



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

El celular con diversas funciones, pero escasa apropiación. Ciudadanxs no ponen en crisis al poder
Gustavo F González, Laura Rómoli y César Valicenti
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 6, N.º 2, octubre 2020
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

El celular con diversas funciones, pero escasa apropiación. Ciudadanxs no ponen en crisis al poder

Gustavo F González

ggonzalez@perio.unlp.edu.ar

Laura Rómoli
César Valicenti

Centro de Investigación y Capacitación
en Estudios de Opinión Pública (CICEOP)
Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata | Argentina

Resumen

En el entramado relacional de la comunicación política en donde participan políticos y políticas, periodistas y la opinión pública, las y los actores hacen un uso diferenciado de los dispositivos tecnológicos y de las redes sociales, pero no hay referencias que afirmen que a partir de esas prácticas se puedan poner en crisis las relaciones de poder establecidas.

En términos específicos el dispositivo tecnológico “celular” ha rebasado su función de origen, pasando de ser la tecnología que permite la comunicación oral entre personas en forma inalámbrica, a contener distintas redes sociales en las que interactuamos, publicamos, intervenimos y seguimos a otras personas a la vez que navegamos por Internet; teniendo además funciones de agenda, calendario, cámara y álbum fotográfico, video, mirar películas, escuchar música, ubicación con GPS y mapas, juegos, realizar distintas transacciones de compra y venta, llevar a cabo trabajos, archivar y corregir documentos, reloj calendario, alarma, cronómetro y hasta programar el seguimiento de diversas actividades que realizamos como running, entre otras posibilidades.

En este desborde de las funciones originales algunas de las principales definiciones observadas / extraídas en grupos focales realizados por el equipo de investigación del CICEOP (estudios de opinión pública-Facultad de Periodismo y Comunicación Social –Universidad Nacional de La Plata), hay **USO**: sirven para “comunicarse”; como “reemplazo de la computadora”; **RECEPCIÓN**: sirven “para la lectura”, “para el ocio”; **APROPIACIÓN**: sirven para llevar a

cabo "algo productivo", destacándose el nivel de dependencia para con los dispositivos, afirmándose que son hoy "el chupete electrónico".

Desde estudios cuantitativos en nuestras investigaciones desarrolladas a partir de encuestas domiciliarias, y considerando las funciones políticas, casi 1 de cada 2 consultados realizan varias prácticas con las redes sociales (47%), quienes optan por una respuesta única señalan en un 15% darles una función de **USO**: utilizarlas para comunicarse con familias y amigos; el 14% darles una función de **RECEPCIÓN**: para informarse de las noticias de actualidad; el 3% darles una función de **APROPIACIÓN**: para producir contenidos y dar a conocer sus opiniones y el 2% también darles una función de **USO**: para compartir informaciones de otras personas; un 20% de los consultados afirman que no utilizan redes sociales.

Asimismo y partir de encuestas domiciliarias y telefónicas 1 de cada 2 personas (49,3%) presta mucha o poca atención a lo que se comparte en las redes sociales a la hora de sufragar; a partir del corte etario de 70 años se niega a las redes sociales en la formación y/o cambio de las opiniones políticas de los consultados, no teniendo el género significancia en éste estudio.

Las redes sociales son performativas, producen efectos, pero no cambian las condiciones de poder.

Palabras clave

Dispositivos celulares, redes sociales, recepción, uso, apropiación, poder.

Introducción

Investigaciones desarrolladas por el equipo del CICEOP (estudios de opinión pública, FPyCS, UNLP), muestran que políticxs, periodistas y ciudadanos (en el agregado llamado opinión pública) se relacionan en forma distinta con las redes sociales: a) los y las ciudadanas interactúan principalmente con temáticas coyunturales y momentáneas viviendo en paralelo la virtualidad y lo presencial; b) los medios de comunicación se vieron obligados a redefinir formas profesionales y formatos comunicacionales; c) los y las políticas encuentran en las redes sociales un nuevo mecanismo para enviar mensajes unidireccionales referenciados en sus temáticas y objetivos particulares.

Nuestras evidencias ponen en crisis generalizaciones sobre las redes sociales y la ciudadanía: no registramos un empoderamiento que ponga en crisis las condiciones establecidas de poder.

Analizaremos a partir de grupos focales, encuestas telefónicas y domiciliarias llevadas a cabo por el CICEOP y desde bibliografía específica el **USO**, **RECEPCIÓN** y

APROPIACIÓN que las personas hacen del dispositivo tecnológico celular, a efectos de reconocer las características de esas prácticas.

Para Teresa Ayala (2014)

Vivimos en un ambiente tecnológico, con todo tipo de dispositivos que se han convertido en parte fundamental de la vida cotidiana y regulan la educación, las finanzas, la ciencia e incluso la memoria, pero que también modifican las formas de socialización entre los individuos y de interacción entre el hombre y la máquina (p.27).

Es objetivo (re)considerar las formas del consumo, el alcance, sus implicancias, las posibilidades reales o no de construcción de poder (en este trabajo analizando específicamente el dispositivo telefónico celular) a efectos de desentramar generalizaciones y postulados absolutos a partir de la irrupción de las redes sociales y la web participativa, con planteos que establecen la construcción de nuevas subjetividades (Sibilia, 2008); una nueva sociabilidad (Morduchowicz, 2012); procesos de aculturación (De Moraes, 2013) una nueva espacialidad (Rovira Sancho, 2013); empoderamiento ciudadano (Viché González, 2015) y capacidad de fusionar agendas (Calvo y Aruguete, 2018).

Este trabajo se centra en el celular dada su polifuncionalidad (contiene redes sociales, la tradicional función de teléfono, cámara de fotos y vídeo, calculadora, block de notas, calendario, juegos, grabadora, cronómetro, reloj con alarma, GPS, linterna, etcétera y numerosas Apps de acuerdo a las diversas necesidades de las y los usuarios); la centralidad que ha adquirido como dispositivo tecnológico en la vida cotidiana, en voz de una de las integrantes de nuestros grupos focales (Rosana, 57 años) "hay cosas que antes hacías con la compu y ahora haces con el celular"; su portabilidad (capacidad de traslado y movilidad), para (Valentín 27 años) el uso del celular "abarató un montón de costos, cosas q antes se hacían y tiempos, trámites no? hay un antes y un después; resulta casi indispensable... Si vos te compras un celular, ahí ya tenes incluido los libros, es un gasto menos".

Como señala McLuhan (1973), "Solo resta, entonces, el estudio de los medios en sí mismos, *como formas* o sistemas que de continuo crean nuevos supuestos y, por lo tanto, nuevos objetivos." (p. 214)

Frente a la problemática de los consumos culturales en la era de la interactividad, el actor puede definirse en función de las características que asuma su accionar frente a los bienes y producciones culturales, desarrollando modalidades de acción distintas. Según Grillo, Papalini y Benítez Larghi¹ (2016), son tres las prácticas más distinguibles: **USO, RECEPCIÓN y APROPIACIÓN.**

Según los autores citados, se habla de **USO** cuando:

la actividad (la lectura, la exposición a medios, la fotografía, etc.) forma parte de la vida cotidiana y sirve a finalidades pragmáticas tales como aprender el funcionamiento de un aparato o encontrar una vivienda a partir de una dirección indicada en una nota. Se trata de una aplicación práctica (P.45).

En nuestros grupos focales Juan señaló que "Yo bajo música. Hay varias plataformas para bajar música"; Ana: "También por una cuestión de inmediatez. Porque a veces te preguntan una cosa y no la sabes, entras a Internet, lo buscas y al toque lo puedes investigar"; para agregar que "Ahora como se entrelaza la tecnología en el celular, porque tenes el correo, la computadora. De tener todo online en el celular"; Micaela: "Para buscar pasajes"; Agustín: "Para pedir comida"; Nicolás: "Para pedir turno al médico".

Los autores destacan que **RECEPCIÓN**:

tiene que ver con una finalidad inespecífica; se refiere al acceso a la producción cultural o bien simbólico y a todas las operaciones cognitivas que supone su comprensión: se trata de un "logro hermenéutico" (Thompson, 1998)... No obstante, el uso excede a la recepción en tanto implica una suerte de aplicación o transferencia; es una acción, es una intervención en el mundo que supone la integración significativa del objeto/pieza cultural en la vida cotidiana. Es un logro habilidoso. (pp. 45,46).

En los grupos focales realizados encontramos **RECEPCIÓN** cuando destaca Gastón que usa el celular "para mirar las noticias todos los días. Es lo primero que hago ni bien me levanto. Leo los diarios, los portales de La Plata que me gustan y después los de Capital"; Juan II: "Principalmente coincido con ellos, utilizó las redes sociales y un poco para ver noticias. Generalmente voy a las noticias desde Facebook. Porque el Facebook te va tirando cosas y vos caes ahí y ves un link que te tira. A veces voy directamente a la noticia. Sino muchas veces la tomo como una cuestión más azarosa, entras a la red social y veo con que me encuentro y veo lo que me interesa lo linkeo"; Rosana: "Está la tendencia de reemplazar el papel por lo digital, yo antes compraba un periódico, ahora me fijo en el celular y puedo ver varios"; Sebastián: "Para informarme, en general, y para acceder a las redes sociales".

Mientras que por **APROPIACIÓN** los autores destacan que:

se intersecta con las otras categorías pues supone una integración significativa a la vida del receptor... la producción cultural se integra a la vida sumando una dimensión más: un gesto creador hecho posible por o a partir de ese proceso... es el modo en que las evocaciones de una producción cultural penetran en la dimensión subjetiva, reformulan –y son reformuladas por– las representaciones y, adquiriendo una nueva forma, se convierten en nuevas claves en relación con las

cuales el receptor interpreta el mundo y a sí mismo. Al "hacer algo propio", se transforman tanto el receptor como el objeto mismo, que adquiere un nuevo sentido... es resultado de un proceso que supone la mixtura, la combinación, la selección, el cuestionamiento, el desplazamiento, el énfasis, que hace que nadie interprete exactamente lo mismo que otro. (pp.46,47).

En nuestros estudios focales realizan **APROPIACIÓN** quienes, como Julián, destacan que: "Yo lo uso para difundir mi trabajo (obras cinematográficas) y ver noticias cinematográficas. Tengo un blog que está mi nombre y otro que está a nombre del grupo que dirijo. Miro noticias, también. Muchas son sobre convocatorias a festivales de cine y como está el ambiente del cine. Después tengo un canal de YouTube donde subo los cortos que ya circularon por el circuito del cine. Y algún que otro mail que miro de alguna convocatoria"; Victoria afirma que "Uso mucho Twitter. Pero además todos tus conocidos comparten cosas que a veces te hacen pensar. Entonces entras a ese espacio, opinas porque alguien más lo hace".

Si consideramos en términos cuantitativos las diversas prácticas en los dispositivos celulares que pudimos pesquisar, resulta que el **45%** de los consultados en los grupos focales señala un **USO** del dispositivo; un **36% RECEPCIÓN** y sólo el **18% APROPIACIÓN**.

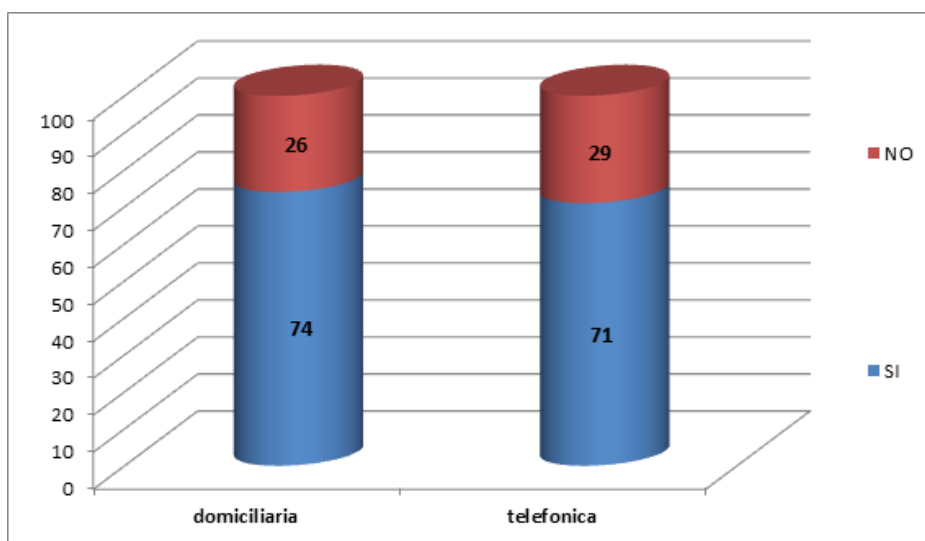
Sobre estos últimos números, cabe destacarse, que en términos estadísticos, los resultados numéricos que se esbozan de técnicas cualitativas, como los grupos focales, no son considerados representativos de cualquier muestra poblacional que se tome, son sólo ilustrativos.

En otras investigaciones de campo que vamos a detallar en los párrafos siguientes de tipo cuantitativo y estadísticamente representativo, se constata que hay un disvalor en las prácticas que los y las consultadas afirman realizar con el celular, siendo la **APROPIACIÓN**, es decir darle un sentido nuevo a aquellos mensajes e imágenes a los que nos exponemos, o bien una producción propia que tratamos de viralizar, la práctica menos desarrollada por los usuarios y usuarias.

Redes sociales y política

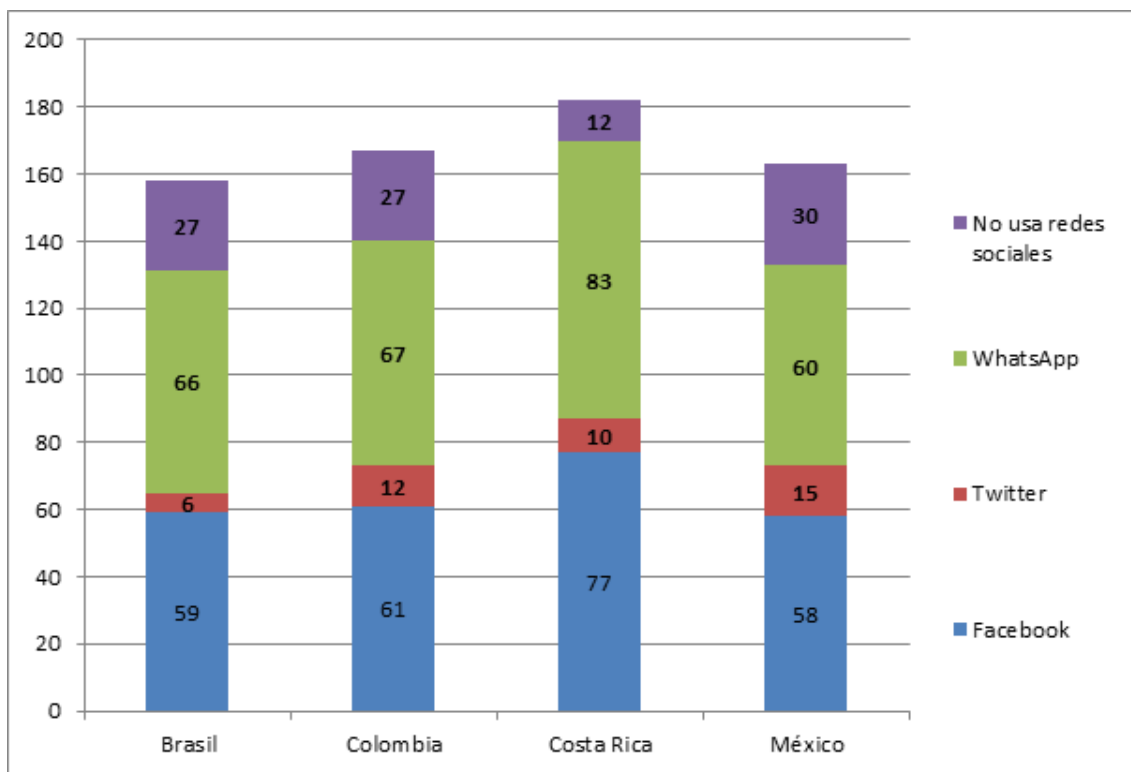
En nuestras investigaciones de campo, así como analizamos las diferentes prácticas que en términos generales llevan a cabo las personas con los dispositivos tecnológicos, en ésta investigación el teléfono celular, también realizamos estudios sobre el uso de las redes sociales y la política, en especial si son consideradas como fuente informativa al momento del sufragio.

¿Usas redes sociales?



FUENTE: elaboración propia-trabajo de campo 2017 - CICEOP

Si bien nuestro trabajo de campo y por ende sus resultados se llevan a cabo en el partido de La Plata, capital de la provincia de Buenos Aires, los resultados de uso de redes sociales y los que mostraremos en párrafos posteriores sobre redes sociales y voto, son similares en cuanto a temáticas de indagación y porcentajes relevados en investigaciones registradas en otros países de Latinoamérica.



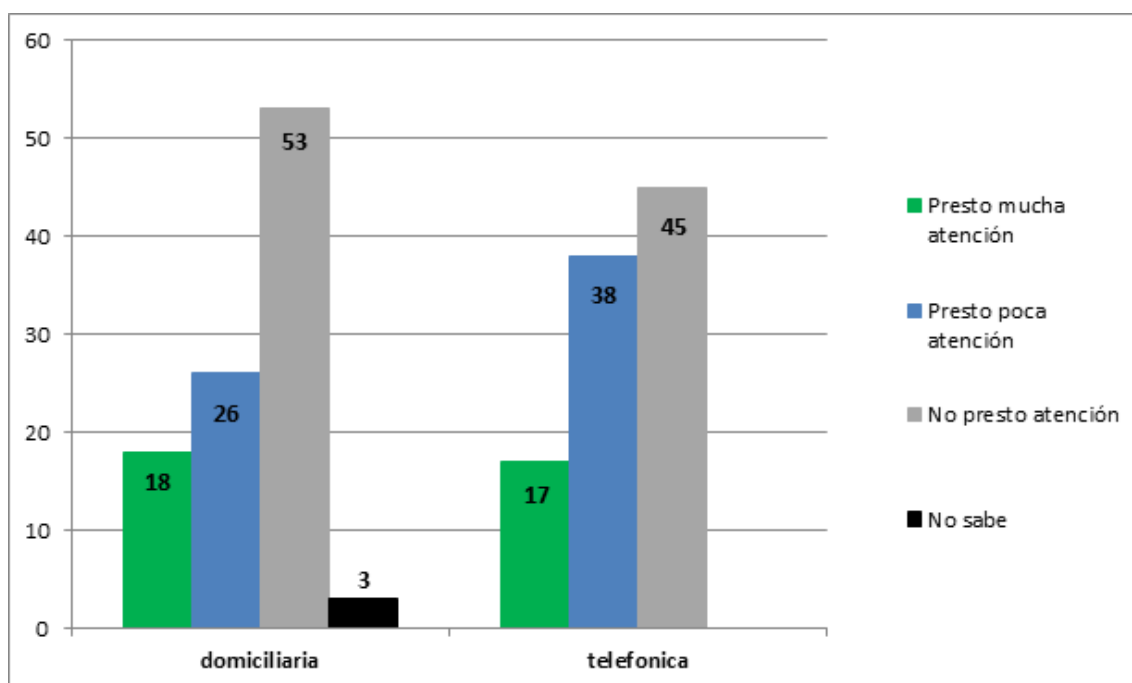
Fuente: Latinobarómetro 2018² - Edición propia

El cuadro precedente muestra que en Brasil, Colombia, Costa Rica y México el no uso de redes sociales fluctúa entre el 12% y el 30%. En nuestros estudios estos porcentajes fluctúan entre el 26% y el 29% como resultado de las encuestas domiciliaria y telefónica respectivamente realizadas en el año 2017. En otra encuesta que realizamos en el año 2019 el guarismo de no uso de redes sociales baja al 20,20%. Los resultados de los diversos países mostrados por el Latinobarómetro son a nivel nacional, nuestros estudios corresponden al partido de La Plata.

Una encuesta realizada en 2018 por el CIEP, Centro de Investigación y Estudios Políticos de la Universidad de Costa Rica destaca que "El 70% de la población del país respondió estar totalmente de acuerdo con la siguiente afirmación: "Las redes sociales me permiten conocer lo que pasa en el país"" (Siles González, 2020, p.4). Como señala el cuadro precedente, en nuestra investigación el 74% de las personas encuestadas en forma domiciliaria y el 71% de los consultados en forma telefónica afirman que usan redes sociales.

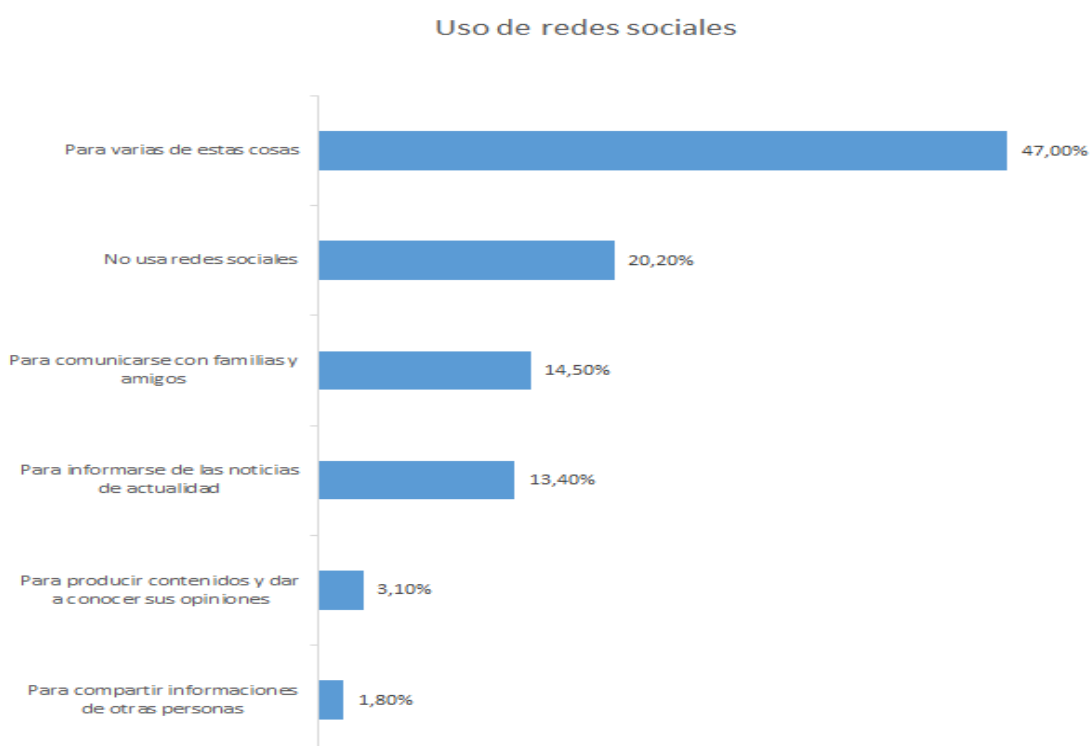
En la relación específica de redes sociales y política un promedio de 1 de cada 2 personas presta mucha o poca atención a las redes sociales al momento de votar.

¿Tenés en cuenta a las redes sociales a la hora de votar?



FUENTE: elaboración propia-trabajo de campo 2017 - CICEOP

Estos resultados son similares también a estudios desarrollados en Ecuador para las elecciones municipales de 2014. Ante la pregunta “Influencia de la información que circula en las redes sobre la intención de voto”, señalan los autores que “casi el 50% de los encuestados sostenían que la información circulante en las redes era su principal fuente de información, o acaso tan importante como la que se distribuía a través de los surtidores convencionales” (Barredo Ibáñez, Rivera y Amézquita, 2015, p.147).

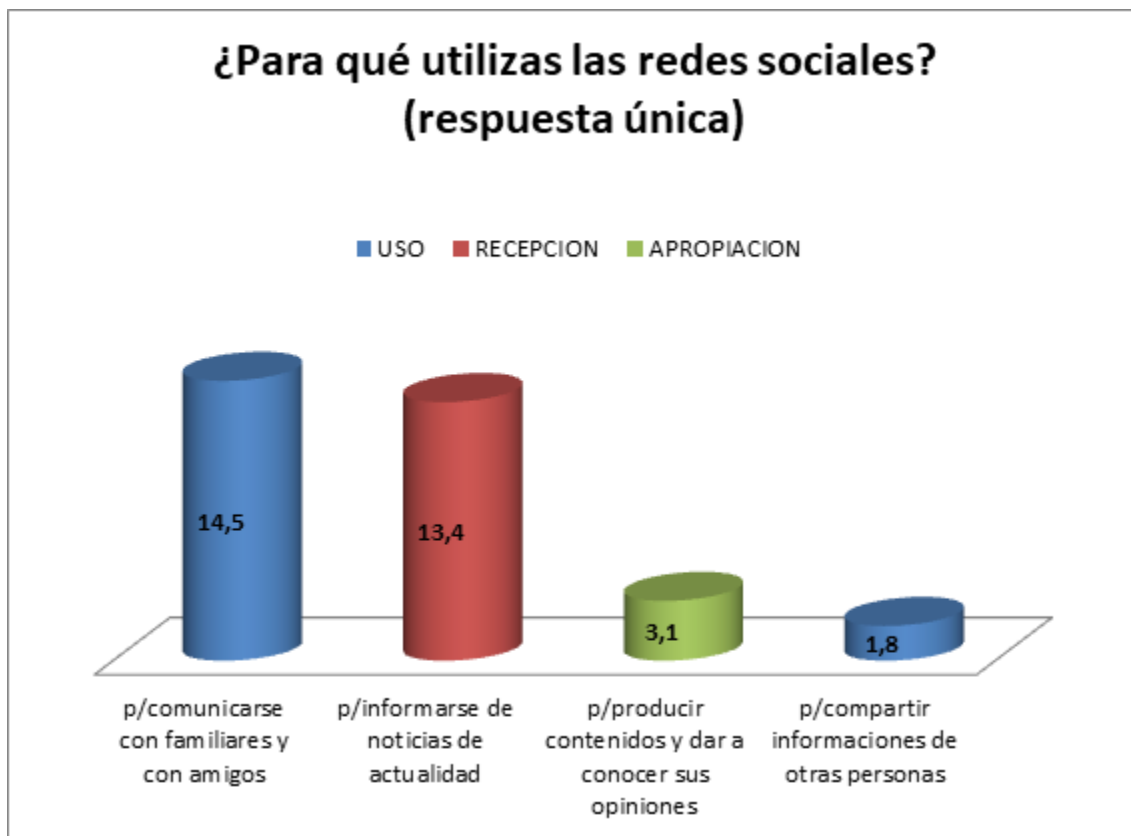


FUENTE: elaboración propia-trabajo de campo 2019 - CICEOP

En otra encuesta realizada en el partido de La Plata dos años posteriores, se observa una disminución en el “no uso” de redes sociales del 26% registrado en la domiciliaria del 2017 al 20% registrada en el 2019. En esta última encuesta asimismo se preguntó las características de las prácticas realizadas, y si bien no se especificó si se efectúan en celulares, computadoras, tablets u otro dispositivo, los grupos focales, como hemos señalado, nos permiten realizar inferencias sobre el uso primordial del teléfono celular en las diversas prácticas.

Esta última encuesta tuvo como objetivo analizar las formas de participación política de los consultados. Utilizando los conceptos referidos anteriormente de **USO**,

RECEPCIÓN y **APROPIACIÓN** y destacando el 47% de los consultados que usa las redes sociales “para varias cosas”, obtenemos que quienes expresan una sola práctica de las redes sociales señalan:



FUENTE: elaboración propia-trabajo de campo 2019 - CICEOP

Destacamos que la **APROPIACIÓN** de las redes sociales (en el campo de la política) como forma de establecer, difundir, opinar, destacar contenidos propios comprende sólo al 3% del 32,8% de las personas en total que señalaron una sola práctica en el uso de redes sociales. En éste sentido nuestros estudios de base cuantitativa y de base cualitativa nos llevan a poner en crisis generalizaciones de prácticas sociales a partir del concepto acuñado por Alvin Toffler de prosumidores.

Es en éste marco que también relativizamos conceptos como empoderamiento ciudadano, como hemos venido afirmando en nuestros estudios, en la medida que la práctica concreta de **APROPIACIÓN**, la cual según Grillo, Papalini y Benítez Larghi (2016) “describe un proceso subjetivo creativo... en el sentido de romper, cuestionar, transformar, completar: dejar una impresión o una impronta” (p.46, 47) es la de menor prevalencia en las respuestas.

Entendemos que es desde la **APROPIACIÓN** donde usuarios y usuarias de los teléfonos celulares pueden incidir en los espacios de poder. En tanto la incorporación del teléfono móvil en la vida cotidiana de las ciudadanas y los ciudadanos se ejerza desde el **USO** y la **RECEPCIÓN** de los contenidos, la capacidad de influenciar en las agendas instaladas por los actores de poder es insuficiente para afirmar, de forma generalizada, que el acceso masivo y la popularización de las nuevas tecnologías democratizan la participación en la trama comunicacional.

Por lo tanto, de la mayoría de los casos consultados se desprende que las operaciones simbólicas que la ciudadanía realiza con el teléfono celular reeditan, en cierta forma, las tradicionales formas de participación comunicativa. Es decir, no vemos que la masividad en el acceso al dispositivo tecnológico tenga una relación proporcional con el empoderamiento de usuarios y usuarias a la hora de producir bienes simbólicos y apropiarse y resignificar los mensajes circulantes.

Asimismo, cabe señalar que algunos conceptos que absolutizan la significancia que pueden llegar a tener en la población las redes sociales y la presencia de la internet colaborativa, en términos políticos, sociales, culturales y económicos, con planteos como la construcción de nuevas subjetividades; una nueva sociabilidad; procesos de aculturación; una nueva espacialidad y capacidad de fusionar agendas deben estudiarse a partir de la relativización que señalan estudios propios y datos de distintos países.

De la misma manera que relativizamos postulados que establecen generalizaciones vagas, enfatizamos la necesidad de estudiar, analizar y promover una práctica distintiva de los dispositivos comunicacionales, en definitiva "Lo que se intenta decir es que nosotros también pensamos por medio de la cosa; ya que, como adujo Henry Bergson, las cosas constituyen el lugar del que nacen nuestras percepciones" (Esposito, 2016, p.122).

En nuestras investigaciones un promedio de 2 de cada 10 consultados no usan redes sociales, un promedio de 1 de cada 2 personas no tiene en cuenta a las redes sociales al momento del sufragio; la práctica llevada a cabo con el dispositivo celular en las redes sociales está muy diferencia según muestran los grupos focales y las encuestas domiciliarias y el acceso a internet no es absoluto. Según datos del Indec 84 de cada 100 personas usan teléfono celular; 80 de cada 100 usan Internet; 60,9% de los hogares urbanos tiene acceso a computadora y el 82,9% poseen acceso a Internet, la población que utiliza computadora es el 41,4%³.

Más que establecer absolutos que intentan fotografiar a la sociedad, hay que seguir llevando a cabo estudios de campo que comprendan la diversidad y la complejidad en las prácticas que desarrolla la sociedad con los dispositivos tecnológicos, que lejos

de establecer oportunidades de comunicación, interacción y poder compensatorio, provocan nuevas inequidades políticas, económicas, sociales, culturales y geográficas.

Debemos (re) pensar prácticas sociales, no entregarnos obediente y sumisamente a las manos de un mercado siempre brutal y descarnado, como señala Baudrillard:

Los objetos son categorías de objetos que inducen muy tiránicamente categorías de personas; ejercen la ley del sentido social, las significaciones a las que dan nacimiento están controladas. Su proliferación, arbitraria y coherente a la vez, es el mejor vehículo de un orden social también arbitrario y coherente, que se materializa eficazmente bajo el signo de la abundancia. (p.216)

Pensemos y practiquemos la utopía de lo (im) posible.

Referencias

Ayala P., Teresa. "Redes sociales, poder y participación ciudadana", Revista Austral de Ciencias Sociales N°26, Universidad Austral de Chile, Chile, 2014

Barredo Ibáñez, Daniel; Rivera José y Amézquita, Alex. La influencia de las redes sociales en la intención de voto. Una encuesta a partir de las elecciones municipales en Ecuador 2014. Quórum Académico. Vol. 12, N° 1. Enero-julio 2015. Pp.136-154

Baudrillard, Jean. El sistema de los objetos. Siglo Veintiuno Editores SA. México, 1970.

Calvo, Ernesto y Aruguete, Natalia, "Medios tradicionales y fusión de agenda en redes sociales", Inmediaciones de la comunicación, Vol. 13, N°1, 2018. Universidad ORT, Uruguay.

De Moraes, Denis; Ramonet, Ignacio; Serrano, Pascual, "Medios, poder y contrapoder", Editorial Biblos, Buenos Aires, 2013.

Esposito, Roberto. Las personas y las cosas. Eudeba, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2016.

González, Gustavo F. (compilador). Comunicación política, periodistas, políticos y la opinión pública. Definiciones, conceptos e investigación de campo. Ediciones de periodismo y Comunicación. La Plata, 2017. Disponible en <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/65185>

González, Gustavo F. (compilador). Comunicación política y redes sociales. Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP), La Plata, 2019. Disponible en <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/84036>

Grillo, Mabel; Papalini, Vanina y Benítez Larghi, Sebastián. "Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea", Pisac, CLACSO, Buenos Aires, 2016

Morduchowicz, Roxana, "Los adolescentes y las redes sociales, Fondo de cultura económica, Buenos Aires, 2012

Rovira Sancho, Guiomar. De las redes a las plazas: la Web 2.0 y el nuevo ciclo de protestas en el mundo. Acta Sociológica Num.62, Septiembre – diciembre 2013. Pp. 105-134

Sibilia, Paula, "La intimidad como espectáculo", Fondo de cultura económica, Buenos Aires, 2008.

Siles González, Ignacio (Editor). Democracia en digital: Facebook, comunicación y política en Costa Rica. San José, Costa Rica. Universidad de Costa Rica. Centro de Investigación en Comunicación, Espacio Universitario de Estudios Avanzados, 2020. Disponible en http://cicom.eccc.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2020/04/Siles_Democracia_en_digital.pdf

Stearn, Gerald Emanuel y otros. McLuhan: caliente y frío. Editorial Sudamericana. Buenos Aires, 1973

Viché, González, Mario, "El empoderamiento de los ciudadanos Internet", Revista Internacional de Pensamiento Político. I Época. Volumen 10. 2015. (Pp. 85-100)

Notas

¹ Grillo, Mabel; Papalini, Vanina y Benítez Larghi, Sebastián. "Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea", Pisac, CLACSO, Buenos Aires, 2016

² Latinobarómetro. Informe 2018. Disponible en <https://www.latinobarometro.org/lat.jsp>

³ Indec. Instituto Nacional de estadística y Censo. República Argentina. Disponible en <https://www.indec.gob.ar/>. Fecha de consulta: 20/12/2020