

CONTROVERSIAS Y CONCURRENCIAS LATINOAMERICANAS

REVISTA DE LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE SOCIOLOGÍA

Publicación Internacional de Ciencias Sociales
Volumen 8 | Número 13 | Diciembre de 2016



ALAS

Asociación Latinoamericana de Sociología

Controversias y Concurrencias Latinoamericanas

Vol.8 | Num. 13 | ISSN: 2219-1631

PUBLICACIÓN DE LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE SOCIOLOGÍA (ALAS)

Comite Directivo 2015-17

Presidencia ALAS

Nora Garita Bonilla (Costa Rica)

Secretaría de la Presidencia

Carol González Villareal (Costa Rica)

Vicepresidencia ALAS

Ana Laura Rivoir (Uruguay)

Integrantes

Carol González Villareal (Costa Rica)
Herminia C. Foo Kong Dejo (Mexico)
Ana María Pérez (Argentina)
Joanildo Alburquerque Burity (Brasil)
Milton Vidal (Chile)
Jaime Ríos (Perú)
Pedro José Ortega (República Dominicana)
Francisco Arturo Alarcón (El Salvador)
Alberto Riella (Uruguay)

Comite Editorial

Directora editorial

Alicia Itatí Palermo (Argentina)

Editora

Martha Nélide Ruiz (México)

Co-Editora

Maíra Baumgarten (Brasil)

Asesor Editorial

Eduardo Sandoval Forero (México)

Comité editorial

Pedro Ortega (República Dominicana)
Rudis Yilmar Flores (Salvador)
Carol González (Costa Rica)
Martín Moreno (Argentina)
José Luis Jofré (Argentina)
Breno Bringel (Brasil)
María Eloísa Martín (Brasil)
Rubén Ticona Fernández Dávila (Perú)

Colaboradores

Francisco Nicolás Favieri (Argentina)
Gerardo Larreta (Argentina)

Revista Digital. ALAS Controversias y Concurrencias Latinoamericanas
Número dedicado al tema de Consumos Culturales

Índice de contenidos

Editorial

Nora Garita, Ana Rivoir, Alicia Itatí Palermo, Martha Nélide Ruiz y Maira Baumgarten.....6

DOSSIER:

CONSUMOS CULTURALES Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN EN EL SIGLO XXI.
UNA APROXIMACIÓN DESDE LA SOCIOLOGÍA Y SUS INVESTIGADORES LATINOAMERICANOS.

Introducción

Ana Wortman y Guillermo Quiña.....7

MEDIOS DE COMUNICACIÓN, IMPACTO EN LA POLÍTICA

¿Desarrollo mediático en Uruguay? Tensiones entre la regulación y las prácticas de políticas de comunicación 2005-2015

Maria Julia Morales y Matías Ponce.....13

Conflictividad social y mediatización durante el primer gobierno del PAC

José Daniel Rodríguez Arrieta y Pablo Carballo Chaves.....21

ALCANCES DE LAS REDES SOCIALES VIRTUALES

Autorreflexividade e apropriações nos usos do Facebook por brasileiros: Algumas impressões de usuários

Laysmara Carneiro Edoardo.....33

É possível a internet alavancar novos canais de participação política

Sérgio Barbosa dos Santos Silva.....44

Prácticas culturales en la era digital: un análisis del caso *Ice Bucket Challenge*

Omar Cerrillo Garnica.....59

Desigualdades sociales y digitales: tras los rastros de la apropiación tecnológica entre jóvenes estudiantes secundarios de Argentina

Sebastián Benítez Larghi.....68

ESPACIOS CULTURALES, ARTISTAS: TENSIONES ENTRE LA AUTOGESTIÓN Y LA PRECARIZACIÓN LABORAL

“Un repertorio para cada ocasión” interacción social e interdependencia en la clasificación de públicos por músicos en Cali, Colombia

Paloma Palau Valderrama y Ana Luisa Fayet Sallas.....80

Los sentidos de la precariedad: reflexiones en torno a las representaciones del “trabajo creativo”

Guillermo Quiña.....90

Los jóvenes: actores de la cultura emergente de Buenos Aires

Ana Wortman.....100

Editorial

CLa Obra de Tapa de este número de Controversias y Concurrencias Latinoamericanas, “Amanecer” del artista Rodrigo Ayala, nos convoca a renovadas esperanzas y utopías para nuestra América Latina.

Desde este espacio comunicacional de la Asociación Latinoamericana de Sociología, creemos que el aporte que podemos hacer es relevante ya que brinda la posibilidad de abrir un espacio de reflexión y debate que, desde diversas perspectivas teóricas y metodológicas, así como desde diferentes espacios geográficos de nuestra región, contribuye a promover la justicia social, la democracia, la equidad y la ampliación de derechos.

En el contexto social, político y económico que estamos viviendo en América latina en la actualidad, se hace cada vez más evidente que las Ciencias Sociales no sólo tienen el objetivo de comprender y explicar sino también de aportar para la transformación social.

El dossier de este número: “Consumos culturales y procesos de comunicación en el siglo XXI. Una aproximación desde la sociología y sus investigadores latinoamericanos”, coordinado por Ana Wortman y Guillermo Quiña incluye artículos del Grupo de Trabajo 3, que fueron presentados en el Congreso ALAS 2015 que tuvo lugar en San José de Costa Rica.

Queremos agradecer a los coordinadores y destacar la política de la Asociación Latinoamericana de Sociología de articular los congresos bianuales con la Revista Concurrencias y Controversias Latinoamericanas.

Los artículos seleccionados interrogan “a los nuevos procesos de comunicación que se están

generando a partir de las tecnologías digitales y, en particular, de las redes sociales virtuales”. Se aborda en ellos el rol de internet en los cambios vinculados con la circulación de bienes culturales.

La tecnología de la información está generando cambios en el campo científico. Pero sin duda tiene un efecto desigual en los diferentes campos científicos y en las diferentes regiones del mundo. Es por ello que se constituye en un tema relevante para su análisis en este número de nuestra revista.

Los invitamos a leer el dossier renovando nuestro compromiso por difundir artículos científicos de análisis crítico y de cambio alternativo de las complejas realidades de América Latina y el Caribe en el contexto internacional.

Nora Garita Presidenta

Ana Rivoir Vice presidenta

Alicia Itatí Palermo Directora Editorial

Martha Nélida Ruiz Editora

Maira Baumgarten Co-Editora

Introducción

Ana Elisa Wortman

aewortman@gmail.com

Instituto de Investigaciones Gino Germani (IIGG)/
Universidad de Buenos Aires (UBA)

Guillermo Quiña

gquina@sociales.uba.ar

Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV) y
Universidad de Buenos Aires (UBA)

Con este dossier presentamos los mejores trabajos que formaron parte del GT 3 sobre *Consumos culturales y medios de comunicación*, en el ALAS 2015 que tuvo lugar en San José de Costa Rica, en diciembre último. Los nueve artículos que se presentan a continuación fueron revisados y adaptados a las normas de publicación de la revista y pretenden dar cuenta de aspectos significativos de los estudios de consumo cultural en la región, al menos centralmente en el campo de la sociología. Como se podrá apreciar una gran parte de los trabajos presentados y luego elegidos giran en torno a los medios de comunicación y a los nuevos procesos de comunicación que se están generando a partir de las tecnologías digitales y, en particular, las redes sociales virtuales.

Quizas la pregunta que surge es por qué en un GT sobre Consumos culturales, se han presentado una gran cantidad de trabajos que giran en torno a internet y comunicación. Nos preguntamos entonces si se podría afirmar que las transformaciones actuales en la comunicación definen nuevos bienes y formas de consumo cultural o incluso en qué medida la comunicación se encuentra crecientemente atravesada por los consumos culturales. O quizás la pregunta que atraviesa los trabajos en general, es si la nueva

comunicación ¿es una forma de consumo cultural? Es evidente, como hemos señalado en distintos trabajos en estos últimos años (en particular los artículos incluidos en Wortman 2012 y Wortman et.al. 2015) que la emergencia de internet implica cambios en las formas de conectarnos con los bienes, en la forma de producirlos y de circular, en particular en aquellos bienes vinculados con las industrias culturales, sean audiovisuales, musicales, literarios, etcétera.

En tanto estas industrias cambian significativamente la forma de producir, circular y consumir los bienes culturales a medida que de modo vertiginoso son ellas mismas transformadas en su dinámica por las TICs, nos preguntamos qué es el cine a esta altura, que significa escuchar música o ver películas a través de internet y más aún a partir de las nuevas plataformas de circulación de música y de películas en la modalidad de streaming como Netflix, Apple o Spotify. Incluso Internet lleva ya muchos años de desarrollo y ha experimentado mutaciones sustanciales en relación con su intervención en los consumos culturales, desde que apareció y descargábamos películas o discos en forma ilegal mediante sistemas peer to peer (P2P) como Napster, Soulseek o Audiogalaxy. Esto continuaba

de otra forma, mucho más dinámica y con una oferta multiplicada, la lógica de la colección y la acumulación de bienes, como señala Yúdice (2007) cuando se refiere al modelo 1.0 en relación con la música, que todavía, aunque bajo formas digitales, detrás de la condena a quienes compartían música a través de internet reproducía una lógica de bien acumulable o coleccionable, con poca expectativa de lo que los consumidores pudieran hacer en términos activos con ello.

Debemos preguntarnos entonces de qué modo nos vinculamos con los bienes de la industria cultural a partir de estas nuevas formas de circulación. ¿Elegimos libremente nuestros consumos?, como parecía que ocurría en los comienzos de internet cuando todavía no existían gigantes como Amazon o Netflix; ¿o existen plataformas de medios digitales vinculadas con las distribuidoras que promocionan de cierta manera las películas y las músicas sesgando nuestras elecciones en ciertas direcciones? ¿Es posible acceder hoy al mundo musical o cinematográfico en general? ¿Qué ha sucedido con aquella suerte de utopía inicial de internet donde parecía que accedíamos a través suyo a la totalidad del mundo cultural que no podíamos alcanzar de modo offline? ¿Cómo operan ahora las compañías discográficas y las grandes productoras y distribuidoras de cine en la era de internet tanto en la circulación como en la distribución y el consumo? ¿Qué implicancias tienen estas transformaciones sobre los objetos que nos proponemos estudiar desde la Sociología de la Cultura?

Un aspecto significativo de los consumos culturales en el marco de la “nueva era de internet” se relaciona con la emblemática cuestión del gusto. Si bien sabemos muy bien que el gusto es una consecuencia de nuestras trayectorias sociales, territoriales, educativas y familiares, en la época de internet y más recientemente de las redes sociales como el Facebook, resulta apropiado indagar los cambios en los procesos, mecanismos y modos en que se despliega la lógica de conformación de decisiones en términos de consumos culturales, preferencias estéticas, elecciones artísticas. La pregunta es en qué medida y cómo esto se ve transformado por las nuevas tecnologías.

Así es como tenemos dos artículos sobre medios de comunicación en sentido clásico, en términos de medios de su dinámica, regulación o concentración y otros tres en relación con redes digitales, fundamentalmente Facebook.

Esa sobrepresencia no resulta casual; las redes sociales se han impuesto como un modo nuevo de interacción social: pantallas fijas, móviles, tablets y smartphones fundamentalmente irrumpen en nuestras relaciones sociales como herramientas fundamentales en nuestra comunicación cotidiana con el mundopero así también en nuestros consumos culturales. Cómo nos relacionamos a partir de la presencia de Facebook, qué implica que interactuemos muchas horas del día, tanto en esa red social, como en la que se genera vía celulares para sujetos en movimiento, qué rol cumplen los contactos en facebook, de qué manera participamos allí, qué tipo de vida pública se despliega en ese ámbito virtual y cómo se hace política a partir de que la sociedad se relaciona cada vez más vía las redes sociales, son inquietudes que podemos ver en los trabajos presentados en este Dossier. En estos términos, nos parece que los trabajos aquí reunidos son una contribución crítica para continuar reflexionando y preguntándonos sobre los alcances de las transformaciones en curso en relación con los consumos y producciones culturales en el marco de las TICs, antes que respuestas a interrogantes cerrados, lo cual nos invita al desafío del pensamiento crítico frente a muchos supuestos que en relación con estos fenómenos y procesos atraviesan no sólo el sentido común sino aún nuestra disciplina sociológica.

Carballo y Chaves presentan un artículo sobre el impacto de los medios gráficos y de la televisión en un gobierno que significó un cambio político para Costa Rica. El trabajo da cuenta de una investigación en curso a partir de analizar en forma cuantitativa y en términos de seguimiento paralelo de la construcción de lo conflictivo en los medios y su impacto en el reforzamiento o debilitamiento de la legitimidad del nuevo gobierno. Es interesante observar a partir del análisis que los medios no construyen formas dicotómicas de la realidad, sino que también aparecen grises. También la investigación rectifica la idea del poder de los medios en relación a qué elementos son los más conflictivos. Aquí se comprueba que aquello que es más nombrado responde a una demanda social como es la mejora en las condiciones de trabajo de los docentes, un conflicto que hereda el nuevo gobierno de la vieja gestión, pero que no puede resolver. Es decir que si bien el trabajo retoma una problemática clásica en los estudios sobre medios, sociedad y política, su enfoque expresa nuevas funciones y roles en

relación a su papel y sus niveles de determinación.

Por su parte, el artículo de Matías Ponce y María Julia Morales se propone abordar el estado del desarrollo mediático en Uruguay en los últimos diez años a partir del análisis de dos dimensiones; la regulatoria y la que hace a la diversidad y pluralidad de contenidos. Lo hace a partir del análisis de documentos oficiales y una encuesta a audiencias en todo el Uruguay. Reconocen los autores un déficit en el ámbito regulatorio que se arrastra desde la década de 1970 y que en gran medida han sido los medios comunitarios los que durante los años 1990 han forzado su aparición en la agenda pública. Sin embargo, a pesar de que los resultados de su pesquisa señalan la convicción casi generalizada de la vinculación entre el poder mediático, económico y político, la nueva legislación sancionada por el congreso en 2015 aún no ha podido ponerse en marcha por las demandas planteadas por los grandes medios para intentar frenar el cambio regulatorio que implicaría y los perjuicios que tendría sobre su concentración. A este respecto, sin embargo, no queda enteramente claro en qué medida podría compararse con el proceso vivido en Argentina con la nueva legislación sancionada en 2009, frenada durante varios años por demandas judiciales, puesta en marcha fragmentariamente y denostada por el nuevo gobierno que llegó al poder en Diciembre de 2015. Sería posible, acaso, identificar las jugadas de los distintos actores para indagar en qué medida muchos de estos medios adoptan estrategias comunes no sólo de negocios sino de defensa política de sus intereses y estrategias de lobby, en un marco en el cual los audiovisuales se enfrentan al desafío de las nuevas plataformas digitales que son capaces de integrar contenidos periodísticos, estéticos y artísticos como, por ejemplo, YouTube.

En este sentido, el trabajo de Cerrillo aborda la resignificación de los planteos de los estudios de medios a partir de la lógica que impone internet considerando el caso del llamado “Ice Bucket Challenge”, una campaña global a través de las redes sociales para recaudar fondos y concientizar acerca de una enfermedad llamada esclerosis lateral amiotrófica. A partir del alcance que internet tiene en audiencias de carácter global, comenzaron a proliferar campañas vinculadas al campo de la salud que sirven de marco al fenómeno estudiado por este autor. Ahora bien, en este planteo ya no tiene sentido hablar de medios de comunicación; ver un video de YouTube o

registrarlo poco difiere de cuando en otras épocas se registraban noticias o aun se sigue haciendo en los noticieros de la televisión con este tipo de videos virales. Se pregunta el autor acerca de cuál es la lógica de los procesos de comunicación en la era de internet. ¿Qué es lo que produce que un video se reproduzca millones de veces en distintas partes del mundo? ¿La lógica del consumo es la misma? ¿Cómo se transforma cuando interviene en un proceso de espectacularización como el del caso en cuestión? Cerrillo hace a este respecto un llamado al pensamiento crítico acerca de los modos en que internet reproduce meros negocios bajo la apariencia de obras filantrópicas o benéficas. Aquí también se reflexiona acerca del impacto de youtube y de las miradas teóricas celebratorias de las potencialidades de las redes, así como también de las miradas críticas y desconfiadas de que en un mundo mejor sea posible a partir de la explosión comunicacional.

Asimismo, su abordaje nos llama a indagar si la gente se informa con lo que otros informan a los medios ¿Quiénes “median” en los llamados procesos de desintermediación? ¿Cuál es el papel del periodista en esta nueva era más interactiva y menos unidireccional? ¿En qué consiste el proceso de comunicación?

Por otra parte, los usos de Internet y la participación en sus redes sociales constituyen otro de los ejes que aglutina varios de los artículos del dossier. ¿Qué significan Facebook y otras redes sociales digitales en la vida social y política de América Latina en la actualidad? Dos trabajos lo indagan a partir del caso brasilero, donde la red digital ha crecido explosivamente en los últimos años. ¿Qué implica que Brasil se encuentre en el tercer puesto mundial de usuarios de internet?

