacidad es una manera de no negar la diferencia que esto genera, reemplazándola por eufemismos o términos políticamente correctos, ya que grandes modificaciones epistemológicas acompañan a los cambios en la nominación, pero dejan intactos los prejuicios.

La no nominación se vuelve un problema de negación, porque acerca al nombrado a criterios de normalidad, como si los sujetos no tuvieran singularidad (Benvenuto, 2010).

En el siglo XVIII los sordos estaban en la frontera de la animalidad -no tenían lengua-. Se los consideraba como seres desprovistos de lenguaje, débiles mentales, débiles de espíritu, sin inteligencia, sin comunicación ni comprensión. Hoy, si bien se ha recorrido un largo camino, se les atribuye todavía dificultades de abstracción o de pensamiento deductivo.

Recién en los años '70 William Stokoe³ estableció la equivalencia de la lengua de señas con las lenguas orales y de este modo dio el puntapié inicial para considerar a los sordos definitivamente humanos.

Según Skliar la sordera es una experiencia visual, una cuestión de epistemología y no sólo de "audiología". Desde este punto de partida, Skliar pone en cuestión la "normalidad oyente". Afirma: *"en vez de entender la sordera como una exclusión en el mundo del silencio, definirla como una experiencia visual; en vez de representarla a través de un formato médico y terapéutico, hacerlo por medio de concepciones sociales, políticas y antropológicas; en vez de someterlos a la etiqueta de 'deficientes del lenguaje', comprenderlos como formando parte de una minoría lingüística"* (Skliar, 2000: 8).

De acuerdo con Benvenuto, son estos aspectos los que definen un modo de ser y de estar en el mundo: un modo propio de los sordos.

En esta línea, Massone propone considerar al sordo como *"miembro de una cultura distinta con su propia lengua que en este caso no es hablada sino señada. Puesto que una lengua vehiculiza una concepción de mundo diferente, los sordos poseen una cultura distinta producto de una interacción particular y del hecho de percibir el mundo de una manera especial. Los sordos se caracterizan, pues, por poseer una cultura eminentemente visual (...) que no se puede describir solo a partir de una lista de comportamientos, sino que significa una actitud, una experiencia de vida diferente que los lleva a estructurar y simbolizar todo su mundo de modo distinto"* (Massone, Simon y Druetta, 2003: 16-17).

Desde la Antigüedad, una lógica de exclusión predominó en la concepción y tratamiento de las PDA, que no eran consideradas personas de derecho.

Con el paso del tiempo, esta lógica cedió ante la lógica de rehabilitación que sustentó al paradigma médico. Desde aquí, la discapacidad fue entendida *"como un problema que atañe sólo a la persona que lo sufre, la cual requiere de cuidados médicos y debe luchar por una mejor adaptación a su medio y por un cambio en su conducta. En este sentido, y dado que las causas que dan origen a la discapacidad son científicas, las personas con discapacidad no son consideradas inútiles o innecesarias, en la medida en que puedan ser rehabilitadas"* (Marchetti y otros, 2008:37). Este paradigma busca reducir o minimizar las diferencias ocasionadas por la discapacidad.

3. William C. Stokoe (1919-2000) fue un lingüista norteamericano que en 1955 ingresó a la Universidad de Gallaudet como profesor de inglés para los estudiantes sordos, impresionado por la riqueza de la lengua de señas de sus alumnos, que se excluía entonces de los instrumentos de enseñanza. Stokoe profundizó en un campo de investigaciones que hoy se conoce como la lingüística de las lenguas de señas y apoyó las investigaciones sobre las lenguas de señas en todo el mundo a través de la revista *Sign Language Studies* y de la editorial *Linstok Press*, que él fundó y las cuales dirigió hasta su muerte (Benvenuto, op.cit).

2.

Paradigmas: De la lógica de exclusión a la lógica de la inclusión

Actualmente, transitamos hacia un nuevo paradigma: el de los Derechos Humanos que propone la *Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad* (en adelante, La Convención) y dentro del cual entendemos la expresión PDA. Vale aclarar que los cambios de paradigma no implican quiebres radicales sino cambios culturales progresivos.

Dicho paradigma refleja el cambio epistemológico que se ha producido en los últimos tiempos en relación a la forma de concebir la discapacidad. En este sentido, Abberley define la discapacidad como *“una forma de opresión”* y entiende que la misma abarca *“un conjunto de conceptos y prácticas articuladas de tal forma que constituyen un ‘fenómeno social total’, que se ha ido constituyendo históricamente a través de una serie de condicionamientos y procesos materiales y simbólicos (económicos, culturales, políticos, sociales) ... Y, en este sentido, la ‘discapacidad’ representa un sistema complejo de restricciones sociales impuestas a las personas con insuficiencias por una sociedad muy discriminadora”* (Massone, Simon y Druetta, op.cit).

La Convención se considera como el último paso de un cambio de paradigma que viene produciéndose desde los años 80 y que puede resumirse en la consideración de la discapacidad *como una cuestión de Derechos Humanos*. Concibe a la discapacidad como *“un concepto que evoluciona y que resulta de la interacción entre las personas con deficiencias y las barreras debidas a la actitud y al entorno que evitan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás”* (Preámbulo). Además considera que *“...las personas con discapacidad incluyen a aquellas que tengan deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo que, al interactuar con diversas barreras, puedan impedir su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás”* (Art. 1).

La Convención recoge los lineamientos del llamado “modelo social” de la discapacidad, que entiende a ésta como una construcción social, el resultado entre limitaciones individuales de las personas y barreras actitudinales, sociales y del entorno.

3.

Discapacidad y sociedad. Tres niveles de análisis

En el nuevo paradigma la discapacidad se piensa en relación al binomio “persona/sociedad”, a diferencia del paradigma médico, centrado en la persona, que poco ha estudiado a la sociedad en esta relación.

Patricia Brogna propone tres conceptos que ayudan a entender esta interrelación: La *condición* de discapacidad, la *situación* de discapacidad, y la *posición* de discapacidad (Brogna, 2010: 86-97).

- La **condición** de discapacidad es el impedimento, el déficit, la dimensión personal o singular de la discapacidad. Está dada por la particularidad en relación a la norma.

- La **situación** de discapacidad es la dimensión interrelacional, situacional y dinámica: es el modo evidente en que las barreras se ponen en juego, al interactuar los sujetos con el medio.

- La **posición** de discapacidad es estructural, cultural, su origen está en nuestras representaciones, en las estructuras sociales internas que nos predisponen a pensar como pensamos: valores, normas, esquemas cognitivos. La posición está dada por el "habitus"⁴, principio no elegido de toda elección.

Nos interesa articular estos niveles de análisis con las tecnologías de pantalla, teniendo en cuenta que dichos niveles se superponen, no se encuentran en estado "puro", no son compartimientos estancos.

Tanto la *condición* como la *situación* de discapacidad -sobre todo en el caso de las PDA- se han transformado enormemente con las tecnologías de pantalla; mientras que en el caso de la *posición*, aún queda un largo camino por recorrer. Es éste el nivel más complejo, donde las transformaciones son más lentas y suceden cuando ya se afianzaron las prácticas; son los cimientos que aún no se han podido socavar, los resabios del paradigma médico.

¿Cómo se manifiestan los niveles a partir de las prácticas de las PDA en relación a las TICs?

Nos acercamos a las PDA en diferentes espacios: lugares de trabajo, lugares de esparcimiento como el ciber, escuelas especiales, asociaciones e instituciones recreativas⁵. En la mayoría de los casos realizamos las entrevistas con intérpretes de lengua de señas, y a partir de los testimonios comenzamos a indagar en los imaginarios.

El concepto de imaginario es un concepto laxo que sirve para pensar las prácticas en tanto que las mismas se tornan significativas a partir de los imaginarios que las atraviesan. Bronislaw Baczko señala al respecto que es por medio de los imaginarios que se plasman visiones de mundo, se modelan conductas y estilos de vida, en movimientos continuos o discontinuos de preservación del orden vigente o de introducción de cambios. La imaginación social, puntúa Baczko, "*además de factor regulador y estabilizador, también es la facultad que permite que los modos de sociabilidad existentes no sean considerados definitivos y como los únicos posibles, y que puedan ser concebidos otros modelos y otras fórmulas*" (Baczko, 1985: 403).

Esa concepción dinámica del imaginario nos posibilita observar la vitalidad histórica de las creaciones de los sujetos -esto es, el uso social de las representaciones y de las ideas.

Así, por ejemplo, en el imaginario de las personas con discapacidad, la función o el sentido perdido aparece como directamente "sustituido" gracias a las nuevas tecnologías entendidas como prótesis. Más allá de que consideremos que, en realidad, hay funciones orgánicas que se pueden recuperar y otras que no, no

4. De acuerdo con este concepto de Bourdieu, la cultura de las distintas clases se configuraría por la apropiación de un capital simbólico común. Como sistemas de disposiciones estructuradas (por la posición de clase) y estructurantes (en tanto generadoras de prácticas), los hábitos proporcionan a la conducta esquemas básicos de percepción, pensamiento y acción, sistematizando el conjunto de las prácticas de cada persona y cada grupo, garantizando su coherencia con el desarrollo social (García Canclini, 1984). Como expresa Morley, "los hábitos no son hábitos... no implican la aplicación de rutinas y reglas fijas. Más bien proporcionan la base de variaciones estructuradas, del mismo modo que los músicos de jazz improvisan en torno a un tema" (Morley, 1998:419).

5. Las instituciones visitadas son las siguientes: Asociación de Sordos de Ayuda Mutua (ASAM), Escuela Especial N° 2015, Escuela Especial IRAL; Dirección Municipal para la Inclusión de Personas

4.

Sobre la forma de abordaje

puede ignorarse la fuerza decisiva de esa construcción imaginaria a la hora de pensar la relación de las personas con PDA con las nuevas tecnologías.

Forman parte de nuestro trabajo también las entrevistas con docentes y directivos de escuelas especiales para sordos, directivos de ONGs y expertos vinculados a la temática. A partir de sus testimonios intentamos reconocer, describir e interpretar las prácticas de las PDA desde la lengua científica de los expertos (en tanto intérpretes y traductores de su competencia en otro ámbito) curiosamente próximos (expertos hijos de padres sordos) y antinómicos: autoridades sociales. En lo referido a estos testimonios, nos parece significativa la distinción que plantea Michel De Certeau respecto del experto y el filósofo, a quienes reconoce como mediadores entre un conocimiento y la sociedad: el primero en tanto que introduce su especialidad; el segundo en tanto que reinstaura la pertinencia de cuestionamientos generales y sospecha en un campo técnico.

En esta antinomia, reconocemos que nuestra posición se ubica más cerca de la del “filósofo”, ya que intentamos más bien cuestionar la gran línea divisoria entre las discursividades que determinan la especialización y las narratividades de las prácticas de las PDA.

5.

Discapacidad y deficiencia: la condición de discapacidad

Vinculamos la **condición de discapacidad** al nivel de la persona, de sus posibilidades y limitaciones funcionales. En este caso, refiere a lo que representa su discapacidad auditiva o pérdida de audición.

Para definir el aporte de las TICs en el nivel de la condición, tomamos algunos testimonios claves.

Gabriela (1), hija y docente de sordos, además psicóloga especialista en problemas de audición, nos cuenta que desde que su madre tiene celular puede pedir turnos al médico a través del teléfono. *“Las personas sordas son más autónomas para resolver situaciones cotidianas -dice- pero dependen cada vez más de la tecnología”*. **Diego** (2), sordo, hablante de LSA, por su parte, expresa que *“la mayoría de los sordos no tiene celular, o se quedan sin crédito, y sin esta tecnología es un problema”*. *A partir del uso del celular, pueden tomar una decisión y armar un plan, pueden hacerlo solos, no necesitan mediación, pueden hacerlo por sí mismos en el momento que quieran, de modo tal que algunas situaciones se tornaron accesibles”*. **Omar** (3), sordo de nacimiento, oralizado, miembro de la ONG Círculo de Sordos de Rosario, nos cuenta: *“el celular fue un alivio para mí, me cambió, ahora es mucho mejor, me siento más seguro, puedo avisar cuando no voy a algún lugar o que me avisen y no quedarme esperando”*. **Gabriel** (4), sordo de nacimiento, hijo de padres sordos, parcialmente oralizado, expresa: *“cuando no había celular, iba a visitar a alguien, no lo encontraba, me preocupaba, no tenía forma de saber, lo sentía una discriminación por no poder hablar”*. Actualmente cuenta con un celular con videopantalla que le permite comunicarse en video conferencia. Finalmente, **Eduardo** (5), hipoacúsico de nacimiento equipado con

audífono, e intérprete de LSA, rescata el uso del celular como el cambio más importante para los sordos, pues a la mayoría les permite comunicarse eliminando la intermediación del oyente a partir del envío de SMS.

En relación a la PC, algunos señalan también su importancia vital para la condición de discapacidad. Así, **Diego** (2) afirma: *“la computadora es mi compañera, antes no entendíamos la información, teníamos que preguntar “qué dice la noticia” ahora podemos buscar por Internet”*. No obstante, algo muy importante a considerar es que esta búsqueda de información se realiza siempre con el predominante código de los oyentes: la lengua escrita.

Partiendo de estos testimonios, notamos que las tecnologías de pantalla (especialmente la del celular), se vislumbra en las PDA como proveedora de **autonomía personal**, autonomía de la que han sido privadas históricamente, y que señala -aplicada a los individuos- nada menos que la soberanía de los mismos, su identidad civil, su constitución como ciudadanos, protagonistas de lo que hacen y dicen... sujetos en fin, dueños de sí mismos.

Es en la *condición de discapacidad* donde la tecnología deviene en generadora de libertad, de nuevas formas de subjetividad, de auto-gobierno, de individuos que se autovalerán con límites creados desde la propia autonomía, límites que no tienen por qué encerrar sino, al contrario, liberar la praxis.

En esta resistencia (batalla) que oponen las personas con discapacidad a los obstáculos, barreras del medio, tecnologías no diseñadas atendiendo a sus posibilidades y limitaciones, se dan relaciones de fuerza que atraviesan la trama social. Estos son los efectos del poder normalizador que los ubica en ese lugar, tal como entendemos a partir de Foucault. Si bien este autor no se ocupa expresamente del concepto de autonomía, su preocupación fue describir críticamente distintas modalidades de ejercicio del poder como formas de subjetivación, estrategias institucionales, gubernamentales, etc. de construcción de subjetividades, producción de discursos sobre sujetos, prácticas, clasificaciones que son producto de relaciones de poder desiguales. Considera que el poder se ejerce sobre sujetos libres, que siempre que hay poder hay resistencia, que no existe una dualidad dominantes/dominados, sino que se producen relaciones de fuerza que atraviesan la trama social. Todos estamos prendidos de la red, los marginados, anormales, transgresores, y las PDA no están fuera. Son los efectos del poder normalizador que los ubica en ese lugar.

Es desde esta perspectiva que podemos pensar las prácticas de las personas con discapacidad como prácticas de *resistencia*.

¿Qué sucede si -tal como retoma Benvenuto la sugerencia de Canguilhem- la irregularidad, la anomalía, no son concebidas como accidentes que afectan a un individuo, sino como su existencia misma? Benvenuto señala que *“la pérdida auditiva de los sordos deja alimentar la esperanza de normalizar la diferencia y pasa a formar parte de la existencia como tal”*, existencia de la discapacidad que es asimilada por los sujetos como parte de sí mismos (Benvenuto, op.cit: 2).

Si bien la globalización trajo consigo la fragmentación de las identidades de diferentes grupos sociales, nos preguntamos si las TICs vienen a cohesionar a determinados colectivos, si esfumarán las diferencias y acabarán con las resistencias

en materia de comunicación, socialización, etc., en suma cómo operarán en los sordos, ciegos y otros grupos sociales excluidos.

Que actualmente las personas con discapacidad se apropien de las tecnologías, escamoteando -en términos de De Certeau- el orden de uso instituido, encontrando formas alternativas de consumo y apropiación que socaven las desventajas generadas por la pérdida del sentido o función, pertenece al *nivel de la condición* de discapacidad. Ahora bien, que las TICs, no diseñadas ni pensadas hasta hace unos años para el colectivo de referencia, empiecen a incluir diseños y dispositivos de software para "nuevos usuarios", trasciende *la condición* para acercarse al nivel de la *posición de discapacidad*. En estas omisiones/incorporaciones subyace, sin duda, la lógica capitalista que necesita expandir sus fronteras y captar a nuevos consumidores.

6.

Discapacidad y sociedad: la situación de discapacidad

La *situación de discapacidad* se pone en juego a partir de la interrelación de las PDA con las personas de su entorno e incide en la cantidad y calidad de sus vínculos sociales.

En los testimonios podemos reconocer la huella de las tecnologías en este nivel. Yolanda, Camila, Eduardo y Silvia nos cuentan experiencias personales que permiten determinar cómo las tecnologías de pantalla otorgan a las PDA la autonomía suficiente no sólo para tramitar cosas, sino para relacionarse con otras personas y generar nuevos vínculos. La situación deviene en el modo cómo las PDA construyen un vínculo superando la condición de discapacidad. Es a partir de esta instancia donde se ponen en juego las posibilidades de los sujetos más allá de las limitaciones impuestas por la discapacidad. Es ese poner en común con otros lo que potencia las capacidades creando atajos que permitan la comunicación con el otro, subvirtiendo en muchos casos el uso para el que fueron pensadas las TICs.

Camila (6), 23 años, hipoacúsica oralizada, y **Yolanda** (7), 23 años, sorda de nacimiento, nos cuentan que a partir del celular pueden conectarse entre ellas o con otros amigos directamente, lo que las equipara con cualquier joven de su edad. Antes eran sus madres, que son oyentes, quienes armaban sus programas por vía telefónica de acuerdo a sus pedidos. Además, ambas utilizan la web cam para hablar la LSA mientras chatean, ya que les resulta más sencillo "señar" con sus manos algunas palabras que tipearlas. **Silvia** (8), 29 años, sorda de nacimiento, escolarizada, utiliza el celular desde hace un año para armar programas con sus amigos.

Aquí vemos cómo la posibilidad de no contar con un intérprete, intermediario al fin, que habla por él, que traduce y manipula su voz, les permite recuperar la comunicación, el protagonismo y en el caso de las jóvenes, salir de lugar de niño, de quien programa con el consentimiento e intermediación de un mayor.

La posibilidad de utilizar la lengua escrita, a través de SMS, les permite apropiarse de sus escrituras y participar del mundo de las mayorías jóvenes -dichas "normales"- concertando acuerdos, armando programas, construyendo relaciones.

Por otra parte, **Eduardo** (5) dice que "todos" van a la noche al ciber para conectarse, con sordos y oyentes. Afirma que ha hecho nuevos amigos por el chat -oyentes y no oyentes- y que se mantiene en contacto vía chat o mail. Nos cuenta que la PC le permite estar en contacto casi permanente, aunque también envía mensajes de texto.

En relación a las TICs, Eduardo considera que "la web cam es indispensable" porque facilita las cosas para los sordos que no escriben pero hacen señas. Es fundamental porque "muchos no saben usar el teclado, no saben redactar, tienen faltas de ortografía, no se entiende". Si bien es importante el tamaño de la pantalla ("cuando es muy pequeña no se ven las señas") y también la calidad de la imagen ("no se ve bien, se corta") para Eduardo el problema principal es del orden de la educación.

Eduardo marca que la calidad de la tecnología a la que pueden acceder los sordos, en el ciber en este caso, es baja, por ejemplo la mala definición que en general tienen las web cam, y por lo tanto interfiere en la calidad de los vínculos que se establecen.

Respecto de los intercambios que realiza Eduardo con sus amigos utilizando la LSA frente a la web cam, también podemos pensarlos como dentro de las propias posibilidades de la interface. El dispositivo, en este caso, está pensado para transmitir imágenes, para que cada uno haga lo que quiera con eso (hablar, chatear, usar la imagen). Es la interface la que está habilitando los intercambios que realiza Eduardo, más bien igualando, acercando, potenciando una práctica normal del uso de las TICs y es él quién se vale de la cámara y de todos sus recursos disponibles, entre ellos la LSA por su condición viso gestual, para garantizar la comunicación.

En otro sentido, **Roberto** (9), 35 años, sordo de nacimiento, nos cuenta una experiencia que va aún más allá. Roberto está casado con Analía, también sorda, y tienen 3 hijos. Según Roberto, Analía "copia palabras de los libros, revistas y las incluye en los mensajes de texto". Nos muestra un SMS de su celular, que dice textualmente:

Roberto lloro dale

Enojada sufro mas

Analía te amo

Espero lloro

Muchos beso si si

Mas favor

Perdoname Analía

Sabdo hoy. San Luis y Corrientes

Con la complicidad de su pareja, Analía hace jugadas en el campo del orden construido, ya que utiliza el SMS para escribir mensajes largos, de tipo epistolar, no abrevia palabras, las dispone intuitivamente e introduce vocablos cuyos significados desconoce, de los que se apropia tomándolos de revistas. No obstante, todos los términos que ella utiliza pertenecen al mismo campo semántico, y el mensaje que resulta parece bastante coherente, en todo caso no menos que los mensajes escritos -por ejemplo- por adolescentes⁶.

Creemos que esta práctica de la enunciación que hacen las PDA con el celular, mediante el cual un escribiente “actualiza” la lengua y se apropia de ella, es una situación muy particular de intercambio o de contrato. La lengua deviene, se actualiza en una herramienta manipulada por los usuarios. Nos preguntamos si esta práctica que Analía realiza con los SMS, desviando, subvirtiendo, trastocando el lenguaje es un modo de hacer de la escritura una manera de “escamotear”. Lo que De Certeau entiende como una táctica trasversal que no obedece a la ley imperante en el lugar. Es una manera de escribir que instauro algo de la pluralidad, de la creatividad, de la inventiva propia. Estas operaciones de empleo, más bien de un nuevo empleo que Analía hace con la lengua, podría pensarse como un tránsito de palabras de la cultura del oyente a la cultura del sordo apostando al mensaje. Creemos como dice De Certeau, que Analía metaforiza el orden dominante, y lo hace funcionar en otro registro.

7.

Discapacidad y cultura: la posición de discapacidad

Recordemos que la *posición de discapacidad* es estructural, cultural, su origen está en nuestras representaciones, en las estructuras sociales internas que nos predisponen a pensar como pensamos: valores, normas, esquemas cognitivos. Por eso intentamos describir los aportes de las tecnologías de pantalla en este nivel a partir de un tema que es complejo en relación a las PDA: la **educación**.

Benvenuto señala un “*iletrismo generalizado*” en la población sorda, producto de la importancia que ha dado la educación tradicional a la lengua oral a expensas de la lengua escrita. Y uno de los efectos de que gran parte de las PDA no estén alfabetizadas, con el consecuente fracaso escolar, es que el sistema educativo actual sobreestima y exige la escritura cuando es incapaz de transmitírsela a este colectivo. Este mecanismo presenta dos facetas: “*lleva o bien a la pérdida sistemática del capital cultural e histórico de la comunidad sorda (en su materialización y en su difusión interna y externa) o bien al florecimiento de discursos que ocupan el terreno del otro y hablan por él (...) quedan limitados a la mirada, al discurso y a la voz de otro*” (Benvenuto, op.cit: 8).

De este modo, el tránsito por la educación para las PDA es complejo porque tienen que realizar un doble aprendizaje: el de una lengua que les es extranjera y que “*juega el doble rol de ser la lengua por la cual se los instruye y el objeto mismo de la instrucción, porque su lengua natural, la lengua de señas, ha estado alejada e incluso prohibida de los lugares de enseñanza*” (Benvenuto, *Ibidem*: 8).

6. En este sentido, la idea de los malentendidos en la comunicación no es sólo un problema de las PDA.

En relación a estas apreciaciones Mónica (12), lingüista, plantea: “*la tecnología ‘motiva’ a los sordos. Nunca la escuela les enseñó que la escritura les sirviera para*

algo, ahora ven que abre puertas. Lo que no logró la escuela en cien años lo hizo la tecnología”.

En este sentido, **Marcelo** (4) dice: *“Las señas son buenas, pero yo empecé a incorporar más palabras a través del celular”*; y **Diego** (2): *“Gracias al celular no fracasa la comunicación, con el celular cada vez escribimos más, escribimos palabras nuevas”.*

No obstante, estas palabras nuevas a las que Diego hace referencia, son palabras que provienen de la cultura del oyente. El juego de fuerzas de una cultura sobre la otra, incrementa las diferencias entre los oyentes y el colectivo de las PDA, obligándolas a convertirse en hablantes de *otra* lengua.

María de los Ángeles (10) y **Silvia** (11), maestras de una escuela especial, fomentan el uso del celular que les permitió a las PDA comunicarse entre ellas y con las docentes fuera del horario escolar. Dicen: *“Todos los alumnos tienen celular, por lo menos desde hace 1 año y medio o dos, y este les abre un campo de posibilidades antes inexistentes”.*

El uso del celular les permitió a los sordos ampliar su vocabulario, ordenar palabras, eso que señalan como *“avances en la lecto-escritura”*. No es que esto dependa del celular, dicen las maestras, sino que lo ven como otra herramienta o recurso para enseñarles a los sordos su segunda lengua, que es la lengua española escrita. En opinión de ambas, las TICs representan un gran avance para los sordos *“hicieron posible la comunicación”*, afirman, *“antes eran individuos, ahora son sujetos”.*

María de los Ángeles (10) se anima a decir que el 80% de los sordos no sabe leer ni escribir. Piensa que el problema es en gran parte debido a la falta de capacitación y desconocimiento de la lengua de señas por parte de los docentes. *“Es la sociedad la que los encierra, ‘porque el lenguaje es el vínculo’, y hay ‘un sentimiento de inferioridad’ en los sordos respecto de la lengua oral y escrita”*, dice.

Gabriela (1), psicóloga de una escuela de sordos, expresa: *“En la escuela la mayoría de los chicos tienen celular, aún sin recursos, porque es una prioridad para los padres. Es espectacular en los procesos de alfabetización, porque estimula la escritura: palabras nuevas, cortar mensajes, ampliar vocabulario”.*

Mabel (13), intérprete, dice que *“muchos no tienen interés en ir a la escuela porque no saben qué es, no hay información sobre la diferencia (entre ir y no ir), no hay contacto”*. Menciona como “punto crucial” el problema de la interpretación del castellano: *“Entre sordos se entienden los mensajes de texto, pero si leen algo escrito por un oyente no entienden aún cuando son creyentes en la palabra escrita, a la que asignan el poder de la veracidad”*. Agrega: *“Lo escrito por los oyentes es ‘palabra sagrada’, es una autoridad preexistente/instituida”*. Sin embargo al escribir, al practicar el lenguaje escrito trastocan ese poder que le asignan, modifican su funcionamiento: abrevian, introducen palabras nuevas a quienes atribuyen significado (intuitivo por cierto), apuestan (juegan) con las palabras, aciertan, construyen frases, adquieren y emplean el código del chat y del SMS.

En este sentido es que Skliar dirige su crítica a la educación especial acercándola más a la medicina, por su condición de “recuperación” o de intento de igualdad, que a la pedagogía misma.

Por tanto, surgen a partir de estas observaciones ciertos interrogantes respecto del concepto de inclusión... ¿en qué sentido puede hablarse de inclusión, en el ámbito de la educación, cuando la condición necesaria para que se lleve a cabo está relacionada con el inminente aprendizaje por parte de las PDA del lenguaje de los oyentes? Es decir, cuando lo que predomina en el ámbito de la educación son “*las prácticas colonialistas de los oyentes sobre los sordos*”, de acuerdo con Skliar.

8.

Conclusiones -siempre- provisorias

- Si bien la Convención Internacional de los Derechos de las Personas con Discapacidad -una suerte de Constitución para este colectivo- apunta a potenciar la *posición de discapacidad*, es decir el nivel de lo cultural, en muchos aspectos sigue siendo una utopía, ya que la mayoría de las prácticas se inscriben en una línea más cercana al modelo médico que al de los derechos humanos (educación biologicista, por ejemplo).
- A partir de los testimonios de Eduardo reconocemos que existen al interior de la comunidad sorda mayores desigualdades entre: los sordos “*que no saben nada*”, los sordos “*que saben, conocen todo de la vida, pero no saben leer ni escribir*”; y los hipoacúsicos “*que leen y escriben, entienden, piensan*”. De este modo las PDA oralizadas estarían más cerca o integradas a la cultura del oyente.
- La comunicación parece tener un antes y un después del celular. Hay un quiebre muy importante que se relaciona con la autonomía generada, lo cual hace a una condición de decisión y gestión en algunos aspectos de la vida de las PDA.
- A través de los testimonios de nuestros entrevistados percibimos que las TICs pueden generar vínculos, pero no lazos sociales. Sí garantizan, de igual forma que para los oyentes, la continuidad de los vínculos.
- Nos preguntamos en relación a lo expuesto si podemos pensar la tecnología como metáfora de la apertura o como otra forma de “colonización” para la comunidad sorda.

Según Benvenuto, “*en tanto las comunidades en general y los sordos en particular no se apropien de sus ‘escrituras’ y no se habiliten espacios que las vehiculicen al interior como al exterior de la comunidad, no podremos empezar a entablar un diálogo intercultural donde las narraciones del otro no tengan un carácter de monopolio discursivo sino de un logos en pie de igualdad con el otro*” (Benvenuto, op.cit: 8).

Sin embargo, creemos interesante seguir investigando cómo las TICs relacionan a las PDA con la lengua escrita, cuando ésta aparece como un objeto de interés

en el plano de las comunicaciones que ellos pueden concretamente establecer. En nuestra opinión esto implica una estrategia diferente, más cercana al *escamoteo* de Michel De Certeau, frente al tema -no menor- de la violencia de la lengua de los oyentes.

Testimonios citados

Los especialistas entrevistados son:

- 1) Gabriela Kowal*, pertenece a la confederación de hijos de padres sordos. Psicóloga, hija y nieta de sordos.
- 2) Diego Morales*, integrante de la Confederación Argentina de Sordos (CAS). Sordo de nacimiento. Se comunica mediante la LSA.
- 3) Omar Safón*, sordo de nacimiento, oralizado, enseña LSA en el Círculo de Sordos de Rosario.
- 4) Marcelo Marconi*, sordo de nacimiento, hijo de padres sordos, miembro de la Asociación de Sordomudos de Ayuda Mutua de Rosario (ASAM) y Escuela Especial Secundaria N° 513.
- 5) Eduardo Marianelli, sordo de nacimiento, oralizado(utiliza audífonos), hablante de LSA, integrante de ASAM (Asociación de Sordomudos de Ayuda Mutua)
- 6) Camila, 23 años, hipoacúsica oralizada.
- 7) Yolanda, 23 años, sorda de nacimiento.
- 8) Silvia, 29 años, sorda de nacimiento, escolarizada, cursó sus estudios primarios en una escuela de sordos.
- 9) Roberto, 35 años, sordo de nacimiento, casado con Analía y tienen 3 hijos.
- 10) María de los Ángeles Sánchez, hija de sordos. Docente de la Escuela Especial Secundaria N° 513
- 11) Mónica Curiel, lingüista, especialista en sordos. Directora Ejecutiva del Centro de Estudios y Acción para el Desarrollo de la Comunidad Sorda de la Ciudad de Buenos Aires.
- 12) Mónica Báez, magister en enseñanza de la lengua y la literatura, Fac. de Humanidades y Artes de la Universidad Nacional de Rosario (UNR).
- 13) Mabel Remón*, intérprete, es hija y nieta de sordos. Traductora oficial de los actos de gobierno (desde los inicios de la democracia). Asesora del INADI en discapacidad auditiva.

* Integrantes del Jurado que se conformó en el ámbito del Municipio de Rosario con motivo de los concursos de oposición y antecedentes que se llevaron a cabo

para la selección de intérpretes de LSA para los actos oficiales públicos y para la selección de capacitadores en LSA para dictar los cursos dirigidos al personal municipal en oficinas de atención al público (Ordenanza N° 8033). Rosario, Octubre 2009

Bibliografía

BACZKO, Bronislaw (1985) "Imaginação social", in *Enciclopédia Einaledi*, vol. 5. Lisboa: Imprensa Nacional /Casa da Moeda, Editora Portuguesa. Extraído de <http://www.comminit.com/en/node/149908/37>

BENVENUTO, ANDREA (2010) "¿Cómo hablar de diferencias en un mundo indiferente? La sordera de los oyentes cuando hablan de sordos", disponible en: <http://signapuntos.8forum.info/t1284-como-hablar-de-diferencias-en-un-mundo-indiferente-la-sordera-de-los-oyentes-cuando-hablan-de-sordos-a-benvenuto>

BOURDIEU, PIERRE (1997) *Sobre la Televisión*, Editorial Anagrama, Barcelona. 1ra. edición: 1996, por Liber Éditions, París.

BROGNA, Patricia (2010) "Posición de discapacidad: los aportes de la Convención", En: <http://el-observatorio.org/wp-content/uploads/2010/06/patricia-brogna.pdf>

CANTOR, Ma. Flor; VERGINI, Ma. Adelaida; MUSA, Ma. Carolina, MARCHETTI, Viviana y POLETTI, Marisol (2008) "El impacto de las tecnologías de pantalla en personas con discapacidad", En: *La trama de la comunicación*, Vol. 13, UNR Editora.

DE CERTEAU, MICHEL (1996) *La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer*. Universidad Iberoamericana, México.

OLMO BAU, CARLOS (2007) "Michel Foucault: Poder, autonomía y rebelión", extraído de http://lahaine.org/pensamiento/michel_rebellion.htm

GARCIA CANCLINI, NESTOR (1984) "Gramsci con Bourdieu. Hegemonía, consumo y nuevas formas de organización popular", Revista Nueva Sociedad N°71, Caracas, Venezuela, pág. 69-78.

MASSONE, Ma. Ignacia; SIMÓN, Marina; DRUETTA, Juan Carlos (2003) *Arquitectura para una escuela de sordos*, Colección Estudios de la Minoría Sorda, México.

MORLEY, DAVID (1998) "Populismo, revisionismo y los nuevos estudios de audiencias". En: CURRAN JAMES, MORLEY, D. Y WALKERDINE, V. (Comps.), *Estudios culturales y comunicación*, Paidós Comunicación, Barcelona, España, pág. 417-437).

SKLIAR, CARLOS (2000), "Discursos y prácticas sobre la diferencia y la normalidad. Las exclusiones del lenguaje, del cuerpo y de la mente", en: *La diversidad bajo sospecha. Reflexiones sobre los discursos de la diversidad y sus implicancias educativas*, Cuaderno de Pedagogía Rosario Año 4 N°7, Ed. Bordes, Rosario, Argentina, FLACSO. Disponible en: http://www.canales.org.ar/archivos/lectura_recomendada/Skliar-Santilla-1.pdf

Consumos de dispositivos tecnológicos: uso de pantallas en ingresantes a la Universidad Nacional de Rosario (UNR) Argentina, 2008 - 2010

Resumen

Este artículo problematiza acerca de los modos de consumo y apropiación de los dispositivos tecnológicos y el uso de las pantallas por parte de los adolescentes y/o de los jóvenes ingresantes de la Universidad Nacional de Rosario. Se reconoce que son los jóvenes quienes usan y consumen los nuevos medios digitales y los diferentes dispositivos tecnológicos de pantallas (celulares, TV y PC) y quienes acceden además de forma natural y diferenciada a consumir productos digitales mediante el acceso a estas pantallas. Aquí se presentan los resultados de las encuestas realizadas a ingresantes a la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la UNR entre 2008 - 2010.

Nora Moscoloni

Magister en Estadística Sanitaria, Doctora y docente investigadora de la Facultad de Ciencia Política de la Universidad Nacional de Rosario, Estadística especializada en análisis multidimensional de datos en IRICE (CONICET-UNR), docente en Maestrías y Doctorados.

moscoloni@irice-conicet.gov.ar

Sebastián Castro Rojas

Licenciado en Comunicación Social por la UNR. Master en Comunicación por la Universidad de Sevilla España. Doctor en Comunicación Social por la UNR. Profesor e Investigador de la Universidad Nacional de Rosario.

srcastrorojas@gmail.com

1.

Introducción

Las sociedades actuales están experimentando transformaciones en sus diversos ámbitos sociocultural, comunicacional, educacional, político y económico producto de la irrupción y masificación de las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs). En la actualidad, cobran relevancia los estudios acerca de los modos de apropiación de las tecnologías con pantallas por parte de los adolescentes y/o de los jóvenes. Esta franja etaria reviste interés por ser la que se formó en el seno de las tecnologías digitales y la irrupción de la web 2.0, marcando con ello una diferencia fundamental con el mundo adulto.

Proponemos pensar el consumo, como lo expresa Mary Douglas (1990), como un proceso activo y creativo, como una actividad en la que se reflejan todas las prácticas que constituyen a un sujeto: en el acto de consumir, los individuos hablan sobre sí mismos y sus formas de experimentar lo social. Y también se lo entenderá como: “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” (García Canclini; 1999: 34)

Entendemos que las TICs han permeado el tejido social de manera singular y significativa. Los jóvenes, en particular, han dejado de lado la linealidad de la palabra para dar lugar a la simultaneidad y diversificación. SACAR Estas Las generaciones moldeadas con los nuevos medios digitales y los diferentes dispositivos tecnológicos acceden de forma diferenciada a sus consumos. Por ello, “si con Guttenberg en el siglo XV se habló del paso de la cultura oral a la escrita y a mediados del siglo XX hablábamos del lugar que cedió la cultura de la palabra a la cultura de la imagen, hoy, en el siglo XXI, somos testigos de la manera en que la lectura lineal dio paso a la percepción simultánea” (Morduchowicz, 2004)

El uso y la apropiación de los dispositivos mediante las pantallas de la PC, TV y los celulares nos posicionan en medio de una revolución tecnológica que supone una modificación a nivel cultural hacia nuevas formas de producción, distribución y circulación de la información mediadas por las tecnologías de pantallas.

En palabras de Martín-Barbero “la globalización de los mercados se halla estrechamente unida a la fragmentación de los consumos. De ahí la importancia estratégica de la investigación del consumo como modo de comprensión de las formas de agrupación social –especialmente juveniles - que los medios contribuyen hoy a modificar y legitimar” (1999: 25).

Es de desatacar que otros trabajos (Canclini, 2008; Winocour, 2006) realizados en el continente dan muestra de que entre los jóvenes ya no se organiza la distinción socioeconómica y cultural sólo por referencia al capital familiar sino por una posesión individual y personalizada de los aparatos portátiles (celulares, discman, iPod), que permiten trasladarlos como signo de distinción a las interacciones públicas o entre amigos, convirtiéndose el equipamiento en un marcador de clase que cada joven lleva consigo a múltiples lugares. (Canclini, 2008)

Se reconoce de esta manera que ya no es posible analizar las transformaciones tecnológicas como mero instrumento de cambio cuantitativo sino que es importante poner en cuestión el uso, los consumos en los contextos sociales en los que se inscriben éstos. Hoy “los medios no pueden tomarse independientemente de los contextos de recepción” (Morduchowicz, 2008, p.13). El uso de los celulares o Internet como dos pantallas tecnológicas distintivas de acceso a las TICs deben ser estudiadas en el entorno y/o contexto social donde se da la

recepción. “Es imposible analizar las transformaciones tecnológicas sin tener en cuenta los cambios sociales y familiares que se han vivido en las últimas décadas en relación con la cultura popular” (Morduchowicz, 2008, p.13).

Se reconocen en la última década cambios en los hábitos culturales de los jóvenes que son productos del uso y apropiación de los dispositivos e innovaciones tecnológicas (Canclini, 2008). Estos hábitos posibilitan nuevos modos de sociabilidad en la web mediante el intercambio de texto, imágenes y sonidos en las plataformas digitales. La “tecnosocialidad” muestra que los dispositivos de comunicación no son sólo herramientas, sino “contextos, condiciones ambientales que hacen posible nuevas formas de ser, nuevas cadenas de valor y nuevas sensibilidades sobre el tiempo, el espacio y los acontecimientos culturales” (Castells, 2007: 226). La sociabilidad en la red mediante el uso y consumo de los dispositivos construye grupos de pares con códigos y lenguajes propios.

A partir del Proyecto Interfaces en pantallas: mapas y territorios¹ nos planteamos la exploración de distintas modalidades de consumos y procesos de reconocimiento ligados a prácticas y usos de diversas interfaces en pantallas (celulares, TV y PC). Tal objetivo debió ser abordado metodológicamente tanto desde técnicas cualitativas como cuantitativas.

El abordaje cuantitativo tuvo como eje la recolección de datos sobre consumos de pantallas a partir de una encuesta dirigida a ingresantes² de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales en los años 2008-2010 en sus cuatro carreras, las licenciaturas en Comunicación Social, Ciencia Política, Relaciones Internacionales y Trabajo Social.

La elección del universo de estudio estuvo justificada por la facilidad de acceso a una población de jóvenes, en general homogénea en edad y con una composición en niveles socioeconómicos conocida por estudios anteriores.

Las dimensiones consideradas refirieron a los consumos diferenciales de los tres tipos de pantallas de mayor difusión, a sus modos de utilización por parte de los jóvenes, a sus posibilidades de integración y de sustitución entre dispositivos.

El instrumento diseñado constó de un grupo de preguntas de contexto y luego 3 grupos de ítems dedicados a evaluar el consumo de celulares, Internet y televisión: en total, 50 preguntas cerradas más una abierta que apuntaba a describir los posibles cambios en la vida cotidiana a partir del uso de celulares e Internet.

La administración del cuestionario en formato papel se realizó en oportunidad de la asistencia al curso de ingreso que se desarrolla anualmente en nuestra Facultad, lográndose un total de 1393 encuestas entre 2008 y 2010 (497 en 2008; 437 en 2009 y 459 en 2010). Las encuestas fueron procesadas mediante las técnicas estadísticas tradicionales y las de análisis de datos en la versión del enfoque francés.

1. Acreditado en la Facultad de Ciencia Política de la UNR, Resolución CS 194/2007. Para una reseña del proyecto ver: “Interfaces en pantallas. Una experiencia de investigación”, Revista Medios y Enteros, Edición N°3, [en línea], disponible en: <http://www.mediosyenteros.org.ar/>, recuperado 12 de abril de 2010. Las instituciones visitadas son las siguientes: Asociación de Sordos de Ayuda Mutua (ASAM), Escuela Especial N° 2015, Escuela Especial IRAL; Dirección Municipal para la Inclusión de Personas con Discapacidad, todas de la ciudad de Rosario (Santa Fe).

2. Ingresantes o nuevos inscriptos: aspirantes a ingreso que habiendo cumplimentado los requisitos necesarios para ingresar a la Universidad, son admitidos como alumnos en una determinada carrera.

2.

Metodología

3. 3.1 Configuración de la muestra

Resultados de la encuesta

Se encuestó a la totalidad de alumnos ingresantes que concurren a la última clase del curso de ingreso para cada carrera. Si bien el curso no es obligatorio, los aspirantes asisten en mayoría. La encuesta fue de carácter anónimo y voluntario no registrándose rechazos. Se logró una cobertura de alrededor del 60% en los tres años.

Cuadro N° 1: Horas de trabajo por carrera

| | | ¿Trabaja? | | | Total |
|---------|---------------------|-----------|--------------------|---------------------|--------|
| | | No | Si, hasta 20 horas | Si, más de 20 horas | |
| Carrera | Comunicación Social | 67,6% | 23,4% | 9,0% | 100,0% |
| | Trabajo Social | 64,8% | 15,2% | 20,0% | 100,0% |
| | Ciencias políticas | 75,9% | 13,9% | 10,1% | 100,0% |
| | RRII | 74,0% | 15,5% | 10,5% | 100,0% |
| Total | | 70,1% | 18,2% | 11,7% | 100,0% |

Un indicador social importante en la población universitaria se refiere a las horas de trabajo. Las dedicaciones horarias más altas al trabajo estarían indicando la necesidad del joven de proveer a su sustento, mientras que la semi-dedicación no es necesariamente indicador de bajo nivel económico, ya que en ese segmento trabaja el joven que puede conseguir un trabajo de

tiempo parcial, siendo generalmente de Rosario. En esta Facultad alrededor del 70% de los encuestados no trabaja, existiendo una diferenciación por carrera estadísticamente significativa³. En efecto, el cuadro N° 1 que sigue puede observarse que este porcentaje varía desde el 65% en Trabajo Social al 76% en Ciencia Política. Más adelante veremos que los indicadores de acceso al consumo de pantallas refuerzan esta distribución.

Cuadro N° 2: Sexo por año de ingreso

| | | Año de ingreso | | | Total |
|-------|-----------|----------------|--------|--------|--------|
| | | 2008 | 2009 | 2010 | |
| Sexo | Masculino | 32,1% | 31,4% | 31,2% | 31,6% |
| | Femenino | 67,9% | 68,6% | 68,8% | 68,4% |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

El 68% de la muestra es de sexo femenino, porcentaje aproximado al de la UNR en su totalidad. El 52% de los alumnos son de Rosario; del resto, la mitad son de localidades de la provincia de Santa Fe y la otra mitad de otras provincias, con algunos extranjeros como se observa en el Cuadro N° 3.

Cuadro N° 3: Procedencia de los ingresantes en porcentajes

| | | Año de ingreso | | | Total |
|-------------|----------------------|----------------|--------|--------|--------|
| | | 2008 | 2009 | 2010 | |
| Procedencia | Rosario | 49,6% | 53,2% | 55,3% | 52,6% |
| | Departamento Rosario | 4,2% | 9,9% | 9,8% | 7,8% |
| | Otras localidades en | 18,3% | 20,9% | 19,0% | 19,3% |
| | Otras Provincias | 26,0% | 15,8% | 15,5% | 19,3% |
| | Extranjero | 1,8% | ,2% | ,4% | ,9% |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

El porcentaje en cuanto a la elección de la carrera registra en los 3 años constantes en relación a la distribución de los

alumnos por carreras, siendo Comunicación Social la más requerida con un 38%, luego Relaciones Internacionales con un 25%, Trabajo Social con un 19% y por último Ciencia Política 17%, ver Cuadro N° 4.

3. Chi-cuadrado, $p=0,009$

La edad constituye un indicador importante en relación con el consumo de pantallas y vemos que en los 3 años analizados la edad de ingreso a la Universidad es en su mayoría de jóvenes de 17 a 20 años que han culminado sus estudios secundarios y deciden realizar estudios de grado como lo refleja el Cuadro N° 4. En la muestra el 90% cuenta con 17 y 20 años, el 8% entre 20 y 30 y un 2% ingresa con más de 30 años, especialmente en la carrera de Licenciatura en Trabajo Social. Los promedios de edad de ingreso por carrera varían entre 18 para Comunicación Social y 20 para Trabajo Social siendo de 19 años para Ciencia Política y Relaciones Internacionales.

Cuadro N° 4: Ingreso por carrera en porcentajes

| | | Año de ingreso | | | Total |
|---------|---------------------|----------------|--------|--------|--------|
| | | 2008 | 2009 | 2010 | |
| Carrera | Comunicación Social | 33,9% | 42,2% | 39,0% | 38,2% |
| | Trabajo Social | 20,9% | 20,2% | 17,0% | 19,4% |
| | Ciencia Política | 17,1% | 16,5% | 17,4% | 17,0% |
| | RRII | 28,1% | 21,1% | 26,6% | 25,4% |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Asimismo las modalidades laborales tienen relación significativa con la edad. Como se desprende del cuadro N° 6 los estudiantes mayores en edad trabajan mayor número de horas.

Cuadro N° 5: Edad de ingreso en porcentajes

| | | Año de ingreso | | | Total |
|-------|----------|----------------|--------|--------|--------|
| | | 2008 | 2009 | 2010 | |
| Edad | 17-20 | 89,1% | 92,0% | 89,5% | 90,2% |
| | 21-30 | 8,2% | 6,4% | 8,7% | 7,8% |
| | 31 y más | 2,7% | 1,6% | 1,7% | 2,0% |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

En resumen: la composición de la muestra está balanceada por carreras, siendo mayores los montos en Comunicación Social y Relaciones Internacionales. La mitad de los ingresantes a la Facultad de Ciencia Política y RR.II. son de la ciudad de Rosario y el resto de otras localidades. Son mayoritariamente mujeres. En general, la mayoría de los relevados entre 2008 y 2010 se registra que no trabajan, pero sí se detecta que los que trabajan son los de más edad que se encuentran más frecuentemente en la carrera de Licenciatura en Trabajo Social.

Cuadro N° 6: Edad y horas de trabajo en porcentajes

| | | ¿Trabaja? | | | Total |
|-------|----------|-----------|--------------------|---------------------|--------|
| | | No | Si, hasta 20 horas | Si, más de 20 horas | |
| Edad | 17-20 | 73,2% | 18,6% | 8,2% | 100,0% |
| | 21-30 | 45,4% | 16,7% | 38,0% | 100,0% |
| | 31 y más | 21,4% | 14,3% | 64,3% | 100,0% |
| Total | | 70,0% | 18,3% | 11,7% | 100,0% |

3.2.- Acceso y consumo de pantallas

Cuadro N° 7: ¿Tenés teléfono celular?

| | | Año de ingreso | | | Total |
|--------------------------|------------------------|----------------|--------|--------|--------|
| | | 2008 | 2009 | 2010 | |
| ¿Tenés teléfono celular? | Si, tengo uno | 89,9% | 91,1% | 91,5% | 90,8% |
| | Si, tengo más de uno | 6,4% | 7,3% | 7,0% | 6,9% |
| | No, pero he tenido | 2,8% | ,9% | 1,1% | 1,7% |
| | No tengo ni nunca tuve | ,8% | ,7% | ,4% | ,6% |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

3.2.1.- Celulares

El porcentaje de jóvenes que no tienen ni han tenido celular no llega al 1%. El 97% lo tiene actualmente y un 7% tiene más de uno como se establece en el cuadro N° 7.

El 63% de los jóvenes informa haber tenido su primer celular entre los 15 y los 16 años, el 14% en edades inferiores y el resto después de los 16 años.

Cuadro N° 8: Promedios de edad y de edad al primer celular

| Carrera | | Promedio de edad | Promedio de edad primer celular |
|---------|---------------------|------------------|---------------------------------|
| | Comunicación Social | 18 | 15 |
| | Trabajo Social | 21 | 18 |
| | Ciencia Política | 19 | 16 |
| | RRII | 19 | 15 |
| Total | | 19 | 16 |

En el cuadro N° 8 que sigue se consignan los promedios de edad en comparación con los promedios de edad en que tuvieron el primer celular. En Comunicación Social se encuentran los más jóvenes ingresando en mayor número al término de la escuela secundaria y en Trabajo Social los mayores. En promedio la adquisición del celular se ubica 3 años antes, época en la cual según algunas consultoras se registra la explosión del servicio (Carrier y Asoc., 2006)

Cuadro N° 9: Porcentajes de cantidad de celulares desde el primero por edad

| | | ¿Cuántos teléfonos celulares tuviste hasta la actualidad? | | | | Total |
|-------|----------|---|-------|-------|---------|--------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 o más | |
| Edad | 17-20 | 8,6% | 29,2% | 29,9% | 32,3% | 100,0% |
| | 21-30 | 11,5% | 31,7% | 23,1% | 33,7% | 100,0% |
| | 31 y más | 33,3% | 33,3% | 22,2% | 11,1% | 100,0% |
| Total | | 9,3% | 29,5% | 29,3% | 32,0% | 100,0% |

La edad del primer celular tiene relación con las posibilidades de acceso y la edad, tal como se observa en los promedios diferenciales según horas de trabajo y carrera, los jóvenes que trabajan mayor número de horas, que son mayores, comenzaron más tarde con la tecnología celular, manteniendo además la diferenciación por carrera.

El siguiente cuadro N° 9, reafirma lo anterior a través del indicador cantidad de celulares que tuvieron desde el primero, los mayores poseyeron en su mayoría 1 o 2 aparatos mientras que los más jóvenes en su mayoría entre 3 y 4.

En el Cuadro N° 10 vemos como hay una disminución en los que declaran tener un solo celular entre el 14% en 2008 a sólo el 5% en 2010. Esto muestra un aumento en los que han tenido entre 2 y 4 celulares que son el 95% en 2010. Asimismo se evidencia un aumento del 23% entre 2008 y 2010 en la cantidad de ingresantes que han poseído 4 o más dispositivos. En el total de la muestra más del 90% declara haber tenido 2 celulares o más.

Cuadro N° 10: Porcentajes de cantidad de celulares por año de ingreso

| | | Año de ingreso | | | Total |
|--|---------|----------------|--------|--------|--------|
| | | 2008 | 2009 | 2010 | |
| ¿Cuántos teléfonos celulares has tenido hasta la actualidad? | 1 | 14,4% | 8,1% | 5,3% | 9,4% |
| | 2 | 38,2% | 28,9% | 20,8% | 29,5% |
| | 3 | 27,1% | 30,3% | 30,2% | 29,1% |
| | 4 o más | 20,3 % | 32,7 % | 43,7 % | 32 % |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Con respecto a las funciones de los que declaran tener celular, el 72% declara tener con cámara, sin embargo sólo el 38% saca fotos con intensidad media. Se registra un aumento en las potencialidades tecnológicas de los dispositivos (MP3, puerto infrarrojo, cámara, banda ancha) entre 2008 y 2010. En 2008, sólo el 37% poseía celulares con MP3, el 33% bluetooth, el 25% puerto infrarrojo y el 14% banda ancha. En los ingresantes de 2010 se registra un aumento de un 30%, llegando a un 67% los celulares con MP3 y un 62% con puertos infrarrojos como se muestra en los Cuadros N° 11 y 12. En cuanto a la Banda Ancha no se registran incrementos sino que se mantiene en un 17% de celulares con conexión. Estos datos muestran que el segmento de jóvenes dispone de dispositivos con mayores disponibilidades técnicas con el correr de los años detentando los equipos de última generación y con mayores posibilidades tecnológicas. Sin embargo estos datos no dan cuenta de un uso intensivo de los mismas como veremos a continuación.

Cuadro N° 11: Tiene/tenía Mp3 por Año de ingreso

| | | Año de ingreso | | | Total |
|-------|--------|----------------|--------|--------|--------|
| | | 2008 | 2009 | 2010 | |
| | Si mp3 | 37,1% | 58,8% | 67,8% | 54,1% |
| | No mp3 | 62,9% | 41,2% | 32,2% | 45,9% |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Cuadro N° 12: Tiene/tenía Bluetooth por Año de ingreso

| | | Año de ingreso | | | Total |
|-------|--------------|----------------|--------|--------|--------|
| | | 2008 | 2009 | 2010 | |
| | Si bluetooth | 32,4% | 50,5% | 61,9% | 47,9% |
| | No bluetooth | 67,6% | 49,5% | 38,1% | 52,1% |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

En lo referente a cuál es el uso que le da al celular entre los ingresantes de los 3 últimos años, se mantienen los porcentajes de años anteriores no evidenciando un aumento del uso con dispositivos más completos. El 97% de jóvenes manifiesta dar un uso intensivo o medio para mandar mensajes de texto, mientras que la mayoría (el 64%) sólo lo usa con intensidad media para hablar, siendo el resto de usos (bajar contenidos, sacar fotos, navegar) medio o escaso, como se presenta en el cuadro N° 13. Estos resultados coinciden con otros estudios sobre los adolescentes y el celular. Para Carrier (Ob.cit.) "El uso de los mensajes de texto caracteriza a este segmento. A través de los mismos hacen lo que en definitiva

los adolescentes siempre hicieron: mantener contacto con sus pares. Eso sí, la manera en que lo llevan a cabo difiere respecto de las generaciones anteriores. Lo que ha hecho la tecnología, Internet (IM) y celular (SMS) mediante es cambiar gradualmente los hábitos y estilos de comunicación".

Cuadro N° 13: Porcentajes de intensidad de uso del celular 2008-2010

| | Intensivo | Medio | Escaso o nulo | Total |
|--|-----------|-------|---------------|-------|
| ¿Qué uso le das para hablar? | 20 | 64 | 16 | 100 |
| ¿Qué uso le das para mandar mensajes? | 57 | 40 | 3 | 100 |
| ¿Qué uso le das para bajar contenido (ringtones, fotos, wallpapers, etc.)? | 0 | 11 | 89 | 100 |
| ¿Qué uso le das para sacar fotos o filmar? | 8 | 38 | 53 | 100 |
| ¿Qué uso le das para navegar por Internet? | 1 | 9 | 90 | 100 |

En resumen: la intensidad de consumo de celulares tiene que ver con las posibilidades de acceso a dicha tecnología y la edad, siendo el uso prioritario de estos jóvenes el intercambio de mensajes de texto. Argentina en general experimentó en el año 2003 la explosión del uso del servicio de SMS. Este incremento está ligado al uso que los adolescentes y jóvenes empezaron a realizar desde 2003 en adelante. Los jóvenes del pulgar se apropiaron de esta manera de una forma instantánea y con un lenguaje singular para establecer contacto con sus pares. Los jóvenes ingresantes de la UNR de hoy son los adolescentes que potenciaron estas nuevas formas de usar los teléfonos celulares en años anteriores.

3.2.2.- Internet

La gran mayoría de los jóvenes relevados, el 81%, accede a Internet desde su casa y el 17% desde un ciberlocal, siendo muy pocos los que acceden desde el trabajo: sólo el 1%. El lugar de acceso de los jóvenes es un variable relevante a considerar en relación con el poder adquisitivo de los hogares. Se evidencia un aumento del 15% entre 2008 y 2010 en el acceso desde los hogares alcanzando el 88% en 2010. Además se muestra una disminución del 15% en cuanto al acceso desde los ciberlocales. La muestra nos permite ver que el espacio público-

privado (ciberlocales) que había sido consolidado como espacio de conexión y socialización de los jóvenes a principios del 2000 también ha cambiado y se ha trasladado a un espacio privado en el hogar como demuestra el Cuadro N° 14.

El consumo de Internet también está mediado más que por la edad, por las posibilidades de acceso. En Argentina en general y en Rosario, al igual que otros centros urbanos como Córdoba, Mendoza o Buenos Aires se experimentó entre 2001 y 2007 el fenómeno creciente del acceso a la red mediante Ciberlocales o Telecentros. En 2006, en los centros urbanos del interior del país como Rosario el 39% ingresaba a la Internet mediante los ciberlocales y sólo el 55.9% lo hacía desde el hogar según el estudio realizado por la Consultora Prince & Cooke sobre el uso de Internet en Argentina en 2009. Hoy esa tendencia de acceso público privado se ve reemplazada por el acceso hogareño y el gran incremento de conexiones de banda ancha en los hogares argentinos de clase media. Por ello, estos datos refuerzan la tendencia del desplazamiento del uso de Internet desde los cibernets al hogar, o el bar o los sitios públicos con conexiones de wi-fi.

Cuadro N° 14: Acceso a Internet 2008-2010

| | | Año de ingreso | | | Total |
|---|------------------|----------------|--------|--------|--------|
| | | 2008 | 2009 | 2010 | |
| ¿Desde dónde accedés a Internet más frecuentemente? | Desde mi casa | 74,1% | 82,4% | 88,3% | 81,4% |
| | Desde el trabajo | ,8% | ,9% | 1,5% | 1,1% |
| | Desde un ciber | 24,4% | 16,6% | 9,3% | 17% |
| | Otra | ,6% | | ,9% | ,5% |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Cuadro N° 15: ¿Con que frecuencia usás Internet? En porcentajes

| | | Año de ingreso | | | Total |
|--|----------|----------------|--------|--------|--------|
| | | 2008 | 2009 | 2010 | |
| ¿Cuántas horas por semana usas Internet? | 0 a 5 | 32,7% | 35,4% | 23,0% | 30,3% |
| | 6-11 | 23,3% | 25,7% | 29,4% | 26,1% |
| | 12 y más | 44,0% | 38,8% | 47,7% | 43,7% |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Un porcentaje muy importante de jóvenes (48%) proceden de otras localidades por lo tanto es frecuente que posean equipos de computación con conexión a Internet en sus lugares de origen pero no siempre en su ubicación temporaria en la ciudad de Rosario, por lo tanto el porcentaje de acceso desde un ciberlocal es mayor entre los que proceden de otras localidades, modificando así sus modalidades de uso.

En cuanto a la frecuencia de uso de Internet como se observa en el cuadro N° 15, el 30% la usa con una periodicidad de 5 hs. por semana o menos, mientras que los de uso intensivo diario configuran el 43,7%. Estos porcentajes difieren según la localidad de procedencia, siendo los de Rosario quienes utilizan Internet con mayor frecuencia semanal.

El 86% declara usar la red para entretenimiento, el 90% para estudio, sólo el 20% para trabajo, el 92% para comunicarse con conocidos o amigos, pero sólo el 28% para conocer otras personas. Los varones utilizan más que las mujeres para trabajo y para conocer otras personas. Las mujeres utilizan menos Internet con este propósito o eligen no declararlo. Muchas veces la gran pregunta es cómo se utiliza el tiempo de conexión, a qué lo dedican los internautas. En nuestro estudio encontramos que las actividades web mayoritarias entre los ingresantes 2008 al 2010 son: el 90% actualiza su correo electrónico, el 92% chatea, el 95% busca información, el 38% entra a fotologs, el 41% manda mensajes de texto a celulares, 67% baja música o películas, 18% participa en foros y el 17% en blogs, sólo el 5% baja ringtones, el 25% juega en línea. Los varones bajan más música y películas, juegan en línea y participan en foros más que las mujeres. Por su parte ellas mandan más mensajes de texto desde Internet y compran en línea.

Cuadro N° 16: Porcentajes de uso de fotolog 2008 – 2010

| | | Año de ingreso | | | Total |
|---|-----------------|----------------|--------|--------|--------|
| | | 2008 | 2009 | 2010 | |
| ¿Entrás a fotologs cuando accedés a Internet? | Int fotologs | 57,2% | 40,0% | 16,3% | 38,2% |
| | Int no fotologs | 42,8% | 60,0% | 83,7% | 61,8% |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

De la muestra analizada de ingresantes del 2008 con respecto a los del 2010 se observan algunas modificaciones en cuanto a qué hacen los jóvenes cuando ingresan a la web. El dato más significativo está dado por el uso, consumo de fotolog, ver Cuadro N° 16. Para

los jóvenes de 2008 constituía una práctica y un consumo cercano el ingreso y la participación mediante firmas de los fotolog, el 57% declaraba entrar. Se muestra una disminución en el uso del 40% del 2008 al 2010. Para los ingresantes del 2010 es más cotidiano no consumir fotolog al navegar en la web ya que un 83% declara no entrar.

Otros consumos que sufrieron variaciones entre 2008-2010 y nos hablan de una diferente manera de apropiación de las interfaces de la web son los usos de los juegos on-line, los Foros y los Blogs. Los juegos on-line registran un aumento del 10% entre 2008 y 2010. En cuanto a los blogs en 2008 solo el 13% ingresaba

pasando a un 20% en 2010, registrando un aumento en su uso del 7%. Otro uso que evidencia un aumento en el consumo al ingresar a la web son los Foros pasando de un 16% en 2008 a un 19% en 2010, ver Cuadro N° 17.

Cuadro N° 17: Porcentajes de uso de Foros, Blogs y Juegos por año

| | Año de ingreso | | | Total |
|------------------------------------|----------------|-------|-------|-------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | |
| Participación en foros de Internet | 16,6% | 18,9% | 19,0% | 18,1% |
| Participación en blogs de Internet | 13,9% | 18,0% | 19,9% | 17,2% |
| Participación en juegos on line | 19,6% | 27,8% | 28,0% | 25,0% |

Indagamos específicamente en la utilización de los programas de chateo, en particular el Windows Live Messenger, que es de uso generalizado. Sólo el 2% declaró no usarlo, el resto lo utiliza con variada

intensidad, el 29% de 1 a 2 veces por semana, el 42% lo usa todos los días. El Cuadro N° 18 nos muestra que entre 2008 y 2010 aumentó un 11% el uso diario del Messenger pasando del 36% al 47% en 2010, bajando un 22% el porcentaje de los ingresantes que lo usan de 1 o 2 veces por semana.

En el cuadro N° 19 se muestra el uso de pantallas en relación a la lectura de diarios digitales. Al igual que en los usos de blogs, foros y juegos on-line se evidencia un aumento del 7% en el consumo diario de Medios Digitales. Entre 2008 y 2010 hubo modificaciones en cuanto al uso de las pantallas para la lectura de diarios digitales por parte de los ingresantes. En 2008 el 33% no leía diarios digitales, y el 11,9% lo hacía todos los días. En cambio en 2010 el porcentaje de jóvenes que no lee los diarios digitales baja a 18% y se registra un aumento del 6% en cuanto a la lectura diaria en pantalla llegando al 17%. El resto (60%) lee con alguna frecuencia semanal. Esta actividad se diferencia según el sexo, siendo más frecuente entre los varones.

Interesó preguntar por el tipo de diarios digitales que leían: el 63% lee diarios locales y nacionales y sólo el 9% lee diarios internacionales. De los jóvenes que leen diarios digitales se detecta que son usuarios navegantes de las pantallas, ya que su participación activa es escasa. El 77% declara no participar, los que lo hacen responden encuestas 8% o ingresan comentarios 9% y son más varones que mujeres.

Para evaluar la modificación en los usos y consumos incluimos una pregunta relativa a las actividades que se reemplazaron con el uso de Internet: el 24% dejó de leer en papel, el 13% dejó la actividad física, el 40% redujo las horas de TV y el 20% de radio, el 3% de encontrarse con amigos y el 7% de dar un paseo. El

Cuadro N° 18: Porcentajes de uso del Messenger por año

| | | Año de ingreso | | | Total |
|-------------------------------------|-----------------|----------------|--------|--------|--------|
| | | 2008 | 2009 | 2010 | |
| ¿Con qué frecuencia usás Messenger? | No uso MSN | 3,7% | 1,4% | 1,5% | 2,3% |
| | 1 vez/sem | 12,8% | 7,0% | 5,5% | 8,6% |
| | 2 veces/sem | 23,7% | 19,4% | 18,8% | 20,7% |
| | 3 a 6 veces/sem | 23,0% | 29,7% | 26,5% | 26,3% |
| | Todos los días | 36,8% | 42,5% | 47,7% | 42,2% |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Cuadro N° 19: ¿Con qué frecuencia lees diarios digitales? En porcentajes

| | | Año de ingreso | | | Total |
|--|----------------|----------------|--------|--------|--------|
| | | 2008 | 2009 | 2010 | |
| ¿Con qué frecuencias lees diarios digitales? | No leo | 32,9% | 27,8% | 18,1% | 26,4% |
| | 1 vez/sem | 22,6% | 21,3% | 21,2% | 21,7% |
| | Alguna vez/sem | 32,5% | 37,3% | 43,3% | 37,6% |
| | Todos los días | 11,9% | 13,7% | 17,4% | 14,3% |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

reemplazo diferencial en cuanto a sexo se marca sólo en que los varones dejaron más de leer en papel que las mujeres.

En resumen: los jóvenes de esta muestra se conectan a Internet en función de sus posibilidades de acceso, las cuales no son todavía plenas para la mitad de ellos, que provienen de otras localidades. La mayoría utiliza la red para entretenimiento, estudio o comunicarse con amigos, actualizan el correo electrónico, buscan información, chatean y bajan música o películas. Leen diarios digitales, en especial los regionales, pero pocos participan en ellos. El tema de la participación e interacción en la web es un punto a marcar evidenciando un mayor uso en los del 2010 en relación a los ingresantes del 2008, se marca un crecimiento en el consumo de sitios web más horizontales como los blogs, los foros o colgar comentarios en los diarios digitales. El incremento de colgar comentarios y subir contenidos resulta interesante ya que si bien son usuarios que forman parte activa en cuanto a sus consumos queda en duda si son los que algunos autores denominan "prosumidores". Estos jóvenes usuarios son los nativos digitales, forjados en las nuevas posibilidades de la interconexión, facilidad de acceso e instantaneidad de creación y circulación de contenidos. Sin embargo aún distan de ser usuarios plenamente activos, participativos y creadores de contenidos; sí por el contrario consumen los productos asociados a sus prácticas cotidianas como música, fotos o videos de portales de intercambio de productos digitales como *Youtube*.

3.2.3.- Televisión

Algunos autores (Verón, 2009; Scolari y Carlón, 2009) proponen que nos encontremos asistiendo lentamente al final de la televisión tal como la conocemos hoy, tanto debido a los fenómenos de convergencia mediática que reduce y concentra los formatos, como de divergencia en recepción que obliga a repensar el concepto de audiencia. El receptor parecería ir constituyéndose de a poco en el operador-programador de su propio consumo multimediático. En la actualidad conviven los viejos formatos analógicos con los digitales y se produce una convergencia de soportes en el uso y consumo de pantallas (TV, PC y Celulares). Estas prácticas del sector juvenil con las pantallas producen una transformación en el uso de los dispositivos tecnológicos.

Los jóvenes son usuarios que reemplazan el consumo de productos culturales audiovisuales antes distribuidos por la televisión por los provistos por otros dispositivos como el celular o las interfaces digitales de la PC (*Youtube*, redes sociales, *Facebook*). No es sencillo encontrar indicadores cuantitativos que reflejen la complejidad de este fenómeno. A la hora de definirlos, caemos en las categorías tradicionales, que por otra parte no son suficientes en nuestro país para efectuar comparaciones por la falta de uniformidad en las definiciones y la parcialidad, en especial geográfica, de las mediciones. Resulta entonces sensato efectuar las comparaciones entre las propias variables de nuestro estudio.

Como se observa en el cuadro N° 20, el 57% de estos jóvenes mira entre 7 y 21 horas semanales y el 15% mira 22 horas o más. Las mujeres aventajan a los varones en el consumo diario de TV. Se muestra una disminución del 9% en los que consumen mayor cantidad de horas frente al televisor, lo que evidencia que han reemplazado el consumo de la TV por el de otros dispositivos, como las interfaces digitales en la web -como se veía en el apartado del consumo de la Internet y sus usos.

En cuanto a las preferencias sobre los programas, el 47% prefiere ver informativos, el 69% programas de ficción-novelas o series, sólo el 5% declara ver realities, el 28% programas de debates, el 39% documentales. Los varones ven más informativos y deportivos y las mujeres más programas de ficción y realities. Acerca de la participación en los programas de TV, el 96% declara no participar, ubicándonos por tanto en un período histórico de la TV tradicional.

Para complementar la información acerca de los programas se preguntó acerca de la finalidad del consumo de TV, la mayoría (88%) declara que lo hace para pasar el tiempo luego de un día de trabajo o estudio y/o actualizarse con los informativos.

Sólo un 2% declara para poder hablar luego sobre los programas.

Para finalizar las preguntas cerradas se les preguntó acerca de las actividades que realizaban en el tiempo libre. En este sentido, los jóvenes dicen que en su tiempo de ocio prefieren: un 28% navegar en Internet, el 18% ver TV, 79% salir con amigos, 26% realizar alguna actividad física, 22% leer en papel, 24% concurrir a espectáculos, 12% hacer compras. No existen diferencias de género en estas actividades salvo en la última donde prevalecen las mujeres.

Cuadro N° 20: ¿Cuántas horas por semana ves TV? En porcentajes

| | | Año de ingreso | | | Total |
|---|----------|----------------|--------|--------|--------|
| | | 2008 | 2009 | 2010 | |
| ¿Cuántas horas por semana ves televisión? | 0 a 6 | 23,6% | 33,6% | 26,1% | 27,5% |
| | 7 a 21 | 56,1% | 52,8% | 62,3% | 57,2% |
| | 22 y más | 20,3% | 13,7% | 11,5% | 15,4% |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

3.3.- Construcción de tipología

Con el objetivo de analizar el entramado de relaciones de todos los indicadores simultáneamente, se aplicaron las técnicas de AMD.

El Análisis Multidimensional de Datos (AMD), tal como lo concibió la escuela francesa en los años '70 con el nombre de *analyse des données*, ha sido presentado como la alternativa a la estadística tradicional. Sin embargo el contexto de aplicación de estas técnicas ha cambiado adaptándose a las modificaciones en los usos y demandas de la sociedad respecto de las nuevas tecnologías. Es así

que en la actualidad se elige hablar de Data Mining, Text Mining y Web Mining en lugar de Análisis de Datos Numéricos, Textuales o Simbólicos. En nuestro caso utilizamos el software especializado SPAD (Système Portable pour l'Analyse des Données) de origen francés.

En el campo del AMD existen dos familias de métodos que permiten realizar reducciones sin perder de vista la estructura fundamental de los datos: los *métodos factoriales* que producen las representaciones gráficas sobre las cuales las cercanías entre los puntos líneas y los puntos columnas traducen las asociaciones estadísticas y los *métodos de clasificación* que realizan los agrupamientos de las líneas o de las columnas. Con estos agrupamientos, llamados también tipologías o clusters, se puede obtener una visión macroscópica de la información. Estas dos familias de métodos se utilizan de manera complementaria y encadenada permitiendo además la integración con el Análisis Textual.

El principio fundamental del Análisis de Datos Textuales o Text Mining es el análisis a través de la comparación. Se busca comparar entre sí el discurso de los individuos que han contestado a una encuesta, o de grupos de individuos formados a partir de la respuesta a una o varias preguntas cerradas. La comparación implica llegar eventualmente a clasificar a los individuos en clases homogéneas en cuanto al vocabulario empleado.

Estos métodos pueden resumir los textos mediante las palabras y las frases más características. Un objetivo importante en el procesamiento de encuestas es conectar las repuestas abiertas con toda la información proporcionada por las respuestas cerradas o por las variables categóricas relativas a características contextuales de los individuos. En nuestro caso resultó de gran interés asociar el perfil de los ingresantes por carrera con las respuestas abiertas sobre cambios en la vida cotidiana a partir del consumo de Internet y celulares.

El procesamiento se llevó a cabo mediante el software SPAD aplicando la técnica de análisis de correspondencias múltiples que permitió la interpretación de las relaciones entre las variables nominales. Se proyectaron las categorías en un gráfico factorial que como elemento principal mostró un continuo en la intensidad del uso de Internet, que se corresponde con el uso de celulares (e inversamente con TV) y con la posesión de medios. Estas características se relacionan a su vez con la ubicación del acceso en la población encuestada.

En una segunda etapa se aplicó una clasificación mixta sobre ejes factoriales con corte del árbol jerárquico en cuatro clases que se presentan en el gráfico factorial que sigue.

La descripción de las características distintivas y mayoritarias, no exclusivas, de las clases nos permite arribar a rasgos generales para construir la tipología en cuanto al uso y acceso de las pantallas⁴.

La clase 1 (verde), la más numerosa, está compuesta por 562 ingresantes (40%) que poseen la tecnología más actual en celulares y la utilizan, realizan un uso muy intensivo de Internet en todas sus modalidades, accediendo desde el hogar con banda ancha y además son los que leen mayor cantidad de diarios digitales, se conectan a blogs y juegan on line. Esta clase declara que entre las actividades que dejaron de hacer se encuentra mirar, consumir productos audiovisuales mediante la TV o escuchar radio y la han reemplazado por otro tipo de consumo

4. Las clases se describen según su ubicación en el gráfico factorial, de izquierda a derecha y de abajo hacia arriba.

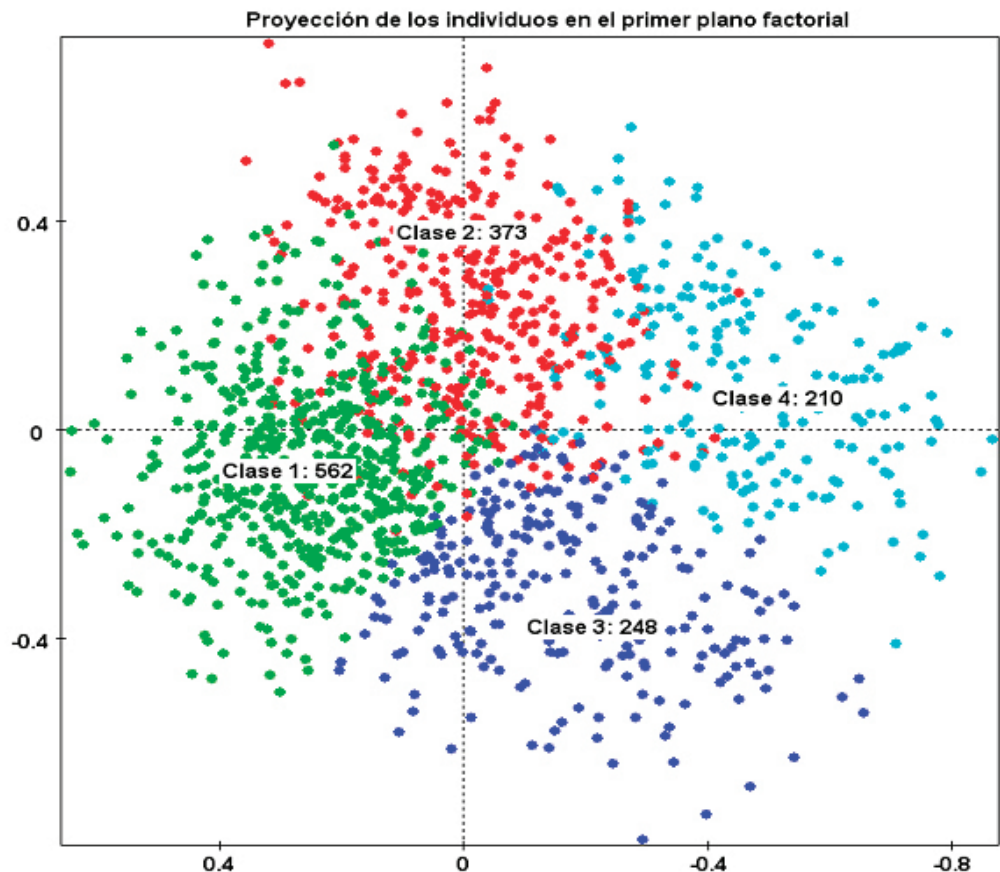
como más horas de Internet. Son jóvenes, de Rosario, ingresaron en 2010, a Comunicación Social y RRH.

La clase 2 (rojo) se constituye de 373 jóvenes (27%) que no poseen la última tecnología en celulares, pero realizan un uso intensivo de Internet, ya sea para entretenimiento, chatear, fotologs, bajar música o leer diarios digitales nacionales. Ven menos TV y lo hacen para "pasar el tiempo", ingresaron en 2008, son los más jóvenes, de Rosario y de Comunicación Social.

La clase 3 (azul) se compone de 248 jóvenes (18%) que se caracterizan por realizar un uso escaso de Internet (desde un ciber y no desde la casa) e intensivo de celulares ya que poseen disponibilidad tecnológica. No leen diarios digitales, pero ven televisión. Son en su mayoría ingresantes a Trabajo Social, habiendo ingresado en 2009 y proceden de otras localidades.

La clase 4 (turquesa) de 210 individuos (15 %) está compuesta por jóvenes de mayor edad, que trabajan más de 20 horas semanales, no poseen la tecnología más avanzada en sus celulares y manifiestan un consumo muy escaso de Internet (desde un ciber y no utilizan programa de chat), consumo medio de mensajes de texto en celular, no han dejado de mirar TV, han ingresado en 2008 y son de Trabajo Social.

Los ingresantes a Ciencia Política no se asocian significativamente con alguna clase, siguiendo la distribución general de las mismas.



3.4 Procesamiento textual

La pertenencia de cada individuo a una determinada clase fue ingresada a la base de datos como una variable nominal adicional, que luego se relacionó con el corpus textual originado con la respuesta abierta a la pregunta: *¿Qué cambió en tu vida cotidiana desde que existen los celulares e Internet?* Se trataba de explorar los usos de las nuevas tecnologías en relación con la posible sustitución de la TV.

El software suministra diversos indicadores que informan sobre las características diferenciales del corpus, pero el procedimiento que nos permite obtener mayor riqueza interpretativa se refiere a la determinación de las respuestas más características⁵ para cada grupo o clase. Se trata de respuestas reales que permiten dar una interpretación global al conjunto.

La pregunta abierta sobre los cambios en la vida cotidiana trajo aparejada en los jóvenes otras ideas acerca del uso de los dispositivos de pantallas. Una frase muy repetida es “cambió la forma de comunicarme” o “facilita comunicarme”. Algunos, a continuación, ensayan entonces su visión acerca de ese cambio. Se habla de convergencia y sustitución de medios; de “estar más informado/a”; de la inmediatez de la comunicación y a la vez de la precariedad del contacto o “roce facial diario”, casi como una evocación nostálgica de otro tipo de comunicación. Aquí se puede observar cómo los jóvenes entienden la comunicación. Estar en contacto es símil de estar comunicados. Se despoja de sentido a la comunicación entendida como producción simbólica de significados entre dos y se le otorga una noción instrumental y mecánica del contacto; la inmediatez del contacto, la facilidad del acceso y el contacto mediados por los dispositivos de pantallas. Estar comunicados equivale a estar conectados en sus diferentes dispositivos y pantallas: e-mail, mensajes de texto, Messenger, etc.

En todas las clases se encuentran opiniones disímiles en cuanto a cómo valorar el cambio en la vida cotidiana de los jóvenes a partir del uso generalizado de las pantallas, aunque, en realidad, éste no es el tema principal de la encuesta, sino la forma en la cual se produce la sustitución de actividades ligadas a esas pantallas.

Los jóvenes de la clase 1, de mayor consumo intensivo y disponibilidad de medios, hablan de una comunicación más fluida, cómoda, instantánea y accesible, que facilita el acceso a la información y al contacto con los demás.

En la clase 2, con menor sofisticación de la tecnología de celulares pero con consumo intensivo de Internet, los encuestados manifiestan la sustitución de la lectura en papel y la TV por mayor tiempo de conexión, así como una preocupación por realizar actividad física. Se reconocen como dependientes de las pantallas y las tecnologías y no lo consideran nocivo. Resaltan un uso de las interfaces como herramientas que posibilitan un contacto social inmediato.

En la clase 3, de bajo consumo de Internet pero intensivo de celulares, los jóvenes privilegian la forma de comunicación más rápida y cómoda con el celular, lo cual permite mejorar el contacto interpersonal; no dejan de observar, sin embargo algunas desventajas en cuanto a crear una dependencia de las nuevas tecnologías.

5. Para una exposición detallada sobre el tema ver: Lebart L. Salem A. (1994) pág.172 y sgtes.

Los encuestados de la clase 4, que en las preguntas cerradas evidencian un consumo escaso de Internet, privilegian como ventajas del celular el haber achicado las distancias, el poder comunicarse con familiares que están lejos y, a través de Internet, el estar más informado y al tanto de las noticias. Sin embargo, algunos señalan las desventajas de la tecnología en cuanto a no utilizarla en exceso ya que se limitan los contactos “cara a cara”.

El análisis de los datos sobre nuestro objeto bajo estudio nos muestra diferentes maneras relacionadas con el consumo de dispositivos tecnológicos por parte de los jóvenes ingresantes. Un 96% posee teléfonos celulares. Al primer celular accedieron a los 15 años lo que nos muestra un acceso temprano a las tecnologías. Estos jóvenes, se apropian de forma natural de las pantallas y sus diversas modalidades de consumos. Casi el 70% del total de ingresantes de la Facultad evidencian un consumo intensivo de las pantallas, siendo los celulares, mediante el envío y recepción de mensajes de texto, lo que los jóvenes usan con mayor asiduidad. En cuanto al uso de Internet, va de intensivo a medio en más del 67% de la muestra.

La intensidad en el uso y consumo de pantallas tiene que ver con las posibilidades económicas de acceso a las tecnologías, y en este sentido se evidencia un acceso temprano (entre 15 y 16 años) a los dispositivos tecnológicos digitales. Además, se puede observar en la construcción de las cuatro clases (tipología) que el consumo de las pantallas, la intensidad en el uso y la apropiación diferencia/separa las clases en cuanto a acceso a los dispositivos. Todas las clases poseen un alto consumo de celulares. Entre las clases las diferencias se establecen por mayor posibilidad tecnológica en los celulares (dispositivos de última generación). Sin embargo, el uso intensivo de celulares no está directamente relacionado con el uso intensivo de Internet ni necesariamente ligado con el consumo de la TV. Existe una diferencia entre clases en cuanto a que el uso intensivo de Internet implica bajo consumo de TV. Asimismo, se detecta una relación entre el acceso a los dispositivos y el consumo diferencial que cada ingresante realiza en cuanto a las carreras que estudian y tangencialmente con nivel socioeconómico y procedencia. Los ingresantes de Relaciones Internacionales son notoriamente diferentes a los de Trabajo Social por procedencia, edad, y consumo de dispositivos digitales. Los estudiantes de Comunicación Social y Ciencia Política se encuentran en el medio evidenciando una apropiación de las pantallas y un alto consumo tanto de celulares como de Internet dejando en segundo plano la TV.

En cuanto al imaginario que de los jóvenes se desprende en cuanto al uso y apropiación de las TICs, así como de la evaluación de los cambios experimentados en éstas, se puede observar cómo los jóvenes entienden a la comunicación. Estar en contacto es similar de estar comunicados. Al consultarlos sobre los cambios que las TICs han producido en sus prácticas, hacen referencia en sus discursos a que lo que ha cambiado son las formas o soportes ya que dicen: “*la comunicación, no es lo mismo estar comunicados que conectados*”. Del trabajo

4.

Consideraciones finales

se desprende que la inmediatez del contacto, la facilidad del acceso y el contacto mediados por los dispositivos de pantallas se ha incrementado entre el 2008 y el 2010, dato significativo en cuanto a las formas y usos que los jóvenes adquieren en sus prácticas con los dispositivos-pantallas.

El estudio nos muestra que ha habido un cambio en el uso en la población bajo estudio ya que el fotolog que en 2008 era consumido por el casi el 60% de los ingresantes, en 2010 aparece sólo en el 16% de la muestra. Esta disminución se contrapone con el aumento de la utilización de herramientas más horizontales de la web, como el uso de los foros, los blog o los posteos de comentarios en la web. También se marca un aumento en cuanto al uso y la lectura en pantalla de Diarios Digitales. En cuanto al entretenimiento y el uso de los juegos on-line también es una constante en aumento.

El estudio nos permite considerar que los jóvenes ingresantes a la UNR van en camino a ser “prosumidores” (consumidores y productores de contenidos) en tanto sus maneras de consumir y usar los dispositivos de pantallas. Se evidencia un aumento en cuanto a su mayor interactividad, participación en las interfaces de la web.

Consideramos que el AMD es de particular importancia en el campo de las ciencias sociales y humanas, ya que la complejidad de los objetos de investigación requiere de estos tipos de análisis que tienen en cuenta, por un lado, la condición de multidimensionalidad del objeto, y, por otro, la necesidad de que la interpretación de los resultados se haga en el terreno de lo real, es decir, que los resultados se expresen en unidades de medida coherentes con el objeto de estudio.

De esta forma el tratamiento mediante AMD permite integrar los datos cuantitativos con los textuales obteniendo una interpretación integral no accesible mediante otras técnicas. En nuestro caso, permitió observar la existencia de cuatro clases que respondieron a usos diferentes en intensidad y modalidad de las tecnologías con pantallas, donde las respuestas abiertas permiten profundizar la interpretación del sentido dado a estas categorías de intensidad. Asimismo nos suministró diversos indicadores que informaron sobre las características diferenciales del corpus y las respuestas más características para el grupo o clase posibilitando de esta manera una mayor riqueza de sentido en los resultados, ya que se trata de respuestas reales que permiten dar una interpretación global al conjunto.

Bibliografía

Benzécri, Jean Paul y col.(1976). *L'Analyse des données, T.1 La Taxonomie T.2 L'Analyse des correspondances*. Dunod. París.

Bolasco, Sergio (2005) *Statistica testuale e text mining: alcuni paradigmi esplicativi*, Quaderni di Statistica, Vol.7, Università degli Studi di Roma “La Sapienza”

García Canclini, Néstor (1999), "Consumo Cultural: Una Propuesta Teórica", en: *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, Guillermo Sunkel (Compilador), Convenio Andrés Bello, Santa Fe de Bogotá.

Carrier y Asoc. (2006) "Los adolescentes y el celular" [en línea], disponible en: <http://www.carrieryasoc.com/images/documentos/Los%20adolescentes%20y%20el%20celular%20-%20Marzo%202006.pdf>, recuperado: 14 de mayo 2009.

Carlón ,M y Scolari Carlos (editores)(2009). *El fin de los medios masivos*. La Crujía Ediciones, Buenos Aires.

Castells, Manuel (2007) "Comunicación móvil y sociedad, una perspectiva global", Ariel, Barcelona.

Lebart, Ludovic ; Morineau, Alain ; Piron, Marie (1995) *Statistique Exploratoire Multidimensionnelle*. París, Dunod.

Lebart, L. ; Morineau,A. ; Bécue, M ; Haeusler L, (1993). *SPAD.T Intégré, version 1.5 Système Portable pour l'Analyse des Donnés Textuelles*, CISIA, París.

Lebart, Ludovic y Salem, André (1994). *Statistique Textuelle*, Dunod, París.

Lebart, L. ; Morineau,A. y otros (2000). *Système SPAD, Versión 4.51*, CISIA-CER-ESTA

Martín Barbero, Jesús (1999). "Recepción de Medios y Consumo Cultural: Travesías", en: *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, Guillermo Sunkel (Compilador), Convenio Andrés Bello, Santa Fe de Bogotá.

Moscoloni, Nora; Meinardi, Beatriz; Santone, Beatriz y Tuttolomondo, Inés (1995). *Análisis textual de opiniones de estudiantes de la UNR* en: Bolasco Sergio, Lebart Ludovic, Salem André (eds.) III Giornate Internazionali di Analisi Statistica dei Dati Testuali, vol.II, CNR, Nov.1995. Roma

Moscoloni, Nora y Satriano, Cecilia (2000). *Importancia del análisis textual como herramienta para el análisis del discurso*, Cinta de Moebio, Electronic Journal for Social Sciences Epistemology [on line] Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile, N°9, Nov. 2000. Disponible en: <http://www.moebio.uchile.cl/09/frames08.htm>

Moscoloni, Nora (2005). *Las Nubes de Datos. Métodos para analizar la complejidad*. UNR Editora, Rosario.

Mourduchowicz, Roxana (2008). *Los Jóvenes y las pantallas*. Gedisa Editorial, Buenos Aires.

Winacour, R (2006). "Proceso de socialización y formas de socialización de los jóvenes universitarios en la Red", en: *El consumo cultural en América Latina*. Convenio Andrés Bello, Bogotá.

Anexo 1

Caracterización de las clases de la partición

Clase: Clase 1 / 4

| Etiquetas de las variables | Modalidades características | % de la modalidad en la muestra | % de la modalidad en la Clase | % de la Clase en la modalidad | Valor-Test | Probabilidad | Frecuencia total en la muestra |
|--|-----------------------------|---------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|------------|--------------|--------------------------------|
| ¿Tiene/tenía cámara? | Si cámara | 71,50 | 98,93 | 55,82 | 21,09 | 0,000 | 996 |
| ¿Tiene/tenía Mp3? | Si mp3 | 53,55 | 86,30 | 65,01 | 20,93 | 0,000 | 746 |
| ¿Tiene/tenía Bluetooth? | Si bluetooth | 47,38 | 78,83 | 67,12 | 19,75 | 0,000 | 660 |
| ¿Desde dónde accedés a Internet más frecuentemente? | Desde mi casa | 77,39 | 94,13 | 49,07 | 13,09 | 0,000 | 1078 |
| ¿Bajás música o películas cuando entrás a Internet? | Int bajar música | 65,76 | 84,52 | 51,86 | 12,47 | 0,000 | 916 |
| ¿Tiene/tenía Internet? | Sí banda ancha | 28,21 | 45,37 | 64,89 | 11,60 | 0,000 | 393 |
| ¿Con qué frecuencia usás Messenger? | MSN todos los días | 41,42 | 59,61 | 58,06 | 11,31 | 0,000 | 577 |
| ¿Qué uso le das al celular para sacar fotos o filmar? | Medio fotos | 37,98 | 55,69 | 59,17 | 11,15 | 0,000 | 529 |
| ¿Usas Internet para entretenimiento? | Int | 84,06 | 95,91 | 46,03 | 10,63 | 0,000 | 1171 |
| ¿Cuántas horas por semana usas Internet? en Clases | 12 y más | 42,35 | 57,65 | 54,92 | 9,46 | 0,000 | 590 |
| ¿Tiene/tenía Puerto infrarrojo | Sí infrarrojo | 26,49 | 39,86 | 60,70 | 9,18 | 0,000 | 369 |
| ¿Con qué frecuencias lees diarios digitales? | DD todos los días | 14,07 | 23,67 | 67,86 | 8,33 | 0,000 | 196 |
| ¿Participás en blogs cuando entrás a Internet? | Int blogs | 16,80 | 27,05 | 64,96 | 8,27 | 0,000 | 234 |
| ¿Jugás on line cuando entrás a Internet? | Int juegos | 24,48 | 35,41 | 58,36 | 7,68 | 0,000 | 341 |
| ¿Usas Internet para conocer otras personas? | Int conocer otros | 27,35 | 38,61 | 56,96 | 7,65 | 0,000 | 381 |
| Año de ingreso | 2010 | 32,95 | 43,95 | 53,81 | 7,10 | 0,000 | 459 |
| ¿Chateás cuando entrás a Internet? | Int chat | 91,03 | 97,15 | 43,06 | 6,94 | 0,000 | 1268 |
| ¿Usas Internet para comunicarte con personas que no conoces? | Int comuni desconoc | 90,45 | 96,62 | 43,10 | 6,75 | 0,000 | 1260 |
| ¿Qué uso le das al celular para hablar? | Intensivo hablar | 18,88 | 27,40 | 58,56 | 6,56 | 0,000 | 263 |
| ¿Participás en foros cuando entrás a Internet? | Int foros | 17,73 | 25,80 | 58,70 | 6,35 | 0,000 | 247 |
| ¿Con qué frecuencias lees diarios digitales? | DD algunas v/ sem | 36,97 | 46,09 | 50,29 | 5,72 | 0,000 | 515 |
| Conectarme a Internet | Libre Int | 28,43 | 36,83 | 52,27 | 5,63 | 0,000 | 396 |
| ¿Usas Internet para estudio? | Int estudio | 88,16 | 93,59 | 42,83 | 5,26 | 0,000 | 1228 |
| Mirar TV | Dejé mirar TV | 39,70 | 48,04 | 48,82 | 5,17 | 0,000 | 553 |
| ¿Qué tipos de diarios digitales lees? | Todos los DD | 5,31 | 9,07 | 68,92 | 4,98 | 0,000 | 74 |
| ¿Buscás información cuando entrás a Internet? | Int información | 93,68 | 97,15 | 41,84 | 4,47 | 0,000 | 1305 |

| | | | | | | | |
|--|----------------------|-------|-------|-------|------|-------|------|
| ¿Qué uso le das al celular para mandar mensajes? | Intensivo msj | 49,46 | 56,41 | 46,01 | 4,21 | 0,000 | 689 |
| ¿Actualizás tu correo electrónico cuando entrás a Internet? | Int mail | 88,23 | 92,53 | 42,31 | 4,11 | 0,000 | 1229 |
| Escuchar radio | Dejé radio | 19,81 | 25,09 | 51,09 | 3,97 | 0,000 | 276 |
| ¿Qué uso le das al celular para sacar fotos o filmar? | Intensivo fotos | 6,89 | 10,14 | 59,38 | 3,79 | 0,000 | 96 |
| ¿Qué uso le das al celular para bajar contenido (ringtones, | Medio bajar | 9,62 | 13,17 | 55,22 | 3,57 | 0,000 | 134 |
| Carrea | RRII | 25,41 | 30,43 | 48,31 | 3,46 | 0,000 | 354 |
| Carrea | Comunicación Social | 38,19 | 43,59 | 46,05 | 3,35 | 0,000 | 532 |
| ¿Qué uso le das al celular para bajar contenido (ringtones, | Intensivo bajar | 2,01 | 3,56 | 71,43 | 3,17 | 0,001 | 28 |
| Programas de debates (políticos, culturales) | Veo debates | 28,57 | 33,27 | 46,98 | 3,12 | 0,001 | 398 |
| ¿De que manera participás en las páginas de los diarios digi | Respondo encuest DD | 9,26 | 12,28 | 53,49 | 3,07 | 0,001 | 129 |
| ¿Qué tipos de diarios digitales lees? | Locales y nacionales | 11,49 | 14,77 | 51,88 | 3,05 | 0,001 | 160 |
| Salir con amigos | Libre salir | 78,46 | 82,56 | 42,45 | 3,02 | 0,001 | 1093 |
| Hacer compras | Libre hacer compras | 12,63 | 16,01 | 51,14 | 3,02 | 0,001 | 176 |
| Informativos | Veo Informativos | 46,88 | 51,78 | 44,56 | 2,96 | 0,002 | 653 |
| ¿Tenes teléfono celular? | Si, tengo más de uno | 6,89 | 9,43 | 55,21 | 2,94 | 0,002 | 96 |
| ¿De que manera participás en las páginas de los diarios digi | Ingreso coment DD | 5,24 | 7,47 | 57,53 | 2,92 | 0,002 | 73 |
| Edad R | 17-20 | 89,38 | 92,35 | 41,69 | 2,92 | 0,002 | 1245 |
| ¿Cuántas horas por semana usas Internet? en Clases | 6-11 | 25,27 | 29,36 | 46,88 | 2,82 | 0,002 | 352 |
| ¿Bajás ringtones de internet? | Int ringtones | 5,10 | 7,12 | 56,34 | 2,67 | 0,004 | 71 |
| ¿Mandás mensajes de textos a celulares cuando entrás a Inter | Int msj celu | 40,34 | 44,66 | 44,66 | 2,64 | 0,004 | 562 |
| ¿Con qué frecuencia usás Messenger? | MSN 3 a 6 veces/sem | 25,77 | 29,54 | 46,24 | 2,57 | 0,005 | 359 |
| Residencia | Rosario | 88,44 | 91,10 | 41,56 | 2,50 | 0,006 | 1232 |
| Sexo | Masculino | 31,51 | 35,23 | 45,10 | 2,39 | 0,008 | 439 |

Clase: Clase 2 / 4

| Etiquetas de las variables | Modalidades características | % de la modalidad en la muestra | % de la modalidad en la Clase | % de la Clase en la modalidad | Valor-Test | Probabilidad | Frecuencia total en la muestra |
|---|-----------------------------|---------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|------------|--------------|--------------------------------|
| ¿Tiene/tenía Bluetooth? | No bluetooth | 51,62 | 93,57 | 48,54 | 20,30 | 0,000 | 719 |
| ¿Tiene/tenía Mp3? | No mp3 | 45,51 | 87,67 | 51,58 | 19,76 | 0,000 | 634 |
| ¿Tiene/tenía cámara? | No cámara | 27,78 | 67,02 | 64,60 | 19,13 | 0,000 | 387 |
| ¿Qué uso le das al celular para sacar fotos o filmar? | Escaso o nulo fotos | 53,77 | 87,67 | 43,66 | 16,08 | 0,000 | 749 |

| | | | | | | | |
|--|----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| ¿Tiene/tenía Internet? | No banda ancha | 70,78 | 93,03 | 35,19 | 12,00 | 0,000 | 986 |
| ¿Tiene/tenía Puerto infrarrojo | No infrarrojo | 72,58 | 93,30 | 34,42 | 11,41 | 0,000 | 1011 |
| ¿Desde dónde accedés a Internet más frecuentemente? | Desde mi casa | 77,39 | 92,23 | 31,91 | 8,57 | 0,000 | 1078 |
| ¿Cuántas horas por semana usas Internet? en Clases | 12 y más | 42,35 | 60,32 | 38,14 | 8,12 | 0,000 | 590 |
| ¿Usas Internet para entretenimiento? | Int | 84,06 | 94,91 | 30,23 | 7,22 | 0,000 | 1171 |
| ¿Bajás música o películas cuando entrás a Internet? | Int bajar música | 65,76 | 80,16 | 32,64 | 7,00 | 0,000 | 916 |
| ¿Qué uso le das al celular para bajar contenido (ringtones, | Escaso o nulo bajar | 87,08 | 95,98 | 29,51 | 6,48 | 0,000 | 1213 |
| ¿Con qué frecuencia usás Messenger? | MSN todos los días | 41,42 | 55,50 | 35,88 | 6,36 | 0,000 | 577 |
| Edad R | 17-20 | 89,38 | 96,25 | 28,84 | 5,38 | 0,000 | 1245 |
| Informativos | No veo informativos | 52,19 | 64,08 | 32,87 | 5,34 | 0,000 | 727 |
| Carrea | Comunicación Social | 38,19 | 48,79 | 34,21 | 4,83 | 0,000 | 532 |
| ¿Entrás a fotologs cuando accedés a Internet? | Int fotologs | 37,47 | 47,19 | 33,72 | 4,43 | 0,000 | 522 |
| Año de ingreso | 2008 | 35,75 | 45,04 | 33,73 | 4,27 | 0,000 | 498 |
| ¿Qué uso le das al celular para navegar por internet? | Escaso internet | 90,81 | 95,98 | 28,30 | 4,21 | 0,000 | 1265 |
| ¿Qué uso le das al celular para hablar? | Escaso o nulo hablar | 14,86 | 21,72 | 39,13 | 4,14 | 0,000 | 207 |
| ¿Chateás cuando entrás a Internet? | Int chat | 91,03 | 95,71 | 28,15 | 3,82 | 0,000 | 1268 |
| ¿Qué uso le das al celular para mandar mensajes? | Medio msj | 45,73 | 54,16 | 31,71 | 3,75 | 0,000 | 637 |
| Procedencia | Rosario | 52,55 | 60,86 | 31,01 | 3,71 | 0,000 | 732 |
| ¿Usas Internet para comunicarte con personas que no conoces? | Int comuni desconoc | 90,45 | 94,91 | 28,10 | 3,49 | 0,000 | 1260 |
| ¿Bajás ringtones de internet? | Int no ringtones | 92,75 | 96,51 | 27,86 | 3,36 | 0,000 | 1292 |
| ¿Tenes teléfono celular? | Si, tengo uno | 90,74 | 94,64 | 27,93 | 3,06 | 0,001 | 1264 |
| Programas de debates (políticos, culturales) | No veo debates | 70,50 | 76,68 | 29,12 | 3,03 | 0,001 | 982 |
| ¿Usas Internet para trabajo? | Int no trabajo | 77,60 | 83,11 | 28,68 | 2,96 | 0,002 | 1081 |
| Mirar TV | Dejé mirar TV | 39,70 | 45,31 | 30,56 | 2,52 | 0,006 | 553 |
| Programas de ficción (novelas, películas, series) | Veó ficción | 68,34 | 73,46 | 28,78 | 2,44 | 0,007 | 952 |
| Documentales | No veo documentales | 60,01 | 65,42 | 29,19 | 2,44 | 0,007 | 836 |
| ¿Con qué finalidad mirás TV? | TV Pasar el tiempo | 50,25 | 55,76 | 29,71 | 2,43 | 0,008 | 700 |
| ¿Qué tipos de diarios digitales lees? | Nacionales | 30,15 | 35,12 | 31,19 | 2,36 | 0,009 | 420 |

Clase: Clase 3 / 4

| Etiquetas de las variables | Modalidades características | % de la modalidad en la muestra | % de la modalidad en la Clase | % de la Clase en la modalidad | Valor-Test | Probabilidad | Frecuencia total en la muestra |
|----------------------------|-----------------------------|---------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|------------|--------------|--------------------------------|
|----------------------------|-----------------------------|---------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|------------|--------------|--------------------------------|

| | | | | | | | |
|--|----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| ¿Tiene/tenía cámara? | Si cámara | 71,50 | 98,39 | 24,50 | 12,15 | 0,000 | 996 |
| ¿Qué tipos de diarios digitales lees? | Ninguno DD | 21,61 | 50,40 | 41,53 | 11,22 | 0,000 | 301 |
| ¿Cuántas horas por semana usas Internet? en Clases | 0 a 5 | 29,36 | 59,68 | 36,19 | 11,01 | 0,000 | 409 |
| ¿Desde dónde accedés a Internet más frecuentemente? | Desde un ciber | 16,08 | 41,13 | 45,54 | 10,69 | 0,000 | 224 |
| ¿Bajás música o películas cuando entrás a Internet? | Int no bajar música | 32,23 | 62,10 | 34,30 | 10,68 | 0,000 | 449 |
| ¿Con qué frecuencias lees diarios digitales? | No leo DD | 25,99 | 54,03 | 37,02 | 10,46 | 0,000 | 362 |
| Carrea | Trabajo Social | 19,38 | 43,15 | 39,63 | 9,61 | 0,000 | 270 |
| ¿Con qué frecuencia usás Messenger? | MSN 1 o 2 veces/sem | 20,32 | 41,13 | 36,04 | 8,34 | 0,000 | 283 |
| ¿Qué uso le das al celular para sacar fotos o filmar? | Medio fotos | 37,98 | 61,69 | 28,92 | 8,30 | 0,000 | 529 |
| ¿Tiene/tenía Mp3? | Si mp3 | 53,55 | 75,81 | 25,20 | 7,86 | 0,000 | 746 |
| ¿Tiene/tenía Bluetooth? | Si bluetooth | 47,38 | 69,76 | 26,21 | 7,78 | 0,000 | 660 |
| Sexo | Femenino | 68,27 | 87,90 | 22,92 | 7,76 | 0,000 | 951 |
| ¿Participás en blogs cuando entrás a Internet? | Int no blogs | 81,05 | 93,55 | 20,55 | 5,98 | 0,000 | 1129 |
| ¿Participás en foros cuando entrás a Internet? | Int no foros | 80,11 | 92,34 | 20,52 | 5,68 | 0,000 | 1116 |
| ¿Tiene/tenía Puerto infrarrojo | Sí infrarrojo | 26,49 | 41,53 | 27,91 | 5,65 | 0,000 | 369 |
| ¿Jugás on line cuando entrás a Internet? | Int no juegos | 73,51 | 87,10 | 21,09 | 5,57 | 0,000 | 1024 |
| Mirar TV | No dejé mirar TV | 58,22 | 72,58 | 22,19 | 5,08 | 0,000 | 811 |
| ¿Cuántas horas por semana ves televisión? en Clases | 22 y más | 15,08 | 25,81 | 30,48 | 4,84 | 0,000 | 210 |
| ¿Usas Internet para conocer otras personas? | Int no conocer otros | 70,42 | 82,66 | 20,90 | 4,76 | 0,000 | 981 |
| ¿De que manera participás en las páginas de los diarios digi | No participo DD | 75,02 | 86,29 | 20,48 | 4,66 | 0,000 | 1045 |
| ¿Tiene/tenía Internet? | Sí banda ancha | 28,21 | 40,32 | 25,45 | 4,48 | 0,000 | 393 |
| ¿Qué uso le das al celular para mandar mensajes? | Intensivo msj | 49,46 | 62,50 | 22,50 | 4,48 | 0,000 | 689 |
| ¿Usas Internet para entretenimiento? | Int no entretenimien | 13,86 | 23,39 | 30,05 | 4,44 | 0,000 | 193 |
| ¿Qué uso le das al celular para bajar contenido (ringtones, | Medio bajar | 9,62 | 17,74 | 32,84 | 4,36 | 0,000 | 134 |
| Conectarme a Internet | Libre no Int | 70,50 | 81,45 | 20,57 | 4,24 | 0,000 | 982 |
| ¿Con qué frecuencia usás Messenger? | MSN - 1 vez/sem | 8,40 | 15,73 | 33,33 | 4,16 | 0,000 | 117 |
| Residencia | Otras localidades | 11,34 | 18,15 | 28,48 | 3,44 | 0,000 | 158 |
| Programas de ficción (novelas, películas, series) | Veo ficción | 68,34 | 77,02 | 20,06 | 3,23 | 0,001 | 952 |
| Procedencia | Otras localidades en | 19,31 | 27,02 | 24,91 | 3,21 | 0,001 | 269 |

| | | | | | | | |
|--|----------------------|-------|-------|-------|------|-------|------|
| ¿Usas Internet para comunicarte con personas que no conoces? | Int no comuni descon | 7,61 | 12,90 | 30,19 | 3,15 | 0,001 | 106 |
| ¿Qué uso le das al celular para sacar fotos o filmar? | Intensivo fotos | 6,89 | 11,69 | 30,21 | 2,98 | 0,001 | 96 |
| Realizar alguna actividad física | Libre no activ físic | 72,58 | 80,24 | 19,68 | 2,97 | 0,001 | 1011 |
| Concurrir a espectáculos (cine, teatro, recitales) | Libre no espectác | 74,37 | 81,85 | 19,59 | 2,97 | 0,001 | 1036 |
| Escuchar radio | No dejé radio | 78,10 | 85,08 | 19,39 | 2,93 | 0,002 | 1088 |
| ¿Qué uso le das al celular para navegar por internet? | Medio internet | 6,17 | 10,48 | 30,23 | 2,80 | 0,003 | 86 |
| ¿Buscás información cuando entrás a Internet? | Int no información | 4,45 | 8,06 | 32,26 | 2,70 | 0,003 | 62 |
| Año de ingreso | 2009 | 31,30 | 38,71 | 22,02 | 2,67 | 0,004 | 436 |
| Programas de debates (políticos, culturales) | No veo debates | 70,50 | 77,42 | 19,55 | 2,60 | 0,005 | 982 |
| Mirar TV | Libre TV | 18,23 | 24,19 | 23,62 | 2,53 | 0,006 | 254 |
| Leer en papel | Libre no leer papel | 77,17 | 83,06 | 19,16 | 2,41 | 0,008 | 1075 |

Clase: Clase 4 / 4

| Etiquetas de las variables | Modalidades características | % de la modalidad en la muestra | % de la modalidad en la Clase | % de la Clase en la modalidad | Valor-Test | Probabilidad | Frecuencia total en la muestra |
|--|-----------------------------|---------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|------------|--------------|--------------------------------|
| ¿Usas Internet para entretenimiento? | Int no entretenimien | 13,86 | 49,52 | 53,89 | 13,99 | 0,000 | 193 |
| ¿Tiene/tenía Mp3? | No mp3 | 45,51 | 85,71 | 28,39 | 13,03 | 0,000 | 634 |
| ¿Cuántas horas por semana usas Internet? en Clases | 0 a 5 | 29,36 | 67,62 | 34,72 | 12,51 | 0,000 | 409 |
| ¿Tiene/tenía Bluetooth? | No bluetooth | 51,62 | 88,10 | 25,73 | 12,05 | 0,000 | 719 |
| ¿Bajás música o películas cuando entrás a Internet? | Int no bajar música | 32,23 | 69,52 | 32,52 | 12,04 | 0,000 | 449 |
| ¿Tiene/tenía cámara? | No cámara | 27,78 | 63,81 | 34,63 | 11,89 | 0,000 | 387 |
| ¿Desde dónde accedés a Internet más frecuentemente? | Desde un ciber | 16,08 | 45,24 | 42,41 | 11,08 | 0,000 | 224 |
| ¿Con qué frecuencia usás Messenger? | MSN - 1 vez/sem | 8,40 | 30,48 | 54,70 | 10,51 | 0,000 | 117 |
| ¿Qué uso le das al celular para sacar fotos o filmar? | Escaso o nulo fotos | 53,77 | 82,86 | 23,23 | 9,49 | 0,000 | 749 |
| ¿Chateás cuando entrás a Internet? | Int no chat | 7,11 | 25,24 | 53,54 | 9,29 | 0,000 | 99 |
| ¿Tiene/tenía Internet? | No banda ancha | 70,78 | 92,38 | 19,68 | 8,16 | 0,000 | 986 |
| ¿Con qué frecuencia usás Messenger? | MSN 1 o 2 veces/sem | 20,32 | 42,86 | 31,80 | 8,11 | 0,000 | 283 |
| Edad R | 31 y más | 2,01 | 10,95 | 82,14 | 7,85 | 0,000 | 28 |
| ¿Usas Internet para comunicarte con personas que no conoces? | Int no comuni descon | 7,61 | 22,38 | 44,34 | 7,50 | 0,000 | 106 |
| Año de ingreso | 2008 | 35,75 | 58,10 | 24,50 | 7,10 | 0,000 | 498 |
| ¿Con qué frecuencia usás Messenger? | No uso MSN | 2,23 | 10,48 | 70,97 | 6,95 | 0,000 | 31 |

| | | | | | | | |
|--|----------------------|-------|-------|-------|------|-------|------|
| ¿Jugás on line cuando entrás a Internet? | Int no juegos | 73,51 | 90,95 | 18,65 | 6,68 | 0,000 | 1024 |
| ¿Tiene/tenía Puerto infrarrojo | No infrarrojo | 72,58 | 89,52 | 18,60 | 6,35 | 0,000 | 1011 |
| Programas de ficción (novelas, películas, series) | No veo ficción | 30,73 | 50,00 | 24,53 | 6,29 | 0,000 | 428 |
| ¿Entrás a fotologs cuando accedés a Internet? | Int no fotologs | 60,52 | 78,57 | 19,57 | 5,93 | 0,000 | 843 |
| Salir con amigos | Libre no salir | 20,46 | 36,67 | 27,02 | 5,88 | 0,000 | 285 |
| Carrea | Trabajo Social | 19,38 | 35,24 | 27,41 | 5,85 | 0,000 | 270 |
| ¿Con qué frecuencias lees diarios digitales? | No leo DD | 25,99 | 42,38 | 24,59 | 5,57 | 0,000 | 362 |
| Conectarme a Internet | Libre no Int | 70,50 | 85,71 | 18,33 | 5,46 | 0,000 | 982 |
| Leer en papel | Libre leer en papel | 21,75 | 35,71 | 24,75 | 5,00 | 0,000 | 303 |
| ¿Qué tipos de diarios digitales lees? | Ninguno DD | 21,61 | 35,24 | 24,58 | 4,89 | 0,000 | 301 |
| ¿Participás en blogs cuando entrás a Internet? | Int no blogs | 81,05 | 92,38 | 17,18 | 4,83 | 0,000 | 1129 |
| ¿Trabaja? | Sí, más de 20 horas | 11,70 | 22,38 | 28,83 | 4,74 | 0,000 | 163 |
| ¿Usas Internet para conocer otras personas? | Int no conocer otros | 70,42 | 83,33 | 17,84 | 4,56 | 0,000 | 981 |
| ¿Mandás mensajes de textos a celulares cuando entrás a Inter | Int no msj celu | 57,65 | 71,90 | 18,80 | 4,54 | 0,000 | 803 |
| ¿Qué uso le das al celular para mandar mensajes? | Escaso o nulo msj | 3,95 | 10,48 | 40,00 | 4,47 | 0,000 | 55 |
| ¿Con qué finalidad mirás TV? | TV Actualizarme | 18,23 | 30,00 | 24,80 | 4,47 | 0,000 | 254 |
| Informativos | Veo Informativos | 46,88 | 60,95 | 19,60 | 4,36 | 0,000 | 653 |
| Mirar TV | No dejé mirar TV | 58,22 | 70,48 | 18,25 | 3,89 | 0,000 | 811 |
| ¿Usas Internet para estudio? | Int no estudio | 9,91 | 17,62 | 26,81 | 3,68 | 0,000 | 138 |
| ¿Qué uso le das al celular para mandar mensajes? | Medio msj | 45,73 | 57,62 | 19,00 | 3,67 | 0,000 | 637 |
| Edad R | 21-30 | 7,75 | 14,29 | 27,78 | 3,45 | 0,000 | 108 |
| ¿Cuántas horas por semana ves televisión? en Clases | 0 a 6 | 26,99 | 37,14 | 20,74 | 3,43 | 0,000 | 376 |
| ¿Participás en foros cuando entrás a Internet? | Int no foros | 80,11 | 88,57 | 16,67 | 3,40 | 0,000 | 1116 |
| ¿Usas Internet para trabajo? | Int trabajo | 20,17 | 29,05 | 21,71 | 3,27 | 0,001 | 281 |
| ¿Qué uso le das al celular para bajar contenido (ringtones, | Escaso o nulo bajar | 87,08 | 93,81 | 16,24 | 3,26 | 0,001 | 1213 |
| Documentales | Veo documentales | 39,05 | 49,05 | 18,93 | 3,12 | 0,001 | 544 |
| ¿Desde dónde accedés a Internet más frecuentemente? | Casa y otro/s | 2,58 | 6,19 | 36,11 | 3,00 | 0,001 | 36 |
| Escuchar radio | No dejé radio | 78,10 | 85,71 | 16,54 | 2,90 | 0,002 | 1088 |
| ¿Qué uso le das al celular para hablar? | Escaso o nulo hablar | 14,86 | 21,90 | 22,22 | 2,90 | 0,002 | 207 |
| ¿Cuántas horas por semana usas Internet? en Clases | *Reponse manquante* | 3,02 | 6,19 | 30,95 | 2,49 | 0,006 | 42 |

| | | | | | | | |
|--|---------------------|-------|-------|-------|------|-------|-----|
| Realizar alguna actividad física | Libre activ física | 26,35 | 33,33 | 19,07 | 2,37 | 0,009 | 367 |
| ¿Participás en blogs cuando entrás a Internet? | *Reponse manquante* | 2,15 | 4,76 | 33,33 | 2,36 | 0,009 | 30 |
| ¿Participás en foros cuando entrás a Internet? | *Reponse manquante* | 2,15 | 4,76 | 33,33 | 2,36 | 0,009 | 30 |

Anexo 2

Clase 1/4

| Criterio de clasificación | Número | Respuesta |
|---------------------------|--------|--|
| 0,913 | 1 | desde que existe Internet dejé de leer el diario en papel y sólo leí dos libros. también dejé de comprar CDs de música ya que la descargo desde una página que se llama Taringa. desde que existen los celulares casi ni uso el teléfono fijo, sólo lo hago cuando no tengo crédito en mi móvil. |
| 0,939 | 2 | varias cosas, en vez de leer cosas impresas ahora lo hago por Internet; también la comunicación es más fluida gracias a los celulares |
| 0,944 | 3 | me comunico más por sms o chat y hablo menos por teléfono; no miro informativos o leo los diarios en papel porque esa información está en Internet |
| 0,945 | 4 | uno se acostumbra a no leer diarios, revistas, a prestar atención a las noticias actuales. a buscar información en libros ya que Internet facilita todo tipo de búsqueda. disminuye la comunicación entre las personas, aparte de que uno se acostumbra a escribir mal, o a cambiar su forma por ejemplo por los mensajitos de texto. |
| 0,947 | 5 | pude conectarme con familiares y amigos que están en el exterior más frecuente. dejé de mirar mucha televisión o hacer ejercicios. leo menos libros |
| 0,947 | 6 | desde que son cotidianos siento que las comunicaciones con mi familia son cada vez más frecuentes ya que mis padres trabajan y con los horarios míos no nos vemos demasiado y así mis padres tienen mayor contacto conmigo y mis hermanos. y con respecto a Internet, desde que lo uso habitualmente tengo contactos con amigos del exterior y así mantengo amistades que por cartas sería algo lenta la comunicación. y gracias a la web también puedo actualizarme continuamente ya que por algún motivo en especial un día no pude conectarme, al día siguiente puedo volver a tomar el hilo de la información. |
| 0,949 | 7 | en mi vida cotidiana cambió la forma de pasar el rato libre (Internet) porque antes me ponía a leer un libro o a ordenar mi cuarto, buscaba alguna actividad productiva, que en la actualidad las dejo de hacer por conectarme unas horas. el celular hizo que primero esté más comunicado con todos (mi familia en especial) y más ahora que ellos están en Salta, con el uso de una promoción nos comunicamos seguido, segundo, hizo que esté obsesionada con los sms, y así gasto mucho dinero en crédito |
| 0,950 | 8 | conectarme más rápido con mis amigos a larga distancia, por Internet, aprender guitarra, también por Internet, y gasto más plata el crédito para el celular. |
| 0,951 | 9 | ha sido muy útil para comunicarme con las personas que se encontraban lejos mío (familia, amigos), ha acortado las distancias y a un costo muy bajo. uso mucho Internet para descargar música y películas, para buscar información y para acceder a sitios de mi interés (páginas webs de música, sobre libros, noticias, etc) |
| 0,952 | 10 | tengo más comunicación con personas que por cuestiones de tiempo o distancia, antes no tenía. tengo amigos en lugares lejanos y conozco su cultura. no me aburro si el clima o la situación económica no me permite salir, ir al cine, etc. me comunico (y me peleo!) menos con mi familia por estar muy concentrada en la computadora. a veces me siento adicta! cuando se rompen no sé qué hacer! jaja |

| | | |
|-------|----|--|
| 0,952 | 11 | comunicarme con amigos se simplificó mucho, ya casi no utilizo el fijo de mi casa. leo el diario todos los días y estoy informada sobre los temas que me interesan todo el tiempo. |
| 0,954 | 12 | cambiaron muchas cosas especialmente desde que tengo acceso a Internet en mi casa. cambió mi manera de hacer investigaciones, trabajos, también porque gracias a distintos programas de Internet puedo bajarme toda la música que quiero, también ver los videoclips o programas de TV que me gustan. además con el messenger conocí mucha gente nueva y puedo hablar con aquellas personas que hace tiempo no veo. el celular también cambió mucho mi vida, para salir con amigas, para preguntar sobre la escuela, para hablar con un chico. todo esto con un simple mensaje de texto. |
| 0,956 | 13 | tener la posibilidad de conectarme con mis amigos, familia o conocidos con más rapidez, y también en el caso de la telefonía móvil estar segura, ya que hoy en día somos partícipes de los tiempos donde la inseguridad está a la orden del día. |
| 0,958 | 14 | que con la tecnología de ahora uno usa menos un papel tanto sea para escribir como para leer. |
| 0,958 | 15 | creo que estás más tiempo conectada con amigos ya que la comunicación es más fluida y continua. |
| 0,960 | 16 | es más fluida la conexión con mis amigos, familia que están lejos y por el lado del Internet es un buen método para estar actualizado y buscar información |
| 0,961 | 17 | en realidad mis actividades cotidianas no cambiaron en nada, sigo haciendo lo mismo y con la misma frecuencia, pero si es cierto que no puedo estar sin el celular y sin crédito nunca, porque me siento incomunicada, y con respecto a Internet necesito entrar todos los días para ver las noticias y para chatear con amigos que no veo frecuentemente. con el uso del celular y de Internet hablo mucho menos por teléfono. |
| 0,961 | 18 | no mucho simplemente existe más acceso a comunicarse con aquellas personas que se encuentran a distancia. aunque los diarios digitales son de gran importancia, pero no por Internet me aislé del mundo. |
| 0,961 | 19 | cambió en el modo de relacionarme y el modo en el que estoy comunicarme con mis padres. también cambió mucho las posibilidades de acceso a la información, es mucho más fácil para mí hoy gracias a Internet. |
| 0,962 | 20 | en lo que responde anteriormente a la pregunta 44, encontrarme y salir menos con mis amigos, leer en papel lo hago más desde la web. También consumo menos radio y televisión y mi actividad física es escasa lo que me ha provocado un gran aumento de peso. |
| 0,963 | 21 | organizo mis actividades por chat o por mensajes en vez de llamar por teléfono o ir a la casa y si no tengo crédito o Internet se me corta generalmente no hago nada. |
| 0,965 | 22 | cambió la forma de comunicarme en el sentido de mandar sms en vez de llamar; a la hora de buscar información para la escuela recurro más a Internet, salvo para trabajos prácticos, por ejemplo vuelvo a recurrir a los libros. pasé de escuchar radios FM a escuchar música en la computadora. |
| 0,965 | 23 | desde que apareció Internet y los celulares me mantengo más conectada con la sociedad, la actualidad y mis amigas. mi tiempo libre comenzó siendo más entretenido que antes. |
| 0,965 | 24 | cambió la rapidez para comunicarme con los demás, no camino tanto como antes, realizo más juntas con amigos, leo más. |

| | | |
|-------|----|---|
| 0,966 | 25 | cambió la lectura que tenía en papel. y a veces dejo de hacer cosas por conectarme. |
| 0,966 | 26 | la vida de todos cambió quisieran o no porque la sociedad tomó a la tecnología en su cotidianidad; en mi vida no han cambiado muchas cosas |
| 0,966 | 27 | ahora con Internet leo hasta tres diarios todos los días. con celular me comunico en cualquier momento con mi familia. |
| 0,967 | 28 | me ha permitido estar con un mayor contacto con el mundo que me rodea, no sólo mi país, sino también el exterior. me ha permitido informarme con mayor rapidez y expandir mis fronteras del conocimiento y el aprendizaje. |
| 0,967 | 29 | estoy más conectada con la gente que conozco, encuentro rápidamente información que necesito, veo más películas, estoy más pendiente de la tecnología. |
| 0,967 | 30 | en lo que cambió mi vida fue que para mí el celular e Internet me permiten estar mucho más conectada con las personas que conozco, aparte de mis actividades diarias, el uso del celular e Internet se volvieron hábitos para mí. |

Groupe d'individus : Clase 2/4

| Criterio de clasificación | Número | Respuesta |
|---------------------------|--------|--|
| 0,893 | 1 | en mi vida cotidiana no cambió casi nada, salvo porque cambiaron algunas de las formas que usaba para gastar tiempo libre. antes me ponía a leer un libro o escuchar música, ahora me conecto a Internet o veo televisión, pero sin dejar de leer o escuchar música. lo que llegó a cambiar, pero no radicalmente, es mi forma de comunicarme. antes llamaba por teléfono o iba hasta donde se encontraba la persona con quien quería hablar, ahora mando mensajes o les digo las cosas por Chat, pero igualmente el teléfono lo sigo usando casi con frecuencia |
| 0,899 | 2 | al celular sólo lo uso para mandar mensajes de texto, llamar o escuchar música. no me conecto a Internet, lo único que cambió con el celular fue la comodidad para comunicarme. Internet tal vez me mantiene dentro de mi casa, pero no evita que salga con amigos o haga actividad física. |
| 0,927 | 3 | con el uso del celular se hace más frecuente la comunicación con mis amigos y otras personas, al igual que Internet es mucho más fácil y rápido acceder a las necesidades ya sea para el estudio como para lo cotidiano. también es un gasto extra que podríamos hacerlo equitativo ya que ocasiona, una manera de decir, malgastar plata teniendo otras vías de comunicación más económicas. |
| 0,928 | 4 | pasar varias horas al día sentada, aumentando mi sedentarismo, en vez de realizar alguna actividad física |
| 0,943 | 5 | quizá hago menos actividad física o me quedo más tiempo dentro de mi casa |
| 0,943 | 6 | hablar cara a cara con la gente, salir de casa, hacer actividad física. |
| 0,943 | 7 | de que no realizo ninguna actividad física, no voy con frecuencia a las bibliotecas, además lo utilizo bastante para recreación |
| 0,945 | 8 | estoy todo el tiempo comunicada con mis amigos, es muy útil para arreglar dónde encontrarnos o qué hacer, pero prefiero ver a las personas personalmente, la comunicación no verbal se pierde en estos medios, sólo los uso porque son prácticos para después vernos. realmente detesto conocer gente por Chat o Chatear con alguien y cuando después lo veo ni lo saludo. son medios de comunicación prácticos, pero deben ser una herramienta más, no la única forma de comunicarse. |

| | | |
|-------|----|---|
| 0,946 | 9 | de alguna forma creó cierta dependencia y una especie de necesidad constante de estar conectado con el otro todo el tiempo. muchas veces envió mensajes sin que sea indispensable (antes no lo hacía). de todas formas son herramientas y como tales muy útiles y que tienen infinidad de ventajas. lo único que considero es que hay que darles un uso inteligente (como dijo un periodista "estamos conectados, pero subcomunicados"... no nos perdamos.) |
| 0,948 | 10 | desde que el uso de Internet y celulares fue intensivo para todos cambió lo cotidiano porque antes pasábamos un tiempo largo viendo TV, o leyendo diarios y ahora es más fácil acceder a Internet para ver los diarios online o jugar desde la computadora, que sentarse un momento con amigos para entretenernos un poco más. |
| 0,950 | 11 | que te sentís más cómodo sabiendo que para juntarnos con amigos mando un mensaje o entrando al Chat los encontrás y tenés la respuesta al instante |
| 0,953 | 12 | que me comunico al instante con las personas y puedo organizar alguna actividad para hacer con más rapidez. |
| 0,954 | 13 | me comunico más con las personas que conozco pero de otra forma no estaría comunicada (por ejemplo: le puedo hablar por Chat o mandar un mensaje, pero si eso no existiera, no le hablaría frecuentemente por teléfono o no la vería) |
| 0,954 | 14 | me volví dependiente del celular y un poco de Internet, a veces al pasar más tiempo en estos, descuido mi actividad física |
| 0,954 | 15 | me relaciono más rápido con las personas cuando necesito hablar de algo, me informo sobre actividad de manera más eficaz; además hablo con personas que conozco que no viven en el mismo lugar que yo |
| 0,956 | 16 | desde que tengo acceso a Internet pude expresar mis opiniones y que llegue a mucha gente. tuve la posibilidad de conocer puntos de vista que no aparecen en TV, sin censura. |
| 0,957 | 17 | estoy más comunicada, creo que pese a que no están bien utilizados del todo (ya que mucha gente se olvida de vivir por estar en Internet) son herramientas muy útiles. |
| 0,958 | 18 | me facilitó más la comunicación con mis amigos a cualquier momento, eso es lo positivo. lo negativo por ejemplo con Internet que por ahí quedaba encerrado horas y horas conectado y no salía con mis amigos. pero eso ya cambió. lo positivo de Internet también es la rápida y fácil busca de información. eso me ayudó mucho. en los celulares no encuentro algún cambio que haya hecho en mi vida, excepto lo primero nombrado. |
| 0,959 | 19 | mi vida cotidiana desde que existen los celulares o Internet cambió en que estoy más comunicado con mis padres cuando no estoy en casa, escucho en mayor medida la música que me gusta. en cuanto a Internet puedo acceder a mayor información acerca de diversos temas, estoy más comunicado con mis afectos, descubrí nuevas formas de entretenimiento como ver videos de diversos contenidos. |
| 0,960 | 20 | muchas costumbres y horarios. mis hábitos de alimentación se alteraron y cuando comencé a utilizar Internet perdí contacto con lo social por un tiempo. hoy reconozco que fui adicto pero finalmente no dejo que un robot me domine |
| 0,962 | 21 | dejé de mirar TV y escuchar radio. y cuando necesito buscar información ya no voy a los libros. |

| | | |
|-------|----|---|
| 0,962 | 22 | con respecto al uso del celular estoy en contacto con más frecuencia con la gente más cercana. Internet me permitió ahorrar plata en compra de música, y poder ver los diarios digitalmente. también poder comunicarme más periódicamente con familiares y amigos que viven en el exterior |
| 0,963 | 23 | desde que utilizo Internet me comunico diferente con las personas. a veces es mejor y a veces es peor porque al ver a alguna persona siempre conectada se pierde el diálogo y hasta se deja de ver personalmente. además no me gusta ver q mucha gente se preocupe tanto por la imagen y como salir en los fotologs, la vida de cada uno se hace más pública. y los celulares, me parece práctico ahora es más cómodo a lo mejor me esfuerzo y movilizo menos. |
| 0,963 | 24 | en algunos casos, leo información desde Internet y libros, en lugar de diarios tradicionales y libros digitales. no dejé de comunicarme personalmente con la gente, si bien uso el msn y el celular. |
| 0,964 | 25 | hablo menos (dialogando) con personas, hice nuevas amistades me acuesto más tarde, escribo de otra forma (abrevio), gasto más plata |
| 0,964 | 26 | dejé de leer libros y novelas, miro menos televisión. estoy más en contacto con la gente que conozco y me informo sobre cosas como por ejemplo la contaminación, la pobreza, etc. |
| 0,964 | 27 | prácticamente desde la infancia utilizo Internet, no podría decir que mi vida cotidiana cambió porque fue siempre parte de ella comunicarme por ese medio. con respecto a los celulares, cambió en el sentido del control hacia el otro, ya sea por parte de mis padres y otras relaciones. lamentablemente no veo apropiado el uso excesivo de estos, ya que crea una constante dependencia innecesaria de ellos. usándolos debidamente me parecen muy útiles y cómodos. |
| 0,965 | 28 | cambiaron los hábitos de vida, la relación con mis amigos y conocidos y la forma de relacionarse y conocer bastante gente en general |
| 0,965 | 29 | a partir de la existencia de celulares e Internet el cambio que noto es el hecho de la conexión permanente con amigos, etc. y estar pendiente de ello en vez de realizar alguna otra actividad. pero de todas formas no tiene, ni el celular ni Internet, una prioridad total en mi vida. |
| 0,966 | 30 | cambió bastante ya que tal vez con la computadora no salgo como antes, me relaciono desde mi casa. teniendo cuidado de que no se convierta en un vicio. y el celular personalmente no le doy un uso cotidiano, mayormente me lo olvido en mi casa pero me es útil en la vida. |

Groupe d'individus : Clase 3/4

| Criterio de clasificación | Número | Respuesta |
|----------------------------------|---------------|---|
| 0,912 | 1 | no soy fanática de las PC y mucho menos de estar todo el día en Internet. la utilizo sólo para cosas relacionadas con el estudio. el celular es importante porque me mantengo comunicada todo el día, es importante. en este caso la tecnología me favoreció, la comunicación es imprescindible para vivir en sociedad. |
| 0,923 | 2 | desde Internet, cualquier duda que tengo puedo fijarme en las páginas e informarme. el celular, no es algo que me agrade demasiado, pero me es útil para cuando viajo o un simple sms para saber donde tengo que ir a encontrarme con amigos, etc. |

| | | |
|-------|----|--|
| 0,930 | 3 | uno está más conectado, el teléfono fijo ni lo uso porque hablo con mis amigos vía sms o chateo. a la vez las relaciones de amistad se mantienen más a día porque estoy siempre conectada. |
| 0,931 | 4 | desde que existen los celulares e Internet me encuentro con mucha facilidad y ventajas a la hora en la que me tengo que comunicar con alguien porque ambos brindan varias opciones |
| 0,941 | 5 | me hice muchos amigos nuevos, es más fácil cuando querés hablar con alguien porque mandás un sms y listo!.te podes reunir con tus amigos. |
| 0,943 | 6 | no uso Internet ni los celulares más de lo necesario. Internet me resulta útil a la hora de buscar información, pero el no contar con el servicio muchas veces trae desventajas ya que todo se hace por ese medio. el celular es indispensable al vivir lejos, si no lo tuviera sería más complicado. |
| 0,950 | 7 | cambió en que me puedo comunicar mejor con personas y también informarme mejor, también es un elemento muy útil si se lo sabe usar. |
| 0,951 | 8 | dejé de hacer muchísimas cosas que antes solía hacer, relevantes o no cambió el estudio por la PC y muchas veces la elijo antes de salir con mis amigas |
| 0,952 | 9 | cambió la comunicación, por ejemplo, antes jamás hablaba con alguien que no conocía. cambió para mejor y para peor. conozco gente nueva pero a la vez se habla menos personalmente. |
| 0,956 | 10 | creo que lo que cambió es que ahora no veo tanto a la gente; con un sms o por chat es más rápido y más fácil. se perdió la charla cara a cara. hoy en día me cansé de Internet. pero no podría vivir sin celular; es una extensión de mi mano. |
| 0,959 | 11 | para mí lo que cambió mucho fue la forma de comunicarme, ahora con un simple mensaje ubico a alguien. y el Internet cambió mucho porque ahora si quiero averiguar algo no voy a los libros sino a una computadora. |
| 0,962 | 12 | el único cambio que noto con respecto a Internet es la comodidad que brinda, ya que por ejemplo, si hablamos del messenger, una puede estar horas hablando con una persona y sin ningún costo, es más, desde su casa. con respecto al celular, no lo uso demasiado, solo para hablar y mandar mensajes. no noto un cambio importante. |
| 0,964 | 13 | creo que el celular en una primera instancia, me hacía sentir que restringía de alguna forma mi independencia en los primeros años en los que yo usé uno, mis familiares me llamaban cada abrir y cerrar d ojos. además, y ya no hablando subjetivamente, creo que interrumpieron un poco en el tema de la comunicación directa (tanto los celulares como Internet). sin embargo el celular nos saca de apuro y Internet, facilita la apertura de puertas a cualquier tipo de información con un grado más de comodidad. |
| 0,964 | 14 | la comunicación, el estudio, los pasatiempos |
| 0,965 | 15 | mucho, el celular es una gran adicción, más de hora sin celular es como si te falta algo tan necesario como el brazo; Internet no ocupo porque no entiendo y no me interesa hacerlo, porque creo que es una adicción aún peor que el celular |
| 0,965 | 16 | creo que lo principal que cambió en mi vida con los celulares e Internet fue la manera de comunicarme, es decir a cualquier hora mandando un mensaje de texto localizo a la otra persona sin tener que estar en mi casa o que la otra persona esté |
| 0,965 | 17 | estoy en contacto con mi familia y amigos a toda hora, en cualquier momento |

| | | |
|-------|----|---|
| 0,965 | 18 | cambió la comunicación cara a cara porque cualquier persona aunque esté al lado de la otra, muchas veces por comodidad escribe un mensaje y listo. igualmente en mi caso no es así porque no soy una fanática de la tecnología como muchas sí lo son y es ahí donde se notan más los cambios. |
| 0,966 | 19 | cambió en que estoy todo el tiempo comunicándome con alguien. |
| 0,966 | 20 | falta importante de comunicación directa, lo que a su vez trae aparejado los malos entendidos |
| 0,968 | 21 | la forma de comunicarte a cualquier hora al instante |
| 0,968 | 22 | me siento más conectada que antes con mis amigos e Internet facilita la búsqueda de cosas importantes. |
| 0,968 | 23 | cambió la facilidad de comunicarme e informarme es más rápido y más fácil, conozco a más gente. |
| 0,969 | 24 | acceder a cualquier información es mucho más fácil y por el lado de los celulares es muy útil y necesario para la comunicación |
| 0,969 | 25 | desde que existen Internet o los teléfono celulares para comunicarse, la comunicación es mucho menos demostrativa y frecuente e Internet facilita mucho el alcance de información. soy dependiente del celular |
| 0,969 | 26 | me genera comodidad, antes tenía que ir hasta la persona, primero me negué, luego me sentí excluida debí integrarme. |
| 0,969 | 27 | más comodidad , ya que en Internet encuentro todo lo que necesito |
| 0,970 | 28 | y te crea una necesidad que en realidad antes no tenías porque es cierto que los mensajes de texto es algo muy práctico pero de alguna manera como que te acostumbras porque antes podías comunicarte igual sin tener celular |
| 0,971 | 29 | para mi cambió mucho, de manera positiva como negativa, es positivo tener celular ya que me mantengo en contacto con mi padre, pero es negativo de alguna manera porque ya no hay comunicación enfrente. Igual que el Internet, agregamos que el mismo es peligroso |
| 0,972 | 30 | me ayudó a mantener relaciones con personas que quizá no veo muy a menudo por diversas razones |

Groupe d'individus : Clase 4/4

| Criterio de clasificación | Número | Respuesta |
|----------------------------------|---------------|--|
| 0,874 | 1 | a partir de la aparición de los celulares y redes en mi vida siento que tengo que estar medianamente al día con las noticias y lo que está pasando a mí alrededor. también me facilitó comunicarme con mi familia, que está a una gran distancia, y además, conseguir trabajo. |
| 0,886 | 2 | con el celular ninguna, lo uso solo si es necesario y con familia y el trabajo. con Internet estoy más informada siendo que miro las noticias, como La Capital, Rosario3 y Laboral Rosario, porque busco trabajo. |
| 0,899 | 3 | creo que son buenos para poder conectarse a larga o corta distancia ya que la tecnología está globalizada en el actual mundo y puedo de esta manera estar más en contacto con la gente |
| 0,912 | 4 | cambió porque actualmente estoy más informado en cuanto a las noticias que surgen momento a momento. por otra parte, puedo buscar informaciones sobre temas variados, en forma rápida. |

| | | |
|-------|----|---|
| 0,929 | 5 | casi nada en lo personal. busco la información en Internet más que ir a la biblioteca y para encontrarme con otras personas el celular lo facilita |
| 0,931 | 6 | mayor conexión a distancia |
| 0,934 | 7 | me comunico más rápido con mis amigos y además me informo de cómo están ellos. noticias, comentarios, informaciones de los temas a actualizar. |
| 0,937 | 8 | generó un cambio en el modo de comunicarse reemplazando otros medios más antiguos y permitiendo muchas veces una comunicación más rápida y facilitando la comunicación a larga distancia |
| 0,941 | 9 | lo que cambió fue que pueden saber dónde estoy desde cualquier lugar y a cualquier hora. no hace falta buscar una cabina o tener teléfono fijo pero lo negativo fue que te aleja más del contacto personal con las personas (amigos, familiares) se pierde la calidez de llamar y escuchar la voz. también la comunicación en un mismo lugar ya que podés estar con tus amigos pero pasas más tiempo entretenido con el celular o cateando o mirando TV |
| 0,941 | 10 | se achicó distancia entre personas de mi entorno, nada más no es un objeto que si no existiera no se pudiera vivir sin él |
| 0,948 | 11 | el celular nada, Internet sí porque trabajo reparando PC y tiendo redes informáticas. |
| 0,952 | 12 | tener más comunicación sin salir de mi casa me permite comunicarme con gente con más frecuencia y me ayuda con la comunicación en el trabajo |
| 0,954 | 13 | es más fácil comunicarse con alguien a la distancia |
| 0,959 | 14 | es una manera de estar comunicado al instante, aunque muchas veces ese supuesto contacto constante conlleva a tener malos entendidos. se ha perdido un poco las conversaciones cara a cara que son importantes y con la Internet no la utilizo tanto como las nuevas generaciones, aunque también veo que se está muy pendiente como lo es la TV y siento que no se utiliza el tiempo apropiadamente y se pierde el contacto personal, que de por sí el ser humano se aísla cada vez más. |
| 0,962 | 15 | cambió el hecho de poder comunicarme instantáneamente con el destinatario, aún fuera de casa. con Internet cambió el hecho de poder acceder ciertas informaciones que antes eran difíciles de encontrar |
| 0,962 | 16 | que pude acceder a informaciones y comunicarme con mi familia y amigos más rápido y fácilmente |
| 0,963 | 17 | creo que no cambió mucho, ya que considero a los celulares e Internet como algo ventajoso siempre y cuando me sea sumamente necesario (comunicarme con familia y amigos y/o buscar información); no los uso muy a menudo, sólo cuando lo preciso porque sé que su uso indebido es nocivo para la salud psicomental de las personas; no dejo que estos avances tecnológicos repercutan drásticamente en mi vida y mis rutinas |
| 0,964 | 18 | me angustia pensar que cada vez va a ser más intensivo el uso de la tecnología, y además se dejan atrás un montón de cosas, como el encuentro cara a cara, pensar, ir a buscar información a una biblioteca. |
| 0,964 | 19 | cambié mi forma de comunicarme, ahora puedo hacerlo más rápidamente a distancia no tengo la necesidad de ver a veces a las personas, puedo hacerlo desde Internet. |
| 0,965 | 20 | aumentó mi comunicación con amigos y familiares que viven a mucha distancia |
| 0,965 | 21 | nada en particular. considero que la tecnología es necesaria en su justa medida. |
| 0,966 | 22 | sinceramente la tecnología no cambió mi vida pero sí dio más motivos para descentralizar |
| 0,966 | 23 | todo es más rápido a veces uno no corre el mismo tiempo que la tecnología |

| | | |
|-------|----|---|
| 0,966 | 24 | tengo nuevos conocimientos de la tecnología moderna y permite comunicarme con el mundo (Internet). el celular permite comunicarme donde no puedo ir |
| 0,967 | 25 | menor contacto personal |
| 0,968 | 26 | uso menos el teléfono fijo y estoy más informada a nivel internacional |
| 0,969 | 27 | en general para mi nada, yo encuentro que el celular es indispensable solo para comunicarse. en tiempos anteriores no había y te comunicabas igual |
| 0,971 | 28 | dejé de usar teléfono fijo. en Internet busco sobre cosas que me gustan (tutoriales). |
| 0,971 | 29 | poder comunicarme con más facilidad cuando viajo. muchas veces dependes del teléfono cuando antes no lo hacía. busco información de manejar más fácil, rápido y simple. |
| 0,972 | 30 | como que se vive más exigido por tener acceso a la información prácticamente de manera instantánea. informado de cuestiones que hacen a la vida cotidiana. |