Edoardo Laysmara se propone una aproximación sobre los usos y apropiaciones de Facebook por parte de miembros de esa red social digital. Si bien en los últimos tiempos florecieron distintos estudios sobre la popularización de las redes sociales en internet el autor propone un abordaje de las percepciones de los propios usuarios desde una metodología cualitativa que recupera la perspectiva del actor. Así, logra enriquecer la comprensión del modo en que estas redes sociales contribuyen a construir y sostener una noción de individuo que, si bien no es exclusividad del mundo online, en él tiende a desplegarse más fuertemente que en el offline, asentada sobre aspectos puntuales que son explotados por los usuarios en sus propios perfiles.

En otros términos, se trata de una suerte de particularización de la subjetividad que se podría vincular al llamado “narcisismo de la pequeña diferencia” en la posmodernidad (Grüner, 2002), en la medida en que la potencia expansiva de las nuevas tecnologías en las redes sociales facilita la particularización de las identidades de sus miembros contribuyendo a una construcción subjetiva cada vez más fragmentada y escindida de la totalidad del sujeto. Asimismo, este trabajo resulta una contribución hacia los estudios de los consumos culturales desde una doble perspectiva, tanto por el modo en que los consumos culturales mediados por plataformas digitales (no olvidemos que Facebook es un espacio por el cual circulan contenidos audiovisuales, fotográficos, etcétera) inciden en un determinado tipo de sujeto como, a su vez, por el tipo de individuo del que se nutren y al que contribuyen, pese a las expectativas de lazo social que pueda despertar. En estos términos, el trabajo de Laysmara llama la atención sobre la necesidad de una mirada crítica sobre la intervención que este tipo de redes sociales tiene para los usuarios como también respecto del sesgo profundamente particularista que asume en relación con el individuo contemporáneo.

Por su parte, el trabajo de Barbossa gira el foco de atención sobre los usos de internet como ejercicio político por parte de un grupo de estudiantes universitarios en el marco de las movilizaciones estudiantiles que tuvieron lugar en distintas partes del mundo en los últimos años (Chile, Turquía, Brasil, Hong Kong), procurando evitar dos posiciones antagónicas en que suelen caer las miradas sobre internet en relación con lo político: como un espacio enteramente libre para la participación sin mediaciones de los individuos o bien como un espacio que promueve la desmovilización y dificulta el reclamo colectivo en el ámbito público. Desde una perspectiva crítica el autor se inclina por la primera de ellas, por cuanto las TICs parecen cumplir el papel de facilitadoras de acciones políticas en particular en sectores juveniles que se encuentran distantes -en términos concretos y representacionales- de los canales tradicionales de participación política, como muchos de los estudiantes universitarios entrevistados. Partiendo de ello, reconoce la capacidad de las nuevas tecnologías para contribuir a una repolitización de lo social que necesariamente debe repensarse en su articulación con la acción política offline, por lo que considera a internet como una potencial herramienta de

lucha política que requiere ser complementada en el mundo offline.

Este grupo de trabajos culmina con el artículo de Benítez Larghi, quien se propone estudiar la difusión de las nuevas tecnologías en relación con las desigualdades sociales propias de nuestra región considerando el caso Argentino a partir de la implementación del Plan Conectar Igualdad en la ciudad de La Plata y alrededores, consistente en la entrega de computadoras personales a todos los alumnos de escuelas medias del país. El autor hace foco sobre las apropiaciones de los dispositivos digitales, sus usos y las habilidades de los jóvenes en relación con las TICs. Los resultados de su pesquisa permiten afirmar que el Plan estudiado tiene un impacto positivo en términos de disponibilidad de dispositivos y herramientas digitales en sectores de bajos recursos, aunque se manifiesten distintas posibilidades de conexión a internet según la infraestructura y la situación de cada hogar. Asimismo, antes que una llamada brecha digital, sucede que las desigualdades en términos de usos y habilidades reproduce en el plano digital la desigualdad social: la diversificación en la utilización de herramientas digitales y redes sociales aumenta con la elevación en la escala social. Su trabajo, en esta dirección, constituye un aporte hacia la reflexión en torno a la capacidad (y limitaciones) del Estado para intervenir frente a estas desigualdades y recuperar la crítica en nuestras miradas sobre las posibilidades que abren las TICs, por ejemplo, respecto de los consumos culturales juveniles, si efectivamente se diversifican en el ámbito digital, en qué medida esa diversificación se encuentra limitada por las desigualdades de clase y qué pueden hacer las políticas públicas para incidir en ello.

El último grupo de trabajos reflexiona en torno al significado del arte, sus usos y presencias sociales en la sociedad contemporánea. Aquí nos desplazamos a otros fenómenos de la sociedad contemporánea que cobran una crucial relevancia a partir de la significación que asumen la cultura de la imagen, la creciente presencia de la música y de productores culturales en general. Eso ya lo había señalado Featherstone hace más de una década y también Lash y Urry en sus análisis sobre el capitalismo post fordista, la proliferación de signos y espacios y los nuevos lugares de las industrias culturales y de los artistas. Ahora ya los artistas no están al margen de la dinámica económica capitalista y/o reciben los restos para su

reproducción, sino que su actividad debe pensarse como totalmente integrada. Jameson va a decir que el capitalismo tardío ya no tiene espacios de semi autonomía, otros como Boltanski afirmarán que un modo de ser artista ya forma parte del estilo de vida de los nuevos empresarios y nuevos profesionales de la dinámica laboral actual. Asimismo Lipovetsky aludirá a la emergencia de un capitalismo artístico. Si en la modernidad, arte y capitalismo evidenciaban tensiones y desde allí surgía la crítica a un orden de poder en general, hoy gran parte del campo artístico forma parte de su dinámica. El artículo de Quiña es el que más se orienta en esa dirección, esto es, en tanto crítica a una nueva conceptualización que se ha instalado en el campo de las políticas culturales en tanto políticas de desarrollo social y urbano, como la de industrias creativas, trabajo creativo, ciudades creativas.

El artículo de Palau Valderrama y Fayet Sallas propone abordar la actividad musical en vivo de los llamados “grupos de secuencias” en Cali, Colombia, desde una aproximación metodológica de tipo etnográfica que les permite analizar no sólo la actividad de los músicos en cuanto profesionales o artistas, sino la interacción que llevan a cabo con las audiencias. Las autoras analizan, a través del fenómeno de la contratación de estos grupos en distintas celebraciones y espacios comerciales en los últimos veinte años, la articulación con las nuevas tecnologías, ya que en gran medida los instrumentistas son reemplazados por sonidos digitalmente grabados o emuladores de instrumentos. El mérito del trabajo es que no se detienen en una exposición de la actividad musical, sino que problematizan las condiciones en que los músicos deben llevar a cabo su actividad laboral como tales para ganarse el sustento, con ingresos tan reducidos que los obliga a aumentar la frecuencia de sus presentaciones. Si bien no lo plantean en términos marxistas, es interesante cómo la introducción de las nuevas tecnologías en el ámbito de la música aumenta la productividad del trabajador músico a la vez que no necesariamente se traduce en una mejora de sus condiciones laborales o de vida, sino que incluso se acompaña por un proceso de precarización como trabajadores. Su trabajo tiene, además, varias aristas que lo vuelven un valioso aporte a los estudios sobre producción y consumo cultural, como la que hace a la problematización de las producciones culturales en vivo en cuanto a su inscripción en un contexto contemporáneo

caracterizado por la exaltación de la experiencia y el atravesamiento de ésta por la interacción entre productores y consumidores de bienes culturales.

Estas son inquietudes que atraviesan también el trabajo de Quiña, que se propone abordar la noción de trabajo creativo a partir de las condiciones en que los músicos independientes en Argentina desenvuelven su actividad tanto en vivo como editada y los modos en que se representan este trabajo, si se reconocen como trabajadores, en qué medida y bajo qué formas. A partir de un abordaje centralmente etnográfico, se plantea que los procesos de precarización que atraviesan estos productores culturales se inscriben en otros de más largo aliento y expandidos incluso globalmente en otras áreas más allá de las llamadas industrias creativas, que le sirven de marco. Las nuevas tecnologías también cumplen un papel central en ello, pues han facilitado las herramientas para que músicos y sellos discográficos pequeños puedan sostener su actividad de modo independiente, muchas veces bajo la forma de “emprendedores” aún al precio de hacerlo en condiciones precarias, con bajos ingresos e inestabilidad laboral, nutriendo el negocio de los grandes consorcios de la música y desconociendo su propio carácter como trabajadores de la cultura.

Por último, el trabajo de Wortman se presenta como la contracara de esa nueva dinámica artística y espacial en términos de rentabilidad. Aquí lo que se pone en evidencia es la necesidad de espacios para la creciente cantidad de nuevos productores culturales. También aparece una puesta en escena más informal y otra forma de circulación de artistas que modifica los espacios tradicionales como el teatro, el cine, el auditorio, la sala de exposiciones. Todo eso aparece junto en los llamados centros culturales, otras veces bares o casas culturales. Si bien aparentan informalidad y espontaneismo, varios de ellos comienzan a organizarse y a formar parte de la llamada gestión cultural. Pocos se convierten en pequeñas empresas y comienzan a ocupar un lugar en la escena cultural, ya son casi un referente de la cultura emergente.

En síntesis, este dossier se propone actualizar la reflexión acerca de la vinculación entre nuevos consumos y producciones culturales en el marco de las nuevas tecnologías y las dinámicas económicas del capitalismo contemporáneo, su creciente integración con los medios y las transformaciones que éstos experimentan en una dinámica de comunicación cada vez más

atravesada por el mundo online, sin desatender las nuevas desigualdades que surgen en torno a los usos, actividades y sentidos alimentados por las tecnologías digitales. Corresponde acaso insistir en que los trabajos aquí agrupados proveen elementos tanto teóricos, como empíricos más para enriquecer preguntas que para ofrecer respuestas ante procesos que, y esto es evidente en el conjunto de los artículos del Dossier, de ningún modo se encuentran cerrados en América Latina.

¿Desarrollo mediático en Uruguay? Tensiones entre la regulación y las prácticas de políticas de comunicación 2005-2015

Ma. Julia Morales
mjorgonz@gmail.com
Universidad de la República, Uruguay

Matías Ponce
gmponce@ucu.edu.uy
Universidad Católica del Uruguay, Uruguay

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo describir el estado del desarrollo mediático en Uruguay en el período 2005-2015, reflejando las tensiones existentes entre el campo de la regulación de la comunicación y las prácticas que efectivamente se han dado en el período. El artículo da cuenta de la especificidad del caso uruguayo, como un país donde se ha avanzado en materia de políticas de comunicación sin los conflictos que se han dado en otros países de Latinoamérica cuando se tocaron estos temas, como Argentina, Ecuador y Venezuela. Mediante entrevistas a expertos, análisis documental y una encuesta de opinión pública, se describen las tensiones que aún persisten entre la intención normativa y la práctica de las políticas de comunicación. Uruguay se encuentra a medio camino entre un avance sostenido en materia

de regulación de comunicación junto a prácticas que, a contrasentido de la nueva legislación, no promueven la democratización ni diversidad de medios de comunicación.

Palabras Clave: Desarrollo mediático, Uruguay, regulación de medios, libertad de expresión, censura.

Introducción

El presente artículo es parte del proyecto “Desarrollo Mediático en Uruguay”¹ y da cuenta del estado del desarrollo mediático en Uruguay en el período 2005-2015 reflejando las tensiones existentes entre el campo de la regulación de la comunicación y las prácticas que efectivamente se han dado en el período.

La investigación completa abarca el estado actual de desarrollo mediático del Uruguay con base en cinco dimensiones analíticas sugeridas por el documento Indicadores de Desarrollo Mediático, aprobado por la 26^a sesión del Consejo Intergubernamental del Programa Internacional para el Desarrollo de las Comunicaciones de UNESCO:

I. Sistema regulador conducente a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad de medios de comunicación social.

II. Pluralidad y diversidad de los medios de comunicación social, igualdad de condiciones económicas y transparencia en la propiedad.

III. Los medios como plataforma para el discurso democrático.

IV. Capacitación profesional e institucional de apoyo a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad.

V. Capacidad infraestructural para apoyar a medios independientes y pluralistas.

El presente artículo da cuenta del relevamiento de las dimensiones 1 y 2 de dicho estudio. El mismo se realizó a partir del análisis documental de la legislación vigente, se complementó con entrevistas a informantes calificados (atendiendo a la diversidad de actores y opiniones) y se aplicó una encuesta de opinión pública.

Marco conceptual

Tal como indica la UNESCO en su Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (2008), los medios de comunicación social pueden verse como:

- ◇ Canales de circulación de información y educación para los ciudadanos.
- ◇ Transmisores de ideas, historias e información.
- ◇ Impulsores del correcto flujo de la información entre gobernadores y gobernados y entre agentes privados en competencia.
- ◇ Facilitadores de comunicación entre diversos actores sociales, impulsando la resolución de controversias por medios democráticos.
- ◇ Una herramienta para que la sociedad aprenda sobre sí y conforme un sentido

¹ El proyecto “Desarrollo Mediático en Uruguay” se enmarca en una investigación en curso, que culminó a finales de 2015, llevada adelante en forma conjunta por todas las Facultades de Comunicación de Uruguay, el Sector Comunicación e Información de la Oficina Regional de Ciencia de la UNESCO para América Latina y el Caribe y el ObservaTIC de la UdelaR; co-financiado por UNESCO y ANII; cuyo informe final se encuentra en revisión.

de comunidad, de forma que permita un mayor entendimiento y conocimiento de los valores, costumbres y tradiciones.

- ◇ Vehículos para la expresión y cohesión cultural dentro de las naciones y entre ellas.
- ◇ Observadores de los gobiernos en todas sus formas, impulsando la transparencia en la vida pública y desmantelando a quienes tengan el poder, exponiendo la corrupción, las defectuosas administraciones y las incorrectas actuaciones empresariales.
- ◇ Promovedores del aumento de la eficiencia económica.
- ◇ Facilitadores del sistema democrático y garantes de las elecciones libres y justas.
- ◇ Actores y defensores sociales de los propios derechos de los ciudadanos, respetando a la vez los valores pluralistas de libertad de expresión.

De todas formas, los medios de comunicación social pueden ser utilizados para ayudar a incrementar el poder de intereses creados y aumentar las desigualdades sociales, dejando de lado a las voces críticas o marginadas. Los medios pueden incluso promover los conflictos y sectorizar a la población (UNESCO, 2008).

En este sentido, cabe cuestionarse respecto a si la regulación de los medios de comunicación avanza en torno a los objetivos planteados por UNESCO o si por el contrario, las prácticas en torno al uso y producción de medios de comunicación en cada país van contra estos principios.

Tal como indican Ponce y Santangelo (2014), en materia de comunicación Uruguay ha avanzado en la creación de un campo jurídico que ha ido cubriendo el déficit regulatorio en tres aspectos: el reconocimiento y división del espectro de los medios en tres sectores: comunitario, público y comercial; la creación de instituciones que garanticen el acceso a la información pública y promuevan la transparencia; y la generación de una nueva institucionalidad en materia de: regulación, supervisión, diseño y ejecución de políticas de comunicación.

Para Waisbord (2014) el desarrollo de los sistemas de medios de América Latina no se puede estudiar sin tener en cuenta los múltiples aspectos de la globalización: el flujo de capital y contenido, la relación entre los actores internos y externos, la conexión entre las industrias mediáticas y las fuerzas políticas y sociales, y finalmente las relaciones entre los actores políticos nacionales

e internacionales. Es por eso que se analiza el avance en torno a políticas de comunicación en el marco del estado uruguayo.

¿Dónde se ubica Uruguay en la materia? La regulación del derecho a la comunicación en el país, ha sido un tema olvidado por la legislación desde 1978 (época de la dictadura militar), las presiones por parte de la sociedad civil a partir de la década de los 90, en especial del sector comunitario, son las que han hecho posible la colocación del tema en la agenda del gobierno.

Sin embargo, Uruguay no ha logrado concretar que la recientemente aprobada Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual sea promulgada por el Poder Ejecutivo.

¿Cómo se encuentra Uruguay en materia de políticas y regulación del desarrollo mediático, tal como lo define UNESCO? Definiremos políticas de comunicación como “el espacio en que el Estado decide el uso, producción y distribución de los recursos de comunicación pública, priorizando áreas de intervención, intereses y visiones políticas respecto al rol de los medios de comunicación” (Ponce, 2015: 29). ¿De qué manera la opinión pública evalúa su relación con el sistema de medios actual? Sobre estas preguntas y las tensiones que surgen al respecto se desarrolla el capítulo de análisis.

Metodología.

Para esta investigación se conjugó un mix de técnicas cuantitativas y cualitativas mediante las cuales se pretendió un examen exhaustivo de la realidad en referencia al rol que desempeñan los medios de comunicación social – públicos, privados y comunitarios– en función de la definición de desarrollo mediático de la UNESCO.

Se optó por una revisión exhaustiva de la documentación en relación a la normativa existente en el país; para ello además se realizaron entrevistas a informantes calificados principalmente del ámbito jurídico y se complementó con entrevistas a diferentes actores del gobierno, parlamentarios, académicos, empresarios y/o abogados de los medios de comunicación, publicistas y representantes de la sociedad civil, en referencia también a la práctica y a la normativa existente en Uruguay.

Asimismo, se aplicó una encuesta de opinión pública para entender el parecer de la sociedad uruguaya acerca del estado del desarrollo

mediático en Uruguay.

Las entrevistas se desarrollaron en el año 2014; mientras que la encuesta a los efectos de conocer la opinión de los uruguayos y uruguayas respecto a diversas dimensiones del desarrollo mediático en nuestro país, se aplicó entre los días 2 y 12 de octubre de 2014, abarcó todo el país y fue de un total de 1200 casos, con un margen de error de +/- 3% y una confiabilidad del 95%.

Análisis 1. ¿Desarrollo mediático: El avance normativo?

Los avances en temas de política pública de comunicación resultan una lógica de trade-off, en la medida que determinados avances despiertan tensiones internas del sistema político que impiden concretar los cambios propuestos. Rodakovich, Escuder, Morales y Ponce (2013) indican que los mayores avances en la esfera legal durante los últimos cinco años han sido la Ley de Radiodifusión Comunitaria, el Decreto sobre Televisión Terrestre Digital y la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), los cuales han sido innovadores y positivos.

De empezar a funcionar la LSCA, se terminaría de conformar un derecho a la comunicación en Uruguay que debería ser comparado con legislaciones, tal como lo dicen Ponce y Santangelo, de carácter similar a las aprobadas en Argentina, Ecuador y Venezuela, teniendo en cuenta las diferencias en materia de policy making process entre estos casos y el contexto político uruguayo (Ponce y Santangelo, 2015).

A pesar de los avances, Uruguay es un país que se caracteriza por la presencia de pocos grupos empresariales o familias dueñas de los medios de comunicación desde hace aproximadamente 50 años. En función de la declaración de los entrevistados, la asignación de frecuencias solía ser por amiguismo, intereses partidarios o económicos, según un informante calificado entrevistado para el trabajo. Los entrevistados señalan que el sistema de propiedad de los medios, principalmente los medios audiovisuales, está altamente concentrado, lo que se traduce en poca pluralidad. Lo cual conlleva a que la audiencia termine recibiendo contenidos de 3 canales privados: 4, 10 y 12, y el canal 5 o TNU del Estado, que más o menos emiten la misma información a la audiencia.

Una tímida arquitectura de políticas de comunicaciones. En este sentido, las iniciativas más importantes del Estado en Uruguay para la

promoción del pluralismo de las organizaciones audiovisuales y su propiedad, fueron las siguientes. En primer lugar, la promulgación de la Ley de Radiodifusión Comunitaria Nro. 18.232² de 2007 habilitó, legalizó y reguló los medios comunitarios. Esta ley fue el primer antecedente legal para el reconocimiento y reserva de un tercio del espectro al sector comunitario.

En segundo lugar, más recientemente, el Decreto 585/2012 sobre Televisión Digital Terrestre -aprobado por la DINATEL del Ministerio de Industria, Energía y Minería- incluyó una ampliación sustantiva de los medios públicos estatales a nivel regional y departamental. Por otra parte, el decreto supuso la ampliación de la oferta televisiva comercial.

En el caso de las licencias digitales, los órganos reguladores las asignan a diversos operadores comerciales y no comerciales. A través del decreto 585/2012³ sobre Televisión Digital Terrestre (TDT), el espectro se ha dividido equitativamente en tres espacios: público, privado y comunitario. En cuanto a lo público se establece que en el Área Metropolitana de Montevideo, se deben reservar dentro de los canales de radiodifusión de televisión digital abierta “seis canales para titulares de radiodifusión de televisión públicos [...] y otro para el desarrollo de servicios de radiodifusión de televisión pública regionales”⁴. Se reservarán también siete canales para “asignar titulares que brinden servicios de radiodifusión de televisión comerciales”⁵ y siete más para servicios de radiodifusión de televisión comunitaria y sin fines de lucro. También se reservan, siempre que sea posible, tres canales de radiodifusión de televisión públicos, tres canales de radiodifusión de televisión privados y tres de radiodifusión de televisión comunitarios para cada una de las localidades del resto del país⁶.

Cabe destacar que estas iniciativas que se han desarrollado en los últimos años no han estado

2 <http://www.parlamento.gub.uy/leyes/ AccesoTextoLey.asp?Ley=18232&Anchor=>

3 http://archivo.presidencia.gub.uy/sci/decretos/2012/05/miem_585.pdf

4 http://archivo.presidencia.gub.uy/sci/decretos/2012/05/miem_585.pdf Artículo 2. Inciso a

5 http://archivo.presidencia.gub.uy/sci/decretos/2012/05/miem_585.pdf Artículo 2. Inciso b

6 Para Lanza “la asignación de la televisión digital en cierto modo [...] logró ampliar la diversidad de propiedad y de opciones porque hoy vamos a tener además de los tres medios televisivos históricos, tonos medios comerciales, uno medio público, en Montevideo estoy hablando, uno comunitario en Montevideo y algunos más públicos en el interior o de carácter Municipal y algún medio televisivo comercial nuevo en el exterior. O sea, hay un camino, hay un inicio de una política de diversidad”.

exentas de debates y contramarchas. En este sentido, se destaca especialmente la dilatación del controversial proyecto de LSCA que se gesta en 2010 y se aprobó en 2014, aunque no ha sido implementada una iniciativa que contemple ampliamente la diversidad en la composición de los medios públicos, privados y comunitarios.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, el principal avance. El avance más sustancial en materia de regulación de medios audiovisuales es la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) sancionada al final del período de gobierno de José Mujica en el año 2015.

Esta política se enfoca principalmente en acciones que regulen a los medios broadcasting del Uruguay. Se centra en reformar las reglas del juego del sector audiovisual y la división del espectro en tres sectores: comercial, comunitario y público (Ponce, Santangelo 2014).

Uno de los grandes diferenciales que destacan los entrevistados es la *governance* de la discusión de la LSCA en Uruguay, que tuvo una destacada participación de la sociedad civil nucleada en la Coalición por una Comunicación Democrática, instancia de la que participaron la academia, los gremios de periodistas, medios comunitarios, organizaciones de la sociedad civil, entre otras. Esto se diferencia ampliamente del proceso de discusión de leyes de comunicación en la región, como Argentina y Ecuador, donde se dieron fuertes procesos de crispación y tensión social.

En este mismo sentido la Ley prevé la existencia de foros consultivos con participación de la sociedad civil para la asignación de frecuencias y además de una Comisión Honoraria Asesora de Servicios de Comunicación Audiovisual (CHASCA) (Ponce, Santangelo, 2014).

La LSCA⁷ consta de 183 artículos. La primera parte se centra en reafirmar aspectos básicos de la comunicación, que aunque ya están garantizados en la Constitución, como el derecho a la libertad de expresión, los plantea en clave de derecho a la comunicación como derechos humanos.

En segundo lugar, se enfoca en regular aspectos sobre contenidos que permitan generar garantías a determinados grupos y sectores vinculados a los medios de comunicación, como por ejemplo, derechos vinculados a la niñez y la adolescencia.

En tercer lugar, la ley genera institucionalmente nuevos espacios adecuados del sector público

7 Centro de Información Oficial, <<http://www.impo.com.uy/bases/leyes/19307-2014>> 10/09/15

y sector privado-público para la regulación, supervisión, promoción y realización de actividades de comunicación. Se crean espacios que permiten la integración de opiniones como los Foros Consultivos o las Audiencias Públicas.

En cuarto lugar, se establecen las reglas del juego, es decir, mecanismos claros para los competidores en la obtención de espectros, todos compiten bajo un esquema igualitario, descartando las licencias irrevocables que venían hasta ahora, y tratando de evitar la concentración de medios.

Finalmente, se estimula la producción cultural nacional artística vinculada a los servicios de comunicación audiovisual. De todas formas, hay varias denuncias de inconstitucionalidad en proceso por parte de partidos políticos de la oposición, de medios de comunicación y de la Asociación Nacional de Broadcasters Uruguayos (ANDEBU)⁸.

Sin embargo, la Ley ha sido detenida por varios recursos de inconstitucionalidad que fueron presentados por los mismos grupos de medios que se ven afectados por la nueva normativa. Si bien la ley fue aprobada por el Parlamento, el gobierno nacional no la ha implementado a espera de que se resuelvan los recursos de inconstitucionalidad impuestos.

Análisis 2. La opinión pública ¿Los uruguayos creemos en un desarrollo mediático?

Frente a una agenda normativa y de políticas que ha tenido avances y contramarchas, la opinión pública en Uruguay tiene una visión muy específica sobre los medios de comunicación y su desempeño. Del análisis de la encuesta presentada en el marco metodológico, se desprende que los uruguayos creen firmemente que en Uruguay existe libertad de expresión. Más de un 70% así lo indica y un 40% manifiesta estar muy de acuerdo con que es así, por ende existe una creencia generalizada de que en Uruguay se practica la libertad de expresión

8 Asociación Nacional de Broadcasters Uruguayos, <<http://www.andebu.org/>>, 10/09/15

Cuadro 1: Opinión sobre estado de la libertad de expresión en Uruguay. En Uruguay “existe libertad de expresión”, nivel de acuerdo.

Válidos	Muy en desacuerdo	3,3
	Desacuerdo	5,8
	Ni/Ni	18,2
	Acuerdo	31,0
	Muy de acuerdo	40,4
	Ns/Nc	1,3
	Total	100

Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta Nacional Desarrollo Mediático – Octubre 2014.

Dicho dato se correlaciona con el visto en el cuadro 2, donde se señala que más del 60% de la población cree que en Uruguay los periodistas pueden ejercer su tarea con total libertad. Solo un 15% de la población se muestra en desacuerdo con que la prensa pueda ejercer libremente su trabajo

Cuadro 2: Opinión sobre si los periodistas pueden ejercer su tarea con total libertad, nivel de acuerdo.

Válidos	Muy en desacuerdo	5,1
	Desacuerdo	9,9
	Ni/Ni	22,2
	Acuerdo	29,1
	Muy de acuerdo	31,0
	Ns/Nc	2,8
	Total	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta Nacional Desarrollo Mediático – Octubre 2014.

Si bien existe una clara percepción de que en Uruguay hay libertad de expresión y los periodistas pueden ejercer su tarea con total libertad, la opinión pública no sostiene la misma posición respecto al nivel de independencia del sistema político. A la hora de cuestionarse respecto a si los medios de comunicación son independientes del sistema político, sólo un 31% está de acuerdo, frente a un 33% que se muestra en desacuerdo con esta realidad. Si a la posición negativa sumamos quienes no tienen una visión definida al respecto, se entiende que el 61.7% de la población no cree que los medios de comunicación sean independientes de los poderes políticos

Cuadro 3: Opinión sobre si los medios de comunicación son independientes de los poderes políticos, nivel de acuerdo.

		Porcentaje
Válidos	Muy en desacuerdo	14,0
	Desacuerdo	19,9
	Ni/Ni	27,7
	Acuerdo	17,0
	Muy de acuerdo	14,6
	Ns/Nc	6,8
	Total	100,0

Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta Nacional Desarrollo Mediático – Octubre 2014

En contra posición a lo señalado en los cuadros 1 y 2, el cuadro 3 nos indica que si bien se cree en la libertad de expresión, esto en Uruguay no entra en conflicto para la opinión pública, de la presión que algún sector político pueda ejercer sobre un medio.

Cuadro 4: Opinión sobre si los medios de comunicación son independientes de los grupos de poder económico, nivel de acuerdo.

Válidos	Muy en desacuerdo	15,5
	Desacuerdo	22,9
	Ni/Ni	24,3
	Acuerdo	15,7
	Muy de acuerdo	10,5
	Ns/Nc	11,1
	Total	100

Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta Nacional Desarrollo Mediático – Octubre 2014.

Una situación similar sucede con la opinión que manifiestan los uruguayos respecto a la independencia de los medios de comunicación sobre el poder económico. Apenas un 25% está de acuerdo con que los medios son independientes de los grupos de poder económico, mientras que 38% no cree que eso sea así.

Preguntando por la confianza en los periodistas como mecanismo de comunicación fiable frente al poder político, un 49.3% de los uruguayos entienden que si tuviesen sospecha de un caso de corrupción recurrirían a un periodista para hacer una denuncia pública

Cuadro 5: Opinión respecto a si tuviera sospecha de un caso de corrupción de funcionarios públicos, recurriría a un periodista o a un medio de comunicación para hacer una denuncia pública

	Porcentaje
	Muy en desacuerdo 30,3
	Desacuerdo 10,9
	Ni/Ni 9,1
Válidos	Acuerdo 15,6
	Muy de acuerdo 28,3
	Ns/Nc 5,8
	Total 100,0

Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta Nacional Desarrollo Mediático – Octubre 2014.

Respecto al nivel de confianza que tienen los uruguayos sobre la honestidad de los periodistas, el 53.2% declaró que la mayoría de los periodistas son honestos. En el mismo informe se interrogó respecto a si los medios de comunicación en Uruguay tratan temas de real interés para la sociedad, la opinión pública uruguaya entiende ampliamente (un 58.1%) que el contenido de los medios de comunicación es de utilidad.

Cuadro 6: Opinión respecto a si los medios de comunicación tratan temas de real interés para la Sociedad

Los medios de comunicación tratan temas de real interés para la población	
	Muy en desacuerdo 3,8
	Desacuerdo 11,7
	Ni/Ni 24,5
Válidos	Acuerdo 32,6
	Muy de acuerdo 25,5
	Ns/Nc 1,9
	Total 100

Fuente: Elaboración propia en base a Encuesta Nacional Desarrollo Mediático – Octubre 2014.

En síntesis, para los uruguayos existe libertad de expresión e independencia editorial, sin embargo no creen que el trabajo de los medios de comunicación esté libre del poder de los grupos políticos, ni económicos.

Conclusión ¿Uruguay, un país con desarrollo mediático?

Del análisis de la revisión de la opinión pública, como de las consideraciones que se desprenden del análisis de los avances normativos, queda claro que Uruguay se encuentra a medio camino entre avances normativos que buscan democratizar el acceso y contenido de los medios de comunicación, buscando mayor pluralidad, con una realidad que en definitiva aún mantiene el poder de las empresas que ya son actualmente dueñas de los medios de comunicación.

Si a esto sumamos que la mayoría de la población entiende que el ejercicio periodístico en los medios de comunicación está influenciado tanto por el poder económico como por el poder político, Uruguay presenta un panorama gris en función de lo que UNESCO plantea como desarrollo mediático.

Los datos obtenidos en estas dimensiones nos permiten inferir por un lado que desde la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual se ha avanzado mucho en referencia a la normativa que tienda a la democratización de la información y de los medios, con la salvedad de que es una legislación que aún no está reglamentada, por tanto aún no se pueden apreciar los efectos en la práctica.

En síntesis, la agenda y los avances en torno al tema de políticas de comunicación en Uruguay forma parte de un tema en desarrollo. El país ha dado certeros pasos de manera integral en un abordaje de la política de comunicación en cuatro niveles: nivel de regulación del sistema de medios, actividad y rol de supervisión del sistema, agente promotor y elaborador de políticas de comunicación y por último, como agente productor de servicios de comunicación.

La armonía presentada en estos cuatro frentes es la particularidad del modelo uruguayo, que ha avanzado sobre estos temas incluyendo un amplio diálogo social al respecto.

La limitante actual se encuentra en la aprobación o no del decreto reglamentario de la LSCA. Si bien la ley ya aprobada deja en claro los principios sobre los cuales actualmente se basa, tanto el derecho a la comunicación en Uruguay, como el enfoque político de la regulación de medios, el freno de su implementación por poderes fácticos, junto a la opinión de buena parte de la ciudadanía respecto a la dependencia de los medios de comunicación de los poderes económicos, da

cuenta de prácticas arraigadas culturalmente que distan de la concepción de desarrollo mediático planteada por UNESCO

Bibliografía

Márquez-Ramírez, Mireya et. al. (2014). *Media Systems and Communication Policies in Latin America*. México: Universidad Iberoamericana.

PDIC UNESCO (2015). *Desarrollo Mediático en Uruguay: diagnóstico, perspectivas y desafíos*. II Informe técnico de avances. Texto en proceso de publicación.

Ponce, Matías (2014). *Mediocracia: Medios de Comunicación y Democracia*. Apuntes para un debate sobre la mediocracia. Bolivia, La Paz.

Ponce, Matías (2015). *El trade-off de una década: Avances y resistencias en la política de comunicaciones en Uruguay 2005 – 2015*. Revista DIXIT Universidad Católica del Uruguay.

Radakovich, Rosario; Escuder Santiago; Morales Julia; Ponce, Matías (2013). *Trazando un mapa de los medios digitales: Uruguay*. Open Society.

Santangelo, Giorgina; Ponce, Matías (2014). *Uruguay, el impulso y su freno en políticas de comunicación*. Revista Temas de comunicación. Universidad Católica Andrés Bello, ISSN: 2443-4302. N° 29, julio- diciembre 2014.

UNESCO (2014). *Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios: Situación regional en América Latina y el Caribe*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Waisbord, Silvio (2014). *Latin America Media and the Limitations of the Media 'Globalization' Paradigm*. Editor M. Márquez-Ramírez, Editor M. A. Guerrero, *Media Systems and Communication Policies in Latin America*, (pp.25-26). México: Universidad Iberoamericana.

Webgrafía

Comisión Interamericana de Derechos Humanos consultado en agosto de 2014 <http://www.cidh.oas.org/basicos/declaracion.htm>

Convención Americana sobre los Derechos Humanos consultado en la web en agosto de 2014 http://www.oas.org/dil/esp/tratados_B-32_Convencion_Americana_sobre_Derechos_Humanos.htm

Convención Europea para la Protección de los Derechos Humanos y las Libertades consultado en la web en agosto de 2014 <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle>.

[asp?artID=165&IID=2](http://www.un.org/es/documents/udhr/)

Declaración Universal de los Derechos Humanos consultado en la web en agosto de 2014 <https://www.un.org/es/documents/udhr/>

“Freedom of Information Around the World 2006” consultado en la web en agosto de 2014 http://www.freedominfo.org/documents/global_survey2006.pdf

Instituto de la Libertad de expresión Internacional, consultado en la web en agosto de 2014 https://ifex.org/international/2014/04/30/wpdf_ifex_statement/es/

La Carta Africana sobre los Derechos Humanos y de los Pueblos consultado en la web en agosto de 2014 <http://www.achpr.org/instruments/achpr/#a9>

La Convención Europea para la Protección de los Derechos Humanos y las Libertades fundamentales consultado en la web en agosto de 2014 <http://conventions.coe.int/treaty/Commun/QueVoulezVous.asp?CL=ENG&NT=005>

Relatoría especial de las Naciones Unidas sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y expresión, consultado en la web en agosto de 2014 <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G10/130/49/PDF/G1013049.pdf?OpenElement>

Reporte oficial del Relator Especial de las Naciones Unidas (2008) <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G08/112/10/PDF/G0811210.pdf?OpenElement>

UNESCO (2014). *Indicadores de Desarrollo Mediático* consultado en la web en agosto de 2014. (<http://www.unesco.org/new/es/office-in-montevideo/comunicacion-e-informacion/desarrollo-de-los-medios/indicadores-de-desarrollo-mediatico/>)

Conflictividad social y mediatización durante el primer gobierno del PAC.

El papel de los medios de comunicación: el caso de la prensa en Costa Rica.

Social conflict and mass media during the first government of the PAC.

The role of the media: the case of the press in Costa Rica

José Daniel Rodríguez Arrieta.

josedaniel.rodriguez@ucr.ac.cr

Universidad de Costa Rica, Universidad Estatal a Distancia, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO)

Pablo Carballo Chaves.

pablo.carballochaves@ucr.ac.cr

Universidad de Costa Rica, Universidad Estatal a Distancia, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO)

Resumen:

En el presente avance de investigación se recoge una serie de análisis sobre un primer acercamiento cuantitativo del abordaje mediático de tres conflictos durante el primer gobierno del PAC, en la figura del presidente Luis Guillermo Solís Rivera. Se analiza la presentación de los tres medios de comunicación escritos (La Extra, La Nación y el Semanario Universidad) con características diferentes para plantear comparaciones y algunas conclusiones con posible carácter de generalización que evidencien la óptica de dichos medios, sus prioridades e intencionalidades siempre tomando en cuenta la coyuntura del primer gobierno de un partido hasta hace poco tiempo emergente, y con un discurso importante que intentó ofrecer un factor diferenciador claro frente a lo que llamaron la “política tradicional”. Asimismo, se pretende interpretar el peso y la influencia de estos primeros retos de la Administración Solís Rivera.

Palabras clave: comunicación política, conflictividad socio-política, contexto mediático, y estudios de prensa.

Abstract:

In this research advance are collected a series of analysis about a first quantitative approach of the media coverage of three conflicts during the first government of the PAC, with the figure of the President Luis Guillermo Solís Rivera. It's analyzed the presentation of the three written media (La Extra, La Nación y and Semanario Universidad) with different characteristics to set comparisons and some conclusions with a possible generalization character that evidence those media perspective, priorities and intentions, taking into account the situation of the first government of a recently emerging political party and with a major speech that tried to offer a clear differentiator against what they called the “traditional policy”. Likewise, it also seeks to interpret the weight and influence of these first challenges of the Solís Rivera administration in the posterior actions thereof.

Keywords: political communication, sociopolitical conflicts, media context, and press studies.

1. Introducción: Estudiando la comunicación política en Costa Rica.

Desde mayo de 2014 el Partido Acción Ciudadana (PAC) se convirtió en el partido de gobierno de la República de Costa Rica, con la elección de Luis Guillermo Solís Rivera como presidente. Este acontecimiento abre una serie de nuevas perspectivas sobre el accionar político del país, ya que por más de 30 años (u 8 elecciones) un partido que no fuera Liberación Nacional (PLN) o la Unidad Social Cristiana (PUSC) llega a ocupar la presidencia. En el marco de este fenómeno político, el presente trabajo tiene por objetivo investigar el abordaje de tres medios escritos nacionales con respecto a tres conflictos específicos existentes durante el primer año del PAC en la presidencia, para así averiguar y establecer los posibles discursos y enfoques de dichos medios que, como lo interpreta Califano (2015), son actores políticos que manifiestan su opinión a ritmos diarios y a una amplia audiencia.

Es imprescindible comprender, en función del interés de la investigación, que el hecho de ser un gobierno inédito para los últimos 30 años, como ya se mencionó, es en sí una razón primordial para observar y analizar los acontecimientos escogidos. Se plantea que la alta expectativa sobre el gobierno de Solís ha tenido un efecto en el trato de los medios así como la recepción de la opinión pública. Esto se da a raíz de que el discurso del partido en las elecciones apuntó fuertemente a ser un 'gobierno del cambio'. Tal consistencia creó una expectativa acerca del abordaje de muchos temas, entre éstos, los relacionados a la solución de conflictos y armonización de los intereses de diversos sectores sociales.

Es importante comprender que el rompimiento con el bipartidismo se gestó desde la elección nacional de 2002 con la irrupción del PAC a la escena política con una importante cuota de escaños en la Asamblea Legislativa y con una presencia fuerte de su fundador y primer candidato, Ottón Solís. Vega (2005) explica que entre otras cuestiones, se dio un progresivo cambio sociocultural con efectos políticos que derivaron en la búsqueda de otras alternativas políticas; a esto se suma, en concordancia con el autor, a las condenas de dos expresidentes del PUSC por actos de corrupción y al proceso existente en aquel momento contra otro expresidente del PLN. Esta situación fue una importante ventana de oportunidad para Ottón Solís pues llevó el tema de la anticorrupción como la primera bandera del PAC.

Cabe acotar que este trabajo representa un avance desprendido de una investigación en curso que aborda el escenario de la comunicación política y el actual gobierno, denominado "Estudio de la comunicación política del gobierno central costarricense y el abordaje del conflicto social durante el primer año de gobierno de Luis Guillermo Solís: 2014-2015"¹. Dicha investigación contempla un análisis de distintas variables en el aspecto del accionar del gobierno del PAC en materia de comunicación política. Sin embargo, el interés central de este artículo es la influencia

¹ Dicho proyecto está inscrito en la Escuela de Sociología con la asociación de la Escuela de Ciencias Políticas. Asimismo está inscrita en la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Costa Rica con el número: 211-B5-288.

mediática que tienen los tres medios escritos seleccionados, en la producción del escenario de conflictos que aborda el gobierno.

De las diferentes variables por analizar en dicho trabajo, el presente artículo expone el escenario de tres acontecimientos enmarcados en 2014. Este contexto está compuesto por diferentes fenómenos sociales, de los cuales se ha escogido la dimensión del conflicto por ser una de las dimensiones en las que el gobierno tiene una prioritaria participación. Los conflictos que se evidenciaron como los más significativos fueron los asociados con:

- A. La movilización de docentes por irregularidad en sus pagos (en adelante DOCENTES).
- B. La disputa por la tenencia de tierra en el territorio indígena Salitre (en adelante INDÍGENAS) y;
- C. La posición sindical en el área portuaria de Limón en respuesta al contrato gubernamental con APM Terminals (en adelante SINTRAJAP).

De esta manera, para poder establecer en un contexto de conocimiento general los conflictos presentados, se estableció una estrategia metodológica que aborda la producción noticiosa de ciertos medios de comunicación escritos, con el fin de poder ver y contemplar el contexto desde los filtros mediáticos. La razón de esta aproximación versa bajo el factor de que los medios de comunicación posicionan temas (sean o no intereses sociales), y donde dichos medios de comunicación son una de las principales formas de acceso a información (no importando su calidad o profundidad) para la población en general.

Desde la visión de la comunicación política moderna (Del Rey Morató, 1989) se debe contemplar la relación entre el accionar de gobierno y la política a través de los mismos medios masivos de comunicación ya que no se puede pensar en un aislamiento del gobierno central sin la filtración de información de los *mass media*. Es decir, existe una relación tanto cooperante como antagonista y conflictual, entre el gobierno y los medios de comunicación, y de la cual se genera un entorno comunicacional complejo, y que lleva la impronta de ambigüedades e intereses.

Sobre esto, Califano (2015) apunta que las noticias, en tanto producción de la realidad social, son en sí una forma de conocimiento;

esto implica asimismo que esa producción tiene un efecto en la opinión pública que los hace en sí actores políticos. La autora (2015: 70) expresa que, particularmente para el caso de los medios escritos, éstos se involucran en el sistema político desde tres niveles de actuación:

- A En el nivel extra: el periódico como observador externo de conflictos.
- B En el nivel íter: el periódico como parte principal o intermediario neutral en conflictos con otros actores sociales.
- C En el nivel intra: el periódico como actor colectivo que tiene conflictos internos.

De esta relación ambivalente, nace el interés del presente trabajo para mostrar la contextualización de los conflictos sociales en los cuales intervino el gobierno central, esto filtrado por medio de tres periódicos de circulación nacional, a saber: La Nación, La Extra y Semanario Universidad. Proponemos una perspectiva nuclearmente contextual, debido a que se cuenta a la fecha con una base de datos sobre información de dichos medios estudiados, pero que permiten primicias analíticas fundamentales desde una visión *intra*.

2. Metodología: El posicionamiento mediático como arista contextual.

Como se acotó previamente, esta ponencia adquiere su dimensión de análisis en un entorno cuantitativo, lo cual busca una generalización que permita una visión relativamente amplia del impacto mediático en el desempeño socio-político según el grado de conocimiento general de la población. Esto también desde una línea de enfoque sobre los estudios de comunicación de masas (Lozano, 1997). Por dicha razón se construyó una base de datos que integra información sobre los diferentes conflictos sociales estudiados a partir del mes de mayo del primer año de gobierno del PAC², esto es 2014. Las consideraciones para la construcción de la base se basaron en los criterios para la selección de los conflictos y los medios a estudiar, que se desarrollan a continuación.

² Para la construcción de la base se contó con el importante apoyo de las estudiantes de Sociología Kattia Mercado y Rebeca Villalobos, así como la estudiante de Ciencias Políticas Daniela León. Todas ellas en calidad de asistentes del proyecto.

Los motivos que influyeron en la selección de los conflictos se basan en tres aspectos principales, todos presentes en el año estudiado. En este sentido es importante señalar que los criterios de selección con los que el estudio cuenta, buscan un entorno pretendidamente nacional. Además, precisamente cada uno de los conflictos fue rastreado en tres periódicos de circulación nacional por un período equivalente. Los criterios tanto de la selección de conflictos como para los periódicos se exponen así:

presentan las siguientes características:

- ◇ **La Nación:** Es el más antiguo del país que tiene versión impresa³, fue fundado en 1946. Históricamente ha representado los intereses de las clases burguesas y empresariales de Costa Rica. Ideológicamente puede identificarse como liberal mayormente en lo económico pero más conservador en temas sociales. Asimismo ha sido un referente indiscutible en temas políticos y económicos.

CRITERIOS DE SELECCIÓN DE LOS CONFLICTOS:

1. La participación de un grupo social.
 2. El impacto mediático acontecido.
 3. La ubicación relativamente equitativa en términos de ubicación geográfica.
-

Fuente: Elaboración propia.

CRITERIOS DE SELECCIÓN DE LOS PERIÓDICOS:

4

1. La política nacional como uno de los intereses fundamentales del periódico.
 2. Lograr una pluralidad de versiones sobre un fenómeno abordado.
 3. Página digital. (Ya que parte del material recopilado se hizo en las versiones digitales).
-

Fuente: Elaboración propia.

La selección de los medios plantea siempre una cuestión importante pues se reconoce tácitamente la función de estos dentro de una sociedad que posee cada vez más acceso a la información. Asimismo, en este contexto, “lo que hace el poder ha sido una de las funciones más importantes del periodismo” (Miralles, 2002), lo cual implica el primer prisma con el cual se presentan los medios y desde el cual se puede interpretar lo expuesto desde cada medio informativo. Precisamente Califano (2015) acota que “los medios conllevan un ‘rol específico de intermediarios simbólicos colectivos’, en el sentido de que proveen marcos cognitivos que intervienen en la percepción del público sobre los sucesos de su entorno” (62), lo que implica un peso importante, no siempre identificable, en la colocación e interpretación de temas en las distintas agendas.

A partir de esto, los periódicos escogidos

- ◇ **La Extra:** Es un periódico de corte popular y con una amplia penetración en la estratos medios y bajos de la sociedad costarricense. A pesar de su marcada tendencia amarillista y de la denominada nota roja, no deja de lado los temas políticos y sociales, estableciendo una línea más cercana al lenguaje popular y posibles efectos sobre esta clase de las decisiones tomadas en el ámbito político.

- ◇ **Semanario Universidad:** Es el periódico de la principal universidad del país, la Universidad de Costa Rica (UCR). Fue

3 El más antiguo existente es Prensa Libre pero éste ya no se imprime y sólo tiene versión digital.

4 Otros periódicos fueron excluidos principalmente por la razón de que sus intereses primarios versan sobre temas financieros-económicos (El Financiero, La República), populares (La Teja) o locales (solamente usados de modo local en comunidades o cantonales). Además las limitaciones propias de las investigaciones obligaron a delimitar un núcleo de periódicos relativamente reducido, dejando al periódico La Prensa Libre fuera del estudio.

fundado en 1970. Se caracteriza claramente por el periodismo investigativo intercalado con notas amplias sobre temas de actualidad, esto debido a su naturaleza semanal. Aborda a profundidad mayormente temas políticos, sociales y de tecnología. Su penetración comercial es limitada. Tiene una tendencia ideológica más progresista.

El cuadro 1 presenta los conflictos escogidos según su ubicación geográfica. Asimismo, en el cuadro mencionado se indican los medios de comunicación abordados de acuerdo con su modalidad de publicación.

Esto con el fin de poder tener un margen para así recabar la información. De dichas decisiones se logró una cantidad de 172 noticias. Las cuales se distribuyen, de acuerdo al cuadro 2, según el conflicto estudiado, y asimismo, en el cuadro 3 se indica la frecuencia y porcentajes de acuerdo con las fechas en las que se concentró su aparición.

Como puede observarse la concentración mediática está dada en el conflicto de los DOCENTES, seguido por el conflicto INDÍGENA y finalmente por el tema SINTRAJAP. Esto nos indica una intensidad y densidad mediática en el tema que abrió la agenda del gobierno, como se verá más adelante, el tema DOCENTES.

Cuadro 1. Resumen de conflictos y medios de comunicación estudiados. 2014.

Conflictos Abordados:	Ubicación geográfica	Medios de Comunicación:	Modalidad de edición.
DOCENTES	CENTRAL	LA NACIÓN	DIARIO
INDÍGENA	PACÍFICO	LA EXTRA	DIARIO
SINTRAJAP	ATLÁNTICO	SEMANARIO UNIVERSIDAD	SEMANAL

Fuente: Elaboración propia.

La base de datos se construyó prestando atención a los conflictos pero en un marco de tiempo establecido con anterioridad. Es decir, se tomó la decisión técnica de que a partir de la primera noticia detectada de cada conflicto social (sea el medio de comunicación que fuere) se tomarían 60 días (dos meses) como tiempo límite para rastrear y almacenar las noticias⁵.

En el cuadro 3, vemos que producción noticiosa se concentra en los meses de mayo y junio. Esto se debe a la relación que hay entre el tema DOCENTES y los meses indicados. Tenemos así un entorno mediático marcado por un tema base para poder reflexionar en otro momento sobre la estrategia comunicativa del gobierno desde el día inicial.

Cuadro 2: Conflictos analizados, según frecuencia de aparición. 2014.

CONFLICTOS	FRECUENCIA	% PORCENTAJES
DOCENTES	141	82
INDÍGENAS	20	11.6
SINTRAJAP	11	6.4
TOTAL	172	100

Fuente: Elaboración propia según la recopilación digital de los periódicos.

⁵ Solo en el caso de DOCENTES se tomó la decisión de documentar el incidente desde antes de mayo, ya que lo que se quiso captar fue que el gobierno del PAC entra en actividades en el momento justo en que explota el conflicto. Pero, pese a eso, los datos no son significativamente altos.

Cuadro 3: Fechas de publicación desde el momento de la primera publicación. 2014.

FECHAS:	FRECUENCIA	% PORCENTAJES
Marzo-Abril	4	2.3
Mayo-Junio	140	81.4
Julio-Agosto	28	16.3
TOTAL	172	100

Fuente: Elaboración propia según la recopilación digital de los periódicos.

Como un último elemento metodológico a rescatar, puede observarse que los meses se distribuyeron en dos momentos: los meses de mayo-junio contienen la intensidad del conflicto en relación con los DOCENTES, tal cual se indicó, y en el caso de julio y agosto los conflictos relativos a INDÍGENAS y SINTRAJAP⁶, reconociendo que uno presentó más exposición que el otro. Antes de pasar propiamente al análisis de este contexto estadístico, es fundamental una recapitulación de las circunstancias de surgimiento de cada conflicto social estudiado para comprender su valor socio-político.

3. Conflictos escogidos: Breve recapitulación de los hechos.

Con el fin de comprender el escenario estudiado, a continuación se presenta una breve recapitulación de las circunstancias y entorno que construyeron cada conflicto. Es importante rescatar acá que cada uno de los conflictos, tiene un origen previo a la toma del poder del gobierno por Luis Guillermo Solís, por lo que es preponderante tener una perspectiva histórica en el sentido de darle densidad socio-política a cada uno de ellos.

3. 1. PAGO DE SALARIOS DEL MEP.

Al igual que otro de los conflictos a los que se hace referencia en la presente ponencia, éste tiene su origen en eventos dados durante el gobierno inmediatamente anterior, el de Laura

⁶ El punto de ebullición de este conflicto se dio en diciembre y sobre todo en enero del 2015, por eso no se contempla en la base de datos utilizada para este documento.

Chinchilla Miranda del Partido Liberación Nacional (PLN) durante la administración 2010-2014. Además existe una trayectoria histórica de conflicto social asociado al gremio docente y gobierno, y que se puede ver reflejado en el estudio de medios (Carballo, 2011 y 2009).

Días después de la toma de posesión del presidente Luis Guillermo Solís, el gremio de profesores de educación pública de primaria y secundaria, convocados por la Asociación Nacional de Educadores (ANDE), la Asociación de Profesores de Segunda Enseñanza (APSE) y el Sindicato de Educadores Costarricenses (SEC), llamaron a reanudar una huelga nacional indefinida debido a la irregularidad en los pagos de sus salarios.

El conflicto deviene del traslado de las planillas de pago del antiguo sistema automático de pagos del Ministerio de Educación Pública (MEP) a una plataforma nueva establecida por el Ministerio de Hacienda, conocido como *Integra2*, con el objetivo de unificar el proceso de salarios de todo el sector público. Este proceso generó muchos fallos electrónicos que derivaron en errores de pago para los educadores; esto implicó que durante el mes de abril, miles de docentes y funcionarios administrativos del Ministerio reportasen salarios que no llegaron del todo o que recibieron de forma parcial. Ello llevó a que los gremios en mención llamasen a huelga en los últimos días de la Administración Chinchilla Miranda y continuasen la protesta en los primeros días de la Administración Solís Rivera con paros, huelgas y bloqueos.

3. 2. CONFLICTO EN TIERRAS DE SALITRE.

Con origen en 2013, un grupo de finqueros ocupó, mediante el ejercicio de violencia contra sus habitantes (mayormente población indígena), tierras ubicadas en un territorio de la reserva indígena Salitre (12 mil hectáreas), en la costera Buenos Aires de Puntarenas. Esta situación se relaciona con los conflictos socio-étnicos más antiguos en el País, que tienen como uno de los ejes articuladores el tema de tierras y reconocimiento legal al respecto. De ahí que la escogencia permite vislumbrar una de las facetas más visibles de la desigualdad social y la participación estatal en el evento.

Los finqueros exigieron la desocupación de dichos terrenos pues los consideraban de su pertenencia por compras realizadas años antes. Pero los indígenas nativos invocaron la Ley Indígena de 1977, que entre otros aspectos relacionados, dicta que dichos territorios son propiedad exclusiva de la población autóctona, aspecto que fue confirmado por diversas sentencias judiciales desde 2012. Esto implicó una escalada de violencia y tensión social en la zona que llevó, entre otras cuestiones, a una injerencia directa del Gobierno Central.

3. 3. CONFLICTO SINTRAJAP – APM TERMINALS.

En octubre de 2014, la cúpula del Sindicato de Trabajadores de la Junta de Administración Portuaria y de Desarrollo Económico de la Vertiente Atlántica (SINTRAJAP) convocó a los trabajadores portuarios y a la población de la provincia costera atlántica de Limón –donde se encuentra ubicada y ejerce sus operaciones-, a una huelga y manifestaciones con el fin de protestar contra el contrato del gobierno con la empresa holandesa APM Terminals. Este contrato, que se da bajo la figura de concesión de obra pública, implicaría la construcción de una Terminal de Contenedores en Moín y una concesión por 33 años. La zona portuaria en la provincia de Limón representa una de las áreas laborales más fuertes, y alberga una serie de intereses de diverso tipo en la región.

Tal situación llevó una serie de protestas con altos grados de violencia en muchos casos y enfrentamientos con la Fuerza Pública, cierre de calles y una tensión social y política importante. Los actores involucrados, desde el Gobierno Central así como el sector sindical, establecieron

una fuerte pugna con interés de estos últimos de integrar más movimientos sociales.

La huelga específicamente, significó la pérdida de una importante cantidad de millones de colones diarios por la parálisis de los puertos de la provincia que en su conjunto es el principal puerto del país. Este interés estratégico llevó a la amenaza gubernamental de contratar personal foráneo y evitar la parálisis.

Asimismo, este conflicto particular se enmarca en una discusión política más longeva que refiere al peso y la excesiva influencia de este sindicato en las decisiones que atañen a los puertos, así como los privilegios resultantes de muchos años de convenciones colectivas.

4. Análisis del plano contextual: el entorno mediático.

Con el fin de precisar los diferentes elementos de análisis de la base de datos construida alrededor de los periódicos y de los conflictos escogidos, se divide el abordaje en dos puntos. 1. El desarrollo sobre cómo se ubica el comportamiento y tratamiento de los temas según cada periódico; y 2. La presentación de una ubicación de cada conflicto según una dimensión global de temas y de noticiabilidad.

La relevancia de dividir la reflexión analítica en dos secciones radica en que permite visualizar el peso del posicionamiento temático de cada medio/periódico, así como también sintoniza dos posibilidades de líneas analíticas, una concentrada en la relación medio-gobierno, y otra relacionada con el entorno contextual amplio, basado en temas, divulgación y expectativa de comunicación. Para efectos del marco investigativo nos interesa desarrollar una esquemática mirada sobre lo encontrado de acuerdo con la base de datos en materia de posicionamiento mediático.

4.1. UBICACIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE LOS TEMAS SEGÚN CADA PERIÓDICO.

Los datos generados indican primeramente que el tema que más cobertura tuvo fue el de DOCENTES. Así, si tomamos en cuenta solamente el peso de un conflicto según cada uno de los periódicos, encontramos precisamente que, para el caso DOCENTES, La Nación reportó un 36% de sus notas, en La Extra un 55% y en el Semanario Universidad un 9%. Para el caso del conflicto denominado INDÍGENAS, La Nación reportó un 15%, en La Extra un 65%

y en el Semanario Universidad un 20%. Y por último, el conflicto denominado SINTRAJAP, La Nación reportó un 27%, en La Extra un 63% y en el Semanario Universidad un 9%. El cuadro 4 presenta dicha distribución.

cuenta de esa información. Podemos observar así que para el caso de La Nación: el 89% fue el tema DOCENTES, el 5.5% INDÍGENAS, y 5.5% para SINTRAJAP.

Cuadro 4. Conflictos estudiados según los periódicos considerados. Datos en porcentajes según cada conflicto. Año 2014.

PERIÓDICOS:	CONFLICTOS ESTUDIADOS		
	MEP-DOCENTES	SALITRE-INDÍGENAS	SINDICATOS-SINTRAJAP
LA NACIÓN	36.2	15	27.3
LA EXTRA	54.6	65	63.6
SEM. UNIVERSIDAD	9.2	20	9.1
TOTAL	100	100	100

Fuente: Elaboración propia según la recopilación digital de los periódicos.

De esta indagatoria puede concluirse, con respecto a la distribución, que es el diario La Extra el medio que generó más noticias proporcionalmente para cada conflicto. Es decir, de todas las noticias sobre cada conflicto (tomando por aparte cada uno) La Extra, porcentualmente, es el que más noticias generó respecto de los otros medios.

Para el caso de la Extra tenemos que: el 80% se concentró en el tema DOCENTES, el 13% SALITRE-INDÍGENAS, y por último un 7% para SINTRAJAP. Y con respecto a lo presentado por Semanario Universidad: un 72% fue dedicado al tema DOCENTES, el 22% INDÍGENAS, y finalmente casi un 6% para el tema SINTRAJAP⁷.

Cuadro 5. Conflictos estudiados según los periódicos considerados. Datos en porcentajes dentro de cada periódico año 2014.

PERIÓDICOS:	CONFLICTOS ESTUDIADOS			
	MEP-DOCENTES	SALITRE-INDÍGENAS	SINDICATOS-SINTRAJAB	TOTAL
LA NACIÓN	89	5.5	5.5	100
LA EXTRA	79.4	13.4	7.2	100
SEM. UNIVERSIDAD	72.2	22.2	5.6	100

Fuente: Elaboración propia según la recopilación digital de los periódicos.

Reajustando la mirada también podemos analizar el peso de cada conflicto generado dentro de cada medio/periódico, es decir, desde esta perspectiva, se quiere saber cuánto se genera y en qué proporción, un conflicto en comparación a la producción noticiosa de cada medio de comunicación escogido. El cuadro 5 da

De esto se sustrae que el medio que más proporciona (aunque ninguno lo hace en demasía) el balance de los conflictos estudiados

⁷ Es fundamental aclarar que este conflicto tuvo dos picos, uno en el 2014 y otro en el 2015, mucho más fuerte, por lo que los datos en esta base muestran una proporcionalidad menor. Sin embargo, no está demás mostrar dicho primer pico, ya que se muestra como un fenómeno latente y en ebullición.

fue el Semanario Universidad, en segundo lugar La Extra, mientras que La Nación fue el último en este aspecto.

Con respecto a lo encontrado en la sistematización del cuadro 5, el periódico La Nación está ubicado principalmente en temáticas que se evidencian en una lógica centralizada, en la cual los temas relativos a lo geográfico tienen un peso disociador de difusión mediática. Mientras que en los restantes dos medios/periódicos la cuota de participación noticiosa de otros temas conflictuales en el Pacífico y el Caribe del país participan de mayor cobertura noticiosa.

Nación y 7.5% en el Semanario Universidad⁹. Como se pudo avizorar desde los datos anteriores, es La Extra la que proporciona el caudal más alto de distribución noticiosa con un 45% de todas las noticias producidas. Como se pudo apreciar en metodología, el peso del conflicto asociado con los docentes y el Ministerio de Educación es de un 82% y el restante 18% se reparte entre los dos conflictos restantes. El segundo conflicto más tratado fue el tema de los indígenas de Salitre con casi un 12% y con un 6.3% el de trabajadores portuarios.

Cuadro 6. Conflictos estudiados según los periódicos considerados. Datos en porcentajes totales. Año 2014.

CONFLICTOS ESTUDIADOS				
PERIÓDICOS:	MEP-DOCENTES	SALITRE-INDÍGENAS	SINDICATOS-SINTRAJAB	TOTAL
LA NACIÓN	29.7	1.7	1.7	33.1
LA EXTRA	44.8	7.6	4.1	56.5
SEM. UNIVERSIDAD	7.6	2.4	0.6	10.4
TOTAL	82	11.7	6.3	100

Fuente: Elaboración propia según la recopilación digital de los periódicos.

Asimismo esto puede conjugarse con el factor de que La Extra mantiene una lógica de abordar temáticas que se consideran “populares”; finalmente, el Semanario Universidad trata de exponer una visión social, y según su propia auto-definición, crítica. Diferente de La Nación que, como su nombre lo indica, hace alusión a lo que generaliza en su visión nacional, y que históricamente se asocia con lo *vallecentralismo*, o a la homologación entre San José y Costa Rica.

Para poder tener una perspectiva más global del entorno de las noticias, en el cuadro 6 pueden ubicarse los datos totales de todas las noticias con respecto a cada uno de los conflictos, éstos distribuidos de acuerdo a cada medio informativo. Por ende, pueden apreciarse los porcentajes de cada conflicto de acuerdo a la aparición en cada medio al tiempo que podemos observar cuánto representa para el total de la producción noticiosa conflictual⁸.

Sobre ello tenemos que el peso más significativo se ubica en el conflicto DOCENTES con una distribución de 45% en La Extra, 30% en La

Como parte de los principales hallazgos de esta primera aproximación al tema, tenemos que La Extra presenta el mayor aporte noticioso del total de los medios estudiados al momento de exponer cada conflicto. En segundo lugar, en el caso de una valoración interna de cada medio, el menos proporcionado en la distribución conflictual es La Nación, es decir, este medio no presentó una exposición más o menos equilibrada entre los tres temas. Y por último, cabe rescatar que la temática DOCENTES puede considerarse la referencia conflictual clave para entender el entramado de contexto de conocimiento de las personas a la hora de acceder a periódicos en el 2014 en relación con la participación del gobierno central.

4.2. UBICACIÓN DE LOS CONFLICTOS SEGÚN UNA DIMENSIÓN GLOBAL DE TEMAS Y DE NOTICIABILIDAD.

Podemos además estudiar los conflictos por medio de una visión global y de noticiabilidad. Entendiendo esto último como la relevancia que se

⁸ Por producción noticiosa conflictual entendemos el total de las noticias codificadas en la base de datos.

⁹ Una de las razones por las cuales, hay poco de cuota de noticias del Semanario Universidad, tiene que ver claramente con su naturaleza semanal, y esto desproporciona los datos, principalmente cuando analizamos la visión global de los porcentajes, véase el cuadro 6 principalmente.

le da a los temas, conflictos u acciones en general (Martini, 2000). De ahí que el cuadro 7 muestra una distribución, según cada uno de los conflictos estudiados, entendiendo la presentación en portada como una forma de evidenciar los conflictos a los que le dan importancia los medios estudiados. A la visión global nos referimos con porcentajes globales, pero sobre todo a la participación de actores en dichos escenarios de conflictos.

Ahora bien, es muy interesante reconocer que, en todo caso, el 80.2% de las portadas no presentaron dichos temas. Esto podría deberse, entre otras cuestiones, a la necesidad de bajar el perfil del problema y las exigencias de sectores de la sociedad civil y únicamente presentar información muy específica de momentos puntualizados. Esto sobre todo se aplica más a los periódicos de circulación diaria.

Cuadro 7. Conflictos estudiados según la relación entre las noticias y su aparición en portadas de los periódicos. Datos en porcentajes totales. Año 2014.

CONFLICTOS ESTUDIADOS				
RELACIÓN CON PORTADA:	MEP-DOCENTES	SALITRE-INDÍGENAS	SINDICATOS- SINTRAJA	TOTAL
PRINCIPAL	5.8	0	1.7	7.6
SECUNDARIA	11	1.2	0	12.2
SIN RELACIÓN	65.1	10.5	4.7	80.2
TOTAL	82	11.6	6.4	100

Fuente: Elaboración propia según la recopilación digital de los periódicos.

Con respecto al cuadro anterior, cabe reconocer que, de acuerdo con los datos del cuadro, las portadas totales que sí visibilizaron los conflictos escogidos (17.8% del total), se concentraron primordialmente en el conflicto de DOCENTES como tema principal o secundario. En un segundo lugar, pero con un porcentaje mucho más bajo, se encuentran los otros dos temas. De ello podríamos establecer nuevamente la importancia que se le brinda a las temáticas más relacionadas al movimiento en el Valle Central y un plano más amplio, una reproducción del tradicional centralismo político y social de Costa Rica. Así, la relación geográfica sumado a la fuerza de organización sumada dan pliegue para la atención del gobierno central sobre los fenómenos y conflictos sociales.

El cuadro 8 muestra más bien unos resultados importantes desde una óptica de las temáticas de interés para los medios de comunicación abordados. Salvo el caso de SINTRAJAP, los otros dos casos en su mayoría fueron interpretados desde una concepción institucional, es decir, como un tema en el cual la institucionalidad pública y sus procesos propios son el tema crucial, lo que le da su razón primordial. Esto en detrimento, por ejemplo, del abordaje desde los derechos en tanto el derecho al salario justo y a tiempo (Caso DOCENTES) o el derecho a tierra propia como el caso de los indígenas de Salitre. Por otra parte, porcentualmente el conflicto de SINTRAJAP con el gobierno y APM Terminal continuó presentando una baja exposición por las razones abordadas en los apartados previos.

Cuadro 8: Distribución de conflictos tratados, según los temas centrales tratados en las noticias. Porcentajes totales. 2014.

CONFLICTOS ESTUDIADOS				
TEMAS:	MEP- DOCENTES	SALITRE- INDÍGENAS	SINDICATO- SINTRAJA	TOTAL
INSTITUCIONAL	40.1	7.6	0.6	11
DERECHOS	33.1	1.7	3.5	48.3
VIOLENCIA	0	2.3	0	38.4
IDEAS CONTRAPUESTAS	8.7	0	2.3	2.3
TOTAL	82	11.6	6.4	100

Fuente: Elaboración propia según la recopilación digital de los periódicos.

Cuadro 9: Distribución de conflictos abordados según las temáticas centrales tratados en las noticias.

Porcentajes totales. 2014.

CONFLICTOS ESTUDIADOS				
ACTORES:	MEP-DOCENTES	SALITRE-INDÍGENAS	SINDICATOS- SINTRAJA	TOTAL
GOBIERNO CENTRAL	42.4	2.9	4.7	50
SOCIEDAD CIVIL	39.5	8.7	1.7	50
TOTAL	82	11.6	6.4	100

Fuente: Elaboración propia según la recopilación digital de los periódicos.

Como una evidencia de lo acotado en el análisis del cuadro 8, el cuadro 9 adjunta información respecto a la interpretación de los conflictos desde lo institucional pero asociado con el gobierno central, y en segundo lugar con respecto a la sociedad civil. Lo que evidencia una posición de los medios con respecto a los casos según acercamiento o distancia del gobierno o la sociedad civil. Curiosamente, en el agregado se muestra efectivamente una proporción equivalente en datos totales, pero la diferencia se evidencia en los pesos según temáticas. Es decir, los problemas o conflictos de DOCENTES y SINTRAJAP se encuentran más cerca de una identificación y responsabilidad del gobierno, mientras que el tema INDÍGENA se aleja respecto de las competencias estatales o de intervención estatal. La reflexión sobre cercanía o lejanía del gobierno central, permite valorar mediáticamente cómo se construye una visión de temas de interés o temas legitimados en el espectro político y socio-político del país. El cual como históricamente se muestra, es precisamente el tema indígena el que se ha excluido en buena medida de la discursividad oficial de gobiernos anteriores.

5. Conclusiones preliminares al estudio.

El conflicto relativo del pago irregular a los docentes, se mostró como una situación que desgastó de forma muy temprana al gobierno de Luis Guillermo Solís; independientemente de que éste haya sido heredado, el impacto sobre el gobierno que recién inició fue muy fuerte y condicionó la percepción y el abordaje de los conflictos siguientes. Iniciar con un conflicto que históricamente ha sido de peso en Costa Rica, cargó de manera particular el gobierno del PAC, a diferencia de lo que ha acontecido en otros inicios

de gobierno de otros partidos. Esto muestra que la presión mediática estaba presente, no solo por su campaña “de cambio”, sino que se juntó con un conflicto que puso sobre aviso la relación entre la población y el gobierno central de primera instancia, y que la influencia mediática tuvo un peso al poner en discusión si el gobierno abordaba el problema de manera eficiente. Es decir, el tono mediático creó un entorno de recepción de cuestionamiento sobre las capacidades del gobierno del PAC desde el puro inicio.

De acuerdo con los datos presentados, se puede asegurar que el enfoque de los conflictos nunca privilegia los derechos como el tema en cuestión, sino que lo traduce en términos de lo institucional, es decir, una visión que plantea esos conflictos en la medida que atentan, respetan o no el marco normativo-institucional, esto es básicamente la legalidad, y esto representado específicamente en el diario La Nación. En un plano más amplio, cabe interpretar que la reducción de cada situación a estos términos implica que se lee cada caso en tanto ponga en duda o riesgo el *status quo* que no es más que el sistema capitalista-liberal, afín al diario mencionado. Ahora bien, la defensa de la institucionalidad por parte de La Nación, llega inclusive a sobrepasar u obviar el color político del gobierno de turno en determinado momento (Carballo, 2011). Ahora bien, si el gobierno privilegia una comunicación en defensa o en relación con sectores no hegemónicos o similares, entonces el periódico adversa la posición y ataca al gobierno. Esto, muestra la visión *intra* de la que se hablaba al inicio, donde el medio de comunicación no es un actor neutral, sino un ente político inmerso en la dinámica del conflicto, pero con el matiz particular de ser un interlocutor, lo cual complejiza su papel en el proceso del conflicto como medio y parte.

El diario Extra muestra, de acuerdo con los

datos, una pluralidad con respecto a los conflictos presentados. Esto puede deberse a que el criterio de este periódico va de la mano con el conflicto en sí mismo, el conflicto *per se* es la noticia, y graficar y detallar en lo máximo posible es su objetivo primordial. En otras palabras, el diario prioriza la dinámica de la polémica, lo morbos, y para efectos de nuestro análisis el conflicto en una dimensión de espectáculo, en donde podríamos adelantar más una visión de exhibición que necesariamente relevar el choque de posturas o dilemas de estructura social y política. Esto ensombrece la reflexión sobre la dimensión más política y de choque de intereses, y deja de lado las acciones del gobierno, por no presentar la espectacularidad requerida, que sí tendría el uso escénico de la violencia como eje llamativo de un público.

Otro aspecto a resaltar es que el tema que presentó más noticias fue el conflicto de los DOCENTES. Esto puede deberse a la conjunción de dos criterios: por una parte, el carácter centralizador histórico de Costa Rica lleva a privilegiar los conflictos que se den en el Valle Central, específicamente en San José, la capital y recordemos que las marchas y las negociaciones entre las partes se llevaron a cabo en el centro de San José. Y por otra parte, se conjuga lo que ya se abordó acerca de privilegiar la institucionalidad como un criterio de interpretación de los conflictos. Además, de que son un gremio que ha tenido peso social y que marca continuamente su presencia con huelgas, acciones, llamados entre otras acciones públicas de interés político.

Cabe visibilizar que el Semanario Universidad, a pesar de ser eso, un periódico semanal, da más información respecto a la cantidad de noticias sobre Salitre (INDÍGENAS) con respecto a La Nación que es un periódico diario. Esto evidencia un interés con respecto a la presentación de los conflictos escogidos donde La Nación visibilizó los temas particularmente de los DOCENTES. Y donde El semanario universidad presenta una visión periodística con cierta amplitud para incluir actores o temáticas menos institucionalizados.

Finalmente, es interesante apuntalar sobre lo que Miralles (2002) denomina el “Modelo bipolar”, es decir, la tendencia de los medios a suponer –y así exponerlo– que todas las informaciones (sobre todo alrededor de los conflictos) tienen únicamente dos caras. Esto fue claro en las informaciones estudiadas pues, más allá de una evidente polarización de los actores, los

“matices de gris” como lo menciona Miralles son invisibilizados, ejemplificado en dos elementos: la opinión pública que no es tomada en cuenta por los medios hegemónicos y la misma complejidad de la política que no puede reducirse a una única dicotomía.

6. Fuentes utilizadas.

- Califano, Bernadette (2015). Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. En: *Revista mexicana de opinión pública*. N° 19. Pp. 61-78.
- Carballo, Pablo (2009). *El discurso mediático sobre el sistema educativo público costarricense. Estudio y análisis ideológico/discursivo del diario La Nación. Mayo del 2008-Abril del 2009*. [Tesis de Licenciatura en Sociología]. Universidad de Costa Rica.
- (2011). Análisis del discurso mediáticos sobre el sistema educativo público. Análisis del diario La Nación. Mayo de 2007-abril de 2008. En: *Revista de Ciencias Sociales*. N° 133-134. Universidad de Costa Rica. Pp. 75-90.
- Del Rey Morató, Javier (1989). *La comunicación política. (El mito de las Izquierdas y Derechas)*. Editoria EUEDEMA. Madrid.
- Lozano, José C. (1997). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Editorial Alhambra Mexicana. México.
- Martini, Stella (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Editorial Norma. Buenos Aires.
- Miralles, Ana M. (2002). *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. Editorial Norma. Bogotá.
- Murillo, Álvaro (12 de octubre de 2015). Salitre: un conflicto étnico bajo las tierras. *La Nación*.
- Vega, Álvaro. (2005). Crisis política y bipartidismo en Costa Rica. *ABRA*. Pp. 119-140.

Autorreflexividade e apropriações nos usos do Facebook por brasileiros: Algumas impressões de usuários

Laysmara Carneiro Edoardo

laysedorado@gmail.com

Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Brasil

Resumo

Este artigo, recorte de pesquisa de doutorado em andamento sobre a produção de autoficção nas redes sociais online, diz respeito às impressões de 205 usuários acerca do comportamento das pessoas no *Facebook*, com base em três variáveis temporais: o tempo em que fazem uso da internet, à assiduidade no uso da rede e o recorte etário. Considerando que há vários níveis e escalas nos usos das redes sociais e conseqüentemente diferentes objetivos nestas incursões, o uso diário, o instrumental ou o ocasional demonstram também diferentes perspectivas e entendimentos sobre si e os demais usuários, de modo que a própria personalização da *timelines* e a tentativa de controle sobre a privacidade são alteradas de acordo com essas apropriações. A internet e as redes sociais online são um espaço de associação e de disputa e permitem que esse processo seja ainda mais sofisticado, em razão da permanência do indivíduo no bastidor enquanto há a produção da sua encenação pública. Seja no caso de um diálogo privado em *chat* ou de uma postagem e interação pública, há o tempo de pensar (e editar) a melhor resposta ou a melhor descrição dos fatos e pensamentos, numa ritualização performática

Abstract

This article, a part of the doctoral research in progress on the production of autofiction in online social networks, concerning to the impressions of 205 users about the behavior of people on Facebook, based on three temporal variables: the time make use of the internet, the attendance in network usage and the age cut. Considering there are various levels and scales in social networks and therefore different goals in these raids, the daily, instrument or the occasional uses also shows different perspectives and understandings of themselves and other users, since even customizing the timelines and the attempt to control over privacy are changed according to these appropriations. The Internet and online social networks are a space of association and dispute and allow this process to be even more sophisticated, by virtue of the individual's stay in the frame while there is the production of his public act. Whether in the case of a private dialogue in chat or a post and public interaction, there is time to think (and edit) the best answer or the best description of the facts and thoughts, at a performative ritualization that confounds instances of public and private

que confunde as instâncias do público e do privado e permite ainda ao usuário passar em revisão o tempo e a memória. De tal modo, tais questões serão problematizadas a partir da perspectiva dos próprios usuários no tocante às potenciais contingências comportamentais de brasileiros nessa plataforma.

Palavras-chave: Facebook – perspectivas de uso – contingências comportamentais.

and allows the user to pass in review time and memory. In this way such issues are problematized from the perspective of the users regarding the potential behavioral contingencies of Brazilians in this platform.

Keywords: Facebook – use prospects – behavioral contingencies.

Introdução

A Internet¹ promoveu uma nova economia e novas formas de comunicação, sendo em um primeiro momento a expressão da cultura de seus produtores, uma vez que o projeto técnico foi inicialmente desenvolvido como pesquisa militar pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos, e em segundo a efetivação de um sistema complementar a praticamente todas as formas de trocas estabelecidas entre sujeitos e instituições, sejam elas econômicas, políticas ou culturais. Trata-se, assim, de uma mudança semelhante em escala ao advento da luz elétrica e inaugura novas disputas e sociabilidades tanto internamente quanto nas relações dos usuários com o mundo externo. A partir disso e em consequência, 'Rede social' é uma expressão cara às Ciências Sociais, e em tempos de comunicação tecnologicamente mediada e de relacionamentos virtuais, passa a ser ainda mais fluida e tem difícil definição, referindo-se tanto às relações que uma pessoa estabelece em determinado círculo social² quanto à sua incursão em um meio digital de comunicação.

Nesse sentido, identificar contingências exclusivas e distintivas do comportamento nos SNSs (*Social Networks Sites* ou Sites de Relacionamentos, de acordo com a literatura especializada³) trata-se de um segundo desafio, uma vez que as interações estabelecidas por meio da mediação tecnológica podem não ser tão inéditas quanto parecem no comparativo com as relações extrarrede ou tão exclusivas que não

possam ocorrer no mundo "real". No entanto, é inegável o impacto destas novas tecnologias no que tange à compreensão sobre a promoção do indivíduo na sociedade contemporânea, consideradas as suas idiossincrasias, as suas possibilidades de autoexpressão e reflexividade, bem como as divergências geracionais e culturais na apropriação desses recursos. Sendo assim, tomar o site de relacionamentos Facebook fornece chaves para sistematizar diferentes escalas de compreensão, uma vez que estão dispostos neste rol memórias, lugares, máquinas e pessoas, que não podem ser selecionados individualmente sem que se considerem as suas interconexões, seja no âmbito das relações sociais ou como um fenômeno-rede⁴ mercadológico global.

Castells (2003, p.08)⁵ revela que a *world wide web* teve um salto de 16 milhões de usuários em 1995 para 400 milhões em 2001. Atualmente, com um crescimento de aproximadamente 750%⁶, este alcance ultrapassa 3 bilhões de pessoas⁷ (42,4% da população mundial) no ano em que a Internet, tal

4 Cf. Latour, 2013; Rosenstiehl, 1988.

5 Segundo o autor, a internet promoveu uma nova economia e novas formas de comunicação entre as pessoas, sendo em um primeiro momento a expressão da cultura de seus produtores, uma vez que o projeto técnico foi inicialmente desenvolvido como pesquisa militar pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos. O autor considera ainda que essa mudança é semelhante em escala ao advento da luz elétrica e que inaugura novas disputas e sociabilidades tanto internamente quanto nas relações dos usuários com o mundo externo.

6 Cf. Internet World Stats, 2015. In. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

7 Concentradas em primeiro lugar na Ásia com 45,6% do total e em segundo na Europa com 18,9%. Cf. Id. ib.

1 Cf. Castells, 2003.

2 Cf. Simmel, 1983; Barnes, 2010.

3 Cf. Boyd; Ellison, 2013.

quala conhecemos, completa 25 anos de existência. Isso reforça a importância de compreender a abrangência tomada por ela nos últimos anos, a forma como o controle de informação, a produção de dispositivos coletivos de enunciação e os comportamentos individuais têm se modificado e como este conjunto de instrumentos e agentes influi em relações extravirtuais, em especial sobre o acesso à informação, às relações de trabalho e à participação política.

Mesmo que estes números pareçam democráticos, no Brasil o alcance da internet ainda se mantém restrito à posse e ao acesso aos recursos da rede técnica, tal qual demonstram os dados da Pesquisa Brasileira de Mídia, publicada em 2014 pelo Governo Federal (Brasil, 2014). O relatório evidencia que o uso de internet pelos brasileiros ainda é bastante circunscrito em termos de classe social e escolaridade, dado que enquanto 53% da amostra afirma não usar a internet, essa negativa cai para 25% entre aqueles que possuem renda maior que 5 salários mínimos e 12% entre os que cursaram o ensino superior⁸. Da mesma forma o acesso de internet no domicílio sobe de 48% no âmbito geral para 80% na maior renda e 86% no maior nível de ensino (Brasil, 2014, p.60). Ainda de acordo com o documento, 84% dos usuários dizem fazer uso do computador para acessar a internet enquanto 40% afirmam acessar via smartphones, o que sugere que com a ampliação do acesso à banda larga, às redes 3G e 4G⁹ de internet móvel, bem como a aparelhos celulares vendidos a preços mais populares, a porcentagem de baixo uso cotidiano apontada no relatório tende a diminuir.

Embora o uso das redes sociais online seja mais tímido, o número total de usuários do *Facebook* saltou de 800 milhões em 2012 para 1,35 bilhão em 2014¹⁰ como demonstram os dados divulgados pela própria plataforma. Ainda de acordo com a *Internet World Stats*¹¹, enquanto o número de usuários brasileiros de internet em 2012 estava entre 88,5 milhões ou 45,6% da população nacional, o *Facebook* já alcançava a marca dos 64,8 milhões ou 32% da população, o que somava, no entanto, apenas 8,1% dos seus usuários totais. Apesar disso, em outro comparativo, a América do Sul contabilizava no

total 142,7 milhões de usuários do *Facebook* ou 35,1% da sua população, com maior penetração nas Ilhas Malvinas (63,4%), Chile (55,6%) e Argentina (47,9%), demonstrando que, ainda que a penetração da rede nesses países seja maior em termos percentuais, em números absolutos correspondia à metade do total de usuários brasileiros, contabilizando apenas 32,1 milhões¹².

Atualmente, embora os números absolutos ainda sejam menores, os brasileiros ocupam a 3ª posição mundial no número de usuários¹³, de modo que 8 em cada 10 internautas brasileiros¹⁴ fazem uso periódico desta rede social. Dentre todos os usos da internet, diferentemente do que apontou o relatório do ano anterior¹⁵, o público brasileiro tem atingido uma média de uso superior à mundial em todos os quesitos, a não ser no entretenimento onde perde por 1,2%. Já com relação às redes sociais a diferença em favor do Brasil avança para 88,1% contra 75,4%¹⁶, fazendo com que, na totalidade das mídias sociais (*Facebook*, blogs, *Twitter*, *Instagram*, etc.), o Brasil encontre-se em 3º lugar no alcance de usuários, perdendo apenas para a Rússia e a Turquia, com uma média de permanência de 838,2 minutos/mês por visitante, diante do total mundial de 355,7 minutos/mês¹⁷.

O perfil do internauta brasileiro é bastante definido: homens (por uma breve vantagem¹⁸), de classe média e adulta jovens com ensino superior completo. Do total de usuários brasileiros

12 O último relatório lançado pela plataforma, em 22 de abril de 2015, aponta 1.44 bilhões de usuários ativos. Destes, 936 milhões acessam a rede diariamente.

13 Com 70 milhões de usuários neste levantamento, o Brasil encontra-se atrás apenas dos EUA (151 milhões) e Índia (108 milhões). Cf. eMarketer; American Marketing Association, maio de 2014

14 A penetração do *Facebook* na população online brasileira é de 83% de acordo com a comScore em fevereiro de 2015. Disponível em <http://www.statista.com/statistics/278435/percentage-of-selected-countries-internet-users-on-facebook/>

15 Quanto ao conteúdo geral da internet os acessos brasileiros correspondiam a 55% do total de usuários, enquanto no ranking mundial referiam-se a apenas 34,3%. No que dizia respeito aos usos mais frequentes, a não ser pelas redes sociais, todos eles contavam com menor adesão brasileira, em especial os serviços, portais, entretenimento e busca. Cf. Mídia Dados Brasil 2014, p.513-582.

16 Cf. comScore – Multy Country Key Measures. Disponível em <https://dados.media/>.

17 Os dados não sofreram alteração desde a última medição em dezembro de 2014 (In: Mídia Dados Brasil 2014, p.574.0. Cf. com Score Media Metrix – Fevereiro de 2015. Disponível em <https://dados.media/>.

18 51% contra 49% de mulheres. Cf. Ipsos: LII Estudos Marplan/EGM. Disponível em <https://dados.media/>.

8 Cf. Brasil, 2014, p.51.

9 Já existem menções a uma rede 5G (Quinta Geração de Internet Móvel) em desenvolvimento na Coreia do Sul.

10 *Facebook* Published Data. Cf. *Internet World Stats*. In. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

11 Cf. *Internet World Stats*: <http://www.internetworldstats.com/sa/br.htm>

51% têm entre 20 e 39 anos¹⁹, com uma taxa de penetração média de 75%²⁰. Sendo assim e considerando que os brasileiros passam 63% do seu tempo na internet conectado ao *Facebook*²¹, é preciso admitir a sua dimensão e influência e procurar entender qual a importância dessa rede social da vida das pessoas. A título de ilustração, as eleições brasileiras ocuparam a 3ª posição no *Top Global Topics*²² do Facebook em 2014, ficando atrás apenas da Copa do Mundo e do surto do vírus Ebola na totalidade de menções e postagens mundiais ao longo do ano, o que sugere que a realidade brasileira passa também pelas impressões, posts, *likes* e compartilhamentos no interior de um monopólio comunicacional protegido por senha e aparentemente gratuito.

Os brasileiros fazem por certo grande uso da internet e do *Facebook*, mas constituem um grupo pequeno diante da imensidão dos outros 90% de usuários de outros países. Por esse motivo e por regularmente alcançarem visibilidade mundial, pesquisas acerca da especificidade do usuário e suas contingências são fundamentais.

Uma praça no centro da aldeia global

Emprestando o conceito de Marshall McLuhan²³ cunhado na década de 60 (pelo menos 30 anos antes das primeiras redes sociais), Kirkpatrick (2011, p.354) define o Facebook como uma praça, um local público no interior da aldeia global, onde diferentes tipos de encontros e relações podem ser estabelecidos. Para McLuhan (2005) essa aldeia é decorrente de uma interdependência eletrônica, “onde” há a transmissão vertiginosa de informações e conhecimento e a interligação das pessoas é realizada por meio dos aparatos técnicos (como a impressão por tipos móveis, o rádio, a televisão e, atualmente, a internet), gerando assim uma retribalização tecnológica-comunicacional. Ainda de acordo com o autor, essa aldeia é capaz de produzir indivíduos estendidos, automação e a mudança de escala nas coisas humanas, não estando condicionada a fronteiras geográficas,

19 O segundo grupo com maior participação é a faixa entre 15 e 19 que contempla 14% do total de usuários brasileiros. Contudo, surpreende a penetração que corresponde a 89% do total da faixa etária, a maior entre todos os grupos, demonstrando que a internet é absolutamente presente na realidade adolescente.

20 Cf. Ipsos: LII Estudos Marplan/EGM. Disponível em <https://dados.media/>.

21 Em segundo lugar aparece o portal Globo.com com apenas 7% do total. (Brasil, 2014, p.56)

22 Ver <http://newsroom.fb.com/news/2014/12/2014-year-in-review/>

23 Cf. McLuhan, 1972, p.50.

no sentido de difundir conhecimentos, aproximar culturas e sujeitos sem promover homogeneizações. Ao identificar o Facebook como um fenômeno-rede, ou seja, composto por lugares, memórias, máquinas e sujeitos em cumplicidade²⁴, é possível compreender a condição de *extensão* comunicacional *do homem*, uma vez que as relações humanas são mediadas pelas máquinas e pelas redes técnicas e o papel do não-humano é fundamental para a implementação das conexões. Contudo, como também lembrou McLuhan, todos os agentes humanos são tripulantes e ativos no projeto de construção dos meios, pois que a cada incursão na rede novos sentidos e usos podem ser criados e reapropriados pelos usuários.

Criado em 2004²⁵, o *Facebook* é, nas palavras do próprio criador, um catálogo de pessoas²⁶ e seu valor está no conjunto formado pelas conexões entre “amigos”²⁷, um diagrama social. Por conta disso, passou por diversas remodelações ao longo dos 11 anos de existência, numa tentativa de manter a plataforma o mais pessoal e informal possível. A publicidade, por exemplo, matriz da manutenção financeira da rede, foi incluída progressivamente com a admissão de perfis comerciais/fanpages e a sustentação na recusa de banners e outras ferramentas de uso habitual, uma vez que até mesmo as empresas deveriam produzir conteúdo e interação com seus potenciais clientes ao invés de exporem-se em uma vitrine virtual. Já no uso individual, a otimização para o *upload* de fotografias, a criação de eventos e o compartilhamento de links externos foram os pontos centrais para ampliar as atividades dos usuários no interior do site, fazendo com que cada perfil funcionasse como uma “memória auxiliar” (Kirkpatrick, 2011, p.338). Para além disso, o que fez o Facebook tornar-se tão atrativo em termos de interação diz respeito ao acesso aos conteúdos partilhados a partir da criação do *Feed de Notícias* em 2006, quando se tornou possível verificar as atualizações dos ‘amigos’ sem ter de entrar nos perfis pessoais um a um. Sendo assim, ao *logar-se* no *Facebook*, o usuário tem acesso às informações mais interessantes e importantes para si, de acordo com o algoritmo da plataforma que calcula todas as suas atividades (em especial visualizações, *likes* e compartilhamentos), e o faz

24 Cf. Rosenstiehl, 1988, p.228.

25 Teve sua abertura mundial em 2007, alcançando um maior crescimento entre os usuários brasileiros a partir de 2010.

26 Cf. Zuckerberg apud Kirkpatrick, 2011, p.157.

27 Id. Ib. p.234.

transitar entre diferentes conteúdos e graus de proximidades com as pessoas que fazem parte do seu círculo de 'amizade'²⁸.

Em outras palavras, essa praça é ocupada por diferentes coletivos, grandes ou pequenos grupos transitórios, que realizam trocas constantes ou momentâneo-virais e que experimentam "o paradoxo do isolamento e da visibilidade" (Sennett, 1998, p.345) no contorno mais bem acabado da sociabilidade como uma forma lúdica de sociação²⁹. De tal modo, as impressões dos 205 usuários aqui apresentadas são reflexo das apreensões de um destes pequenos grupos, que avaliam as suas trajetórias e relações com os demais a partir de duas questões centrais: se houve alteração do comportamento humano pós-redes sociais e quais os comportamentos mais inoportunos dos usuários/amigos no Facebook. Outras 31 questões (abertas e fechadas) foram elaboradas para caracterizar a amostra e inserir os entrevistados no tema, entre elas o questionamento sobre as suas relações com outras redes sociais, *gadgets* e tempo de uso, relação com formas 'tradicionais' de comunicação como email e telefone fixo, com o objetivo de promover um maior aprofundamento na reflexão até o momento de serem respondidas as questões de interesse da pesquisa. Embora essa amostra não tenha profundidade para descrever o universo dos usuários brasileiros no Facebook, uma vez que não foi construída por metodologia quantitativa apropriada, ela apresenta um recorte significativo para levantar algumas questões qualitativas. Por outro lado, mesmo que o foco do debate não seja a quantificação das informações, uma caracterização geral precisa ser realizada

Além de caracterizar os sujeitos da pesquisa foi possível também identificar breves diferenças de acordo com critérios temporais, usados aqui para sistematizar as impressões e apresentar um quadro comparativo. Como parâmetros, foram definitivos o tempo que os entrevistados fazem uso da internet, à assiduidade no uso da rede e o recorte etário, uma vez que o tempo de imersão

28 Cabe notar que a diferença fundamental entre o Facebook e o Twitter ou Instagram, por exemplo é o fato de necessariamente haver um aceite mútuo entre dois usuários. A partir do momento em que se aceita uma solicitação de 'amizade', permite-se que seu perfil, postagens e comportamento na rede sejam visualizados, comentados e compartilhados pelo outro usuário, da mesma forma que o segundo também terá acesso às atividades do primeiro. As preferências de privacidade permitem que o perfil seja privado ou invisível tanto dentro da plataforma como na internet como um todo, tornando-se acessível somente às pessoas que forem admitidas como 'amigas'.

Cf. Simmel, 1983, p. 169.

29 Cf. Simmel, 1983, p. 169.

é tomado como hipótese de diferenciação para a ampliação ou não do projeto e do exercício de autoreflexividade "tanto pelo indivíduo de que se trata quanto pelos outros" (Giddens, 2002, p.222). Embora autores como Giddens (2002, p.37) possam ser mobilizados para esclarecer essa expressão, ela é usada nessa comunicação como uma alternativa à metalinguagem, quando o meio, a linguagem, a plataforma, etc. são usados como referência para a compreensão e a definição deles próprios. Sendo assim, no caso do Facebook, os usuários usam de autorreflexividade pois consideram suas experiências na própria rede para avaliarem-se e depreenderem-na.

Enquanto no público total de internet 51% têm entre 20 e 39 anos, 93% da amostra têm entre 18 e 40 anos³⁰. 48,3% usam redes sociais há mais de 10 anos e 44,9% entre 9 e 6 anos, o que totaliza 93,2% da amostra. Sobre seus históricos na internet, 79,5% afirmam ter feito uso de conexão *dial up* (ou internet discada pré-banda larga) e apontaram como as primeiras redes sociais mais utilizadas o MSN (*Microsoft Service Network*, lançado em 1995) e o Orkut (lançado em 2004), com respectivamente 85,9% e 75,6% do total de entrevistados. Já com relação aos hábitos atuais, 82,9% utiliza com mais frequência o *smartphone* para acessar as redes sociais, enquanto às conecta com mais regularidade em casa (98,5%), no trabalho (61,5%) ou na escola ou faculdade (45,9%). Das redes usadas atualmente destacam-se, além do *Facebook*, o *Whatsapp* com 85,4% e o *Instagram* com 62,4%³¹. O *Twitter*, rede que também tem grande notabilidade, aparece em terceiro lugar com apenas 32,7%.

Para contatar uma pessoa, os informantes afirmam fazer uso muito mais frequente dos smartphones, seja por telefonema convencional (55,6%) ou por mensagens privadas enviada pelo aplicativo *Whatsapp* (81%). 61,5% afirmam não fazer uso de telefone fixo e apenas 18,5% fazem uso de email todos os dias fora do ambiente de trabalho. Já com relação aos seus comportamentos no Facebook, os informantes dizem fazer uso com maior regularidade da postagem de fotografias (69,3%) e de links externos de notícias (51,7%), considerando a interação mais reputada ou significativa o comentário (58,9%), seguido do *like* com 30,7%, enquanto o compartilhamento das suas postagens por outras pessoas aparece em apenas 10,4% das menções. Com relação ao

30 Da totalidade, 62% da amostra têm entre 18 e 25 anos.

31 O Instagram e o Whatsapp foram incorporados ao Facebook em 2012 e 2014, respectivamente.

tempo ou assiduidade, 92,2% da amostra acessam as redes todos os dias e nenhum dos entrevistados afirma utilizar somente nos finais de semana. Em termos de horas gastas, 24,9% afirmam ficar conectados ao Facebook em média 2 horas enquanto 22,4% permanecem em média 4 horas, o que contabiliza um total de 47,3% da amostra. Já 30,7% fazem uso por mais de 8 horas.

Para apresentar as impressões e discutir brevemente algumas considerações, serão sistematizadas em tabela a regularidade das falas dos 205 entrevistados, organizadas pelo tempo de uso de internet (menos de 10 anos e mais de 10 anos), a partir das idades (18-25, 26-30 e 31-40) e da frequência de uso diário em horas (menos de 8 e mais de 8 horas). Ao final dela, os destaques serão problematizados.

	Menos de 10 anos		Mais de 10 anos	
	Menos de 8 horas	Mais de 8 horas	Menos de 8 horas	Mais de 8 horas
18-25	Os informantes dão ênfase a uma substituição das relações “físicas” pelas virtuais e um decorrente isolamento. Também apontam uma possibilidade de modificar a auto expressão em nome de uma aprovação coletiva e da celebração de si por meio de uma produção artificial de aparências (todos são felizes e bem-sucedidos). Atentam também à ampliação de intolerâncias e preconceitos pela via do distanciamento e do anonimato e à manipulação de informações e ampla circulação de notícias falsas. Três pessoas afirmam que as redes sociais não alteram o comportamento das pessoas e duas delas ponderam dizendo que a busca por visibilidade que as redes promovem é uma característica humana pregressa.	Apontam prioritariamente a alteração com relação a um padrão de prestígio e uma forma ensaiada de viver ou apresentar a própria vida. Todos os usuários dão ênfase ou à timidez e a uma facilidade maior de expressão ou ao exagero na exposição de si em um arranjo sempre positivo. Outro ponto relevante é a alteração da linguagem e das expressões cotidianas que são tomadas dos memes e discursos online, ou seja, a associação da vida com metáforas meméticas da internet, de forma que as pessoas já não se desligam totalmente da vida online.	Todos concordam com mudanças comportamentais. Afirmam que as redes sociais podem tornar o sujeito menos sociável e dependente de likes, o que o faz deixar de vivenciar um determinado momento para tirar fotos ou fazer vídeos que serão postados imediatamente. Ainda por conta dessa alteração, as vivências precisam ser ‘interessantes’ para que possam se transformar em conteúdo e promover interação (de modo que podem ser ampliadas ou falsificadas para atingir o objetivo). Atentam também há certa proteção ao sujeito pelo distanciamento e anonimato e uma comodidade maior na interação, o que pode gerar uma falsa sensação de maior frequência de contato entre as pessoas.	Consideram a liberdade como palavra central, no entanto afirmam que pode se tratar de uma falsa sensação, uma vez que pode ser confundida com uma autorização à produção de discursos de ódio e opiniões inflexíveis.
26-30	Entendem que há uma substituição das relações “físicas” pela vida virtual por conta de uma maior facilidade em escrever ao invés de falar sobre si próprio. No entanto, como a mediação é distanciada, as pessoas tendem a ofender-se com maior facilidade, brigar e ficarem magoadas a partir da receptividade ou não dos seus pares.	Apontam de forma pragmática que existe uma maior liberdade de expressão.	Acreditam que as redes complementam a vida “real” e auxiliam na formação de opiniões, que podem ser equivocadas dado o alto número de notícias falsas que circulam. Acreditam ainda que haja a reafirmação daquilo que as pessoas já são e que muitas utilizam as redes pela dificuldade de expressarem-se pessoalmente. No entanto, consideram que, por mais benéfico que esse quadro possa parecer, essa interação pode produzir a necessidade de auto exposição e um processo metonímico par a avaliação do outro, perdendo-se assim a totalidade do sujeito.	Consideram importante o conforto na interação distanciada mas matizam sobre uma possível criação de necessidades de auto exposição pelos usuários.
31-40	A auto exposição é vista como um problema.	Não houve posicionamento.	Afirmam que embora haja a substituição das relações “físicas”, há uma ampliação na interação cotidiana entre as pessoas. Afirmam ainda que por conta disso, as redes podem produzir distrações com relação a outras atividades, tais como o trabalho e o estudo. Apontam ainda que o paradoxo anonimato vs. exposição gira em face do “ego” pessoal.	Consideraram relevante a obsessão pelas atualizações constantes de status e a substituição do contato “físico” pelo virtual.

Fonte: Elaboração própria.

As impressões dos usuários mantêm certa regularidade e demonstram que a preocupação com a intolerância e circulação de informações falsas é recorrente, no entanto, são as diferenças que chamam atenção para compreensão desse exercício de autoreflexividade. Os usuários mais jovens apresentaram uma reflexão mais profunda e mais diversificada sobre si e os seus pares, enquanto que, progressivamente, de acordo com a faixa etária, as impressões passam a ser mais superficiais e abrangentes. Ao passo que os usuários na faixa entre 18 e 25 anos debatem os papéis individuais e coletivos, a linguagem e a relação entre visibilidade, interação e distanciamento, os usuários mais velhos apontaram como fala central a substituição do contato físico pelo virtual. De outro lado, é possível perceber uma visão mais positiva sobre as relações sociais mediadas conforme se amplia a assiduidade do entrevistado. Os usuários que passam menos tempo conectados dão ênfase à produção artificial de aparências e a uma suposta dependência de *likes*, pois para eles os usuários esforçam-se por promover uma autoexposição interessante, substituindo o valor de vivências da vida “real” pela reação dos pares na rede. Mesmo que haja uma maior facilidade para expressar-se, os usuários tendem a considerar que essa substituição é negativa em termos de sociabilidade, mais ou menos nos termos de Riesman (1995) e Sennett (1998), de forma que essa interação se estabelece por meio de um mercado de amizades com tarifas “econômicas, políticas e culturais” (Riesman, 1995, p.349), numa “troca mercantil de intimidades” (Sennett, 1998, p.23).

Sobre isso, destacam-se três falas:

“Redes sociais para muitas pessoas são um termômetro de ego. Se as pessoas curtem e comentam suas fotos, favoritam e retweetam seus posts, você se sente bem, se ninguém fala nada, é fim do mundo. Para esse tipo de pessoa, altera bastante o comportamento. A pessoa acaba sendo quem ela não é (colocando filtros nas fotos, sorrindo falsamente para a foto, postando legendas nas fotos que não fazem sentido algum e etc) para ser aceita, ou melhor, para ser curtida e compartilhada.” (18-25, menos de 10 anos, menos de 8 horas/dia)

“Tem a questão da vida perfeita dentro da rede social. Nos casos mais crônicos nada funciona independentemente de um post, uma curtida e uns comentários.

Se stalkear uma dessas pessoas vc vai rapidamente conhecê-la melhor que ela mesma. Nesse sentido a individualidade e o autoconhecimento poderiam deixar de existir. Obrigado, não havia antes me botado a pensar nessas coisas.” (26-30, menos de 10 anos, menos de 8 horas/dia)

“As pessoas parecem não saber mais se relacionar muito bem olhando no olho. É muito mais fácil atrás e uma tela. Meu ex namorado terminou comigo via e-mail uma vez. E meu último namoro também foi terminado virtualmente, por facebook. Eu quem terminou, dessa vez. Me envergonho disso.” (18-25, menos de 10 anos, menos de 8 horas/dia)

Os usuários que afirmam passar mais de 8 horas conectados por dia, dizem que as pessoas já não se desligam completamente da vida online e que transferem expressões e interpretações da interação mediada para os acontecimentos cotidianos da vida “real”. Sendo assim, há uma complementação da vida real e uma ampliação da interação cotidiana ao invés de haver de fato uma substituição de uma pela outra. Embora considerem que também possa haver uma obsessão pelos *likes* assim como os usuários menos assíduos, não consideram que esse seja um ponto crucial no comportamento mais geral. Duas falas expõem com clareza essas impressões::

“os memes se fazem reais na vida off line, ~~Bota a cara no sol, mana~~, ~~Eita gioavanna~~, ~~Ai meu deus, quebraro a mesa de lucinha~~, ~~Hey, coisinha, vá devagar~~, ~~Chama o xamu~~, ~~eu errei viu?~~, ~~ arram, senta lá, Cláudia~~ e dessa forma contribuem de forma ativa no desenvolvimento linguístico e cultural dos sujeitos.” (18-25, menos de 10 anos, mais de 8 horas/dia)

“As pessoas que estão conectadas vivenciam na vida real um espelho do que vivem na vida online, já as pessoas que ainda são mais analógicas, vivem online um espelho do que vivenciam na vida real.” (18-25, menos de 10 anos, mais de 8 horas/dia)

Os usuários entrevistados apontaram como comportamentos irritantes, quase que unanimemente, a hostilidade entre usuários em tempos de crise política, bem com seus extremismos ideológicos ainda decorrentes das eleições de 2014. Do outro lado explicitam o

incômodo com as “correntes”³², as solicitações de jogos³³, os compartilhamentos de “vírus”³⁴ e o overposting/flood³⁵, que se caracterizam claramente como um mau uso das ferramentas disponíveis, no sentido de se constituírem em uma falta de comprometimento ao realizar uma interação mais espontânea e livre de excessos de quaisquer gêneros. Duas falas demonstram esse incômodo e refletem os aspectos positivos do que se entende como uma “fluência” na utilização.

“o ser humano se revela com o face né... aff gente arrogante, vai brigar, xingar por tudo, nota-se por aquele bazar feminino³⁶, não respeitam opinião, só sabem atacar pessoalmente sem discutir idéia, isso é em tudo. Queria ver dizer na cara, ia sair no soco. Mas covarde usa o face. Xinga mãe, gato, cachorro, papagaio. Ate eu já fiz dessas. Mas agora cresci. Chatississississimooo convite pra jogos, odeio!!! Mas o que mais me irrita mesmo é a minha família, a banda chata da igreja...não tem coisa pior q aqueles posts de santo, de cruz com oração, chega dá um ruim. Cara, acho q de tudo esse ganha, o arsenal religioso....eu gosto tanto q coloco o nome de todos meus amigos nos pedidos de oração e peço pra glorificar em nome do senhor” (30-40, mais de 10 anos, menos de 8 horas/dia)

“O narcisismo e a feira de intimidade. Como se os outros não tivessem mais o que fazer além de ver o quanto você está deprimido. Ou quantas curtidas e comentários falsos seu duck³⁷ recebeu. Enquanto poderia estar apreciando uma música que não conheço, um livro que

32 Circulam diversas ‘correntes’, sendo três as que têm maior público. Em primeiro as religiosas, tais como “compartilhe essa imagem de Nossa Senhora Aparecida com 10 pessoas e receba uma graça em 24 horas”; em segundo as que prometem uma caridade, tal como “a cada compartilhamento, o Facebook doará R\$0,10 para o tratamento desta criança”; e por fim as correntes que prometem prêmios pelo compartilhamento e marcações de outros amigos.

33 O Facebook oferece em sua plataforma aplicativos de jogos online que são desenvolvidos por parceiros ou usuários/empresas independentes. Para que os usuários avancem, podem adquirir auxílios comprando-os no próprio jogo ou contando com a doação de amigos que transferem vidas ou dinheiro virtual somente por acessarem o jogo, por exemplo. Sendo assim as solicitações constantes são uma forma de evitar os gastos em dinheiro.

34 Alguns usuários, na tentativa de acessar contas ou informações pessoais, criam notícias ou links maliciosos que quando clicados são compartilhados com outras pessoas que também se tornarão vítimas do golpe. Normalmente, o teor destes links são a violência ou a pornografia.

35 Definição para o excesso de postagens diárias ou de comentários em um post de “amigo”.

36 Grupo de compra e venda de artigos femininos novos e usados.

37 *Duckface* é o nome dado ao “biquinho” que simula um beijo nas fotografias/selfies.

não li, uma idéia interessante, um gesto bonito.” (18-25, mais de 10 anos, mais de 8h/dia)

O que pode ser tomado como condição diferenciadora e como o grande mérito das relações promovidas pelas redes sociais (e o que as particulariza diante das relações “físicas”) é o recurso técnico de desligamento quando uma interação passa a ser incômoda, constrangedora ou desagradável, já que é preciso habilidade e competência para desvencilhar-se de alguém em um evento “físico” sem causar algum outro mal-estar. Como a cordialidade é o marcador histórico do brasileiro³⁸, talvez as redes sociais sejam tão estimadas por nós pela condição de minimizar danos na interação sem parecer agressivo ou indelicado, em razão de poder optar por desfazer a conexão com a rede em um determinado momento, deixar de receber notificações de um “amigo” que possa comprometer o bom andamento da experiência online ou simplesmente ignorar algo publicado, evitando assim quaisquer conflitos ou hostilidades desnecessárias. Como bem lembrado por um dos entrevistados, a própria plataforma oferece instrumentos para evitar maiores aborrecimentos, como bloqueios, denúncias ou o botão “deixar de seguir”, com o objetivo de manter a informalidade e descontração que ela busca oferecer: “Quando se ignora ou exclui o que te irrita isso ao largo do tempo tende a zero”³⁹

As impressões dos usuários confirmam a hipótese de que os sites de relacionamento podem promover a idealização de um prolongamento da existência e de um registro autoproduzido por meio de experiências e imagens compartilhadas. O homem passa, mas o registro permanece, ao menos na aparência e no limite da sua fragilidade. Para além das representações individuais elabora-se um processo complexo, erigido especialmente sobre os meios de comunicação, suas mídias e plataformas e pautado na instrumentalização da autobiografia e da constituição do sujeito como um compêndio de imagens e memórias, já que alegorizar-se (textual ou imageticamente) é imortalizar-se – para poucos, no caso das redes estritas, ou para muitos, no caso das

38 Embora controversa, essa noção é tomada como verdade no senso comum e é amplamente divulgada internacionalmente. Cf. Buarque, 1995 e Cf. Castells, 2015.

39 Surpreendentemente, o único entrevistado que fez menção a esses recursos é um usuário na faixa etária dos 26 e 30 anos com menos de 10 anos de internet e menos de 8 horas/dia de assiduidade ao Facebook, o que pode ser considerado um uso instrumental e diligente da rede embora sua incursão seja mais comedida.

celebridades virtuais. A estetização e celebração das ocorrências cotidianas (alimentação, lazer, trabalho, etc.) determinam o valor do acontecimento e distinguem experiências e sujeitos. Confundem-se o profissional e o amador, o público e o privado e compõem-se novas estratégias e parâmetros tanto para o acúmulo de capital social quanto para o reforço das distinções.

A geração de jovens conectados, que foi socializada com a mediação das redes técnicas, recebeu informações de muitas fontes para a formação de suas referências, desde os filmes, celebridades e programas televisivos até a efemeridade dos memes⁴⁰ e tendências da Internet. A produção da identidade dos nativos digitais⁴¹ se dá em grande medida pela possibilidade de receber e produzir um grande fluxo de comunicação, desta vez não mais apenas junto ao seu círculo familiar restrito, como apontam Berger e Luckmann⁴² sobre as gerações passadas e a primeira infância. Por conta desse excesso de informação, essa mesma geração tem um projeto reflexivo muito mais prematuro, e produz esboços autobiográficos com facilidade, caindo, por outro lado, na armadilha da visibilidade e no tratamento de pautas públicas como problemas privados.

Considerações finais

De acordo com Elias (1994), o individualismo e o bloqueio nos relacionamentos são resultados da modernidade, uma vez que tanto o isolamento quando a convivência com o outro são necessários para a construção da totalidade individual. Nesse sentido, talvez as redes sociais online instrumentalizem o sujeito para o manejo da balança eu-nós, que normalmente pende para o eu⁴³, auxiliando assim no distanciamento e na reflexão tanto da interação quanto da avaliação de si no interior desse processo. Também de acordo

com Sennett (1999) as pessoas sentem-se mais confortáveis para socializar quando “dispõem de alguma proteção mútua” (Sennett, 1999, p.379), que atualmente pode ser entendida como a promoção do ambiente de bastidor⁴⁴ pelo contato mediado. Em outras palavras, tomadas essas considerações junto às impressões dos usuários, podemos concluir que as redes sociais são um fenômeno tão dilatado porque atuam diretamente sobre os conflitos do indivíduo moderno, equipando-lhes com instrumentos capazes de mobilizar condições mais favoráveis para as suas autoexpressões e sociabilidades, uma vez que um *like* ou um comentário podem significar uma grande intimidade, por exemplo. Contudo, conforme apontado por alguns usuários, essa contiguidade pode sofrer enviesamentos, pelo fato de as pessoas serem tomadas metonimicamente a partir do que expõem em seus perfis públicos. De tal maneira as redes “fazem com que as pessoas enxerguem umas as outras com uma lupa, ou seja, pegam uma única característica dela, e a expandem”⁴⁵, o que pode gerar imprecisão na avaliação de um par ou as obsessões por construção de uma aparência determinada. No entanto, de acordo com Simmel (1983), Goffman (2002), Giddens (2002), Sennett (1999), Riesman (1995) e tantos outros autores simpatizantes à Sociologia do Cotidiano, essas ritualizações estão também presentes na vida *offline* e são utilizadas de maneira consciente ou não por todo indivíduo que vive em sociedade.

Por fim, considerando as impressões dos 205 usuários que participaram da pesquisa, disponibilizada por dois dias no próprio Facebook, é possível admitir que existem vários níveis e escalas nos usos das redes sociais, bem como diferentes objetivos para os diferentes tipos de usuários. Nesta abordagem foi possível perceber a heterogeneidade das percepções a partir da assiduidade na plataforma e uma maior participação dos usuários mais jovens tanto em termos quantitativos quanto qualitativos e que, ainda que as conclusões sejam sumárias, as redes sociais se constituem, sem dúvida, em uma ferramenta autoidentitária e não podem mais ser ignoradas nos esforços de compreensão da sociedade, sejam elas o recorte elegido ou não.

40 De acordo com Dawkins (1979) e Recuero (2014), os memes, normalmente imagens em tom cômico, variam de acordo com a originalidade, abrangência, o quanto são replicados e por quanto tempo, e podem ter muitas vezes suas trajetórias acompanhadas e autorias conhecidas. “Exemplos de memes são melodias, idéias, “slogans”, modas do vestuário, maneiras de fazer potes ou de construir arcos. Da mesma forma como os genes se propagam no “fundo” pulando de corpo para corpo através dos espermatozoides ou dos óvulos, da mesma maneira os memes propagam-se no “fundo” de memes pulando de cérebro para cérebro por meio de um processo que pode ser chamado, no sentido amplo, de imitação”. (DAWKINS, 1979, p. 214)

41 Termo talhado por Mark Prensky (2001), em contraponto aos “imigrantes digitais”, definindo a geração que nasceu de meados da década de 1980 em diante e foi introduzida às tecnologias desde a primeira infância, entre elas os videogames, telefones celulares, televisão digital e Internet.

42 Cf. Berger, Luckmann, 2005.

43 Cf. Elias, 1994, p.165.

44 Cf. Goffman, 2002.

45 Entre 26 e 30 anos, mais de 10 anos, menos de 8 horas/dia.

Referências bibliográficas

- BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. (2014). Pesquisa brasileira de mídia 2014: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom.
- BARNES, J. A. (2010) Redes sociais e processo político. In: FELDMAN-BIANCO, B. (Org.). Antropologia das sociedades contemporâneas. São Paulo: Global. p. 171-204.
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. (2005). A construção social da realidade: Tratado de sociologia do conhecimento. 25ª. Ed., Petrópolis: Vozes.
- BOYD Danah M.; ELLISON, Nicole B. (2013). Sociality through social network sites. In: DUTTON, William H. (ed.). The Oxford Handbook of Internet Studies. New York: Oxford University Press. pp. 151-172.
- CASTELLS, Manuel. (2003). A galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- _____. (2015). Simpatia do brasileiro é um mito, diz sociólogo Manuel Castells. Entrevista concedida ao Jornal Folha de São Paulo, 18/05/2015. <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2015/05/1630173-internet-so-evidencia-violencia-social-brasileira-afirma-sociologo-espanhol.shtml>
- DAWKINS, Richard. (1979). O gene egoísta. São Paulo, EDUSP.
- GIDDENS, Anthony. (2002). Modernidade e identidade. Rio de Janeiro: Zahar.
- GOFFMAN, Erving. (2002). A representação do eu na vida cotidiana. Petrópolis: Vozes.
- HOLANDA, Sérgio Buarque de. (1995). O homem cordial. In: Raízes do Brasil: 26 ed. São Paulo: Companhia das Letras.
- ELIAS, Norbert. (1994). A sociedade dos indivíduos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- KIRKPATRICK, David. (2011). O efeito Facebook. Rio de Janeiro: Intrínseca.
- LATOUR, Bruno. (2013). Jamais fomos modernos. São Paulo : Editora 34.
- MCLUHAN, Marshall. (2005). Os meios de comunicação como extensões do homem. São Paulo: Cultrix.
- _____. (1972). A galáxia de Gutenberg. São Paulo: Editora Nacional, Editora da Usp.
- PRENSKY, Mark. Digital natives, digital immigrants. On the Horizon, NCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001. Disponível em <https://edorigami.wikispaces.com/file/view/PRENSKY+-+DIGITAL+NATIVES+AND+IMMIGRANTS+1.PDF>
- RECUERO, Raquel. (2014). Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina.
- RIESMAN, David. (1995). A Multidão Solitária – Um estudo da mudança do caráter americano. São Paulo: Perspectiva.
- ROSENSTIEHL, Pierre. (1988). Redes. Enciclopédia Einaudi, Lógica-Combinatória. Lisboa: Portugal: Imprensa Nacional — Casa da Moeda (228-246), vol 13.
- SENNETT, Richard. (1998). O declínio do homem público – As tiranias da intimidade. São Paulo: Companhia das Letras.
- SIMMEL, G. (1983) Sociabilidade - um exemplo de sociologia pura ou formal. MORAES FILHO, Evaristo de. (Org.) Simmel – Sociologia (165-179). São Paulo: Editora Ática, 1983. (Coleção grandes cientistas sociais; 34).

É possível a internet alavancar novos canais de participação política?

IS IT POSSIBLE THAT THE INTERNET ENHANCE NEW CHANNELS OF POLITICAL PARTICIPATION?

¿ES POSIBLE EN LA INTERNET REALIZAR NUEVOS CANALES DE PARTICIPACIÓN POLÍTICA?

Sérgio Barbosa dos Santos Silva
sergio.barbosa30@gmail.com
Universidade de Coimbra, Portugal

Resumo:

A democracia liberal enquanto sistema político hegemônico vem enfrentando um “paradoxo”, a saber: há uma falta de confiança nas instituições políticas concomitante a uma preferência pelo sistema democrático. Este trabalho procura analisar como a internet pode sugerir novas oportunidades de ativismo e novas formas de participação para a sociedade, em específico, como os alunos da Universidade de Brasília se valeram da rede virtual para alavancarem novas práticas participativas. Trata-se de um estudo que discute os resultados de pesquisa realizada junto aos universitários da UnB, acerca de suas intensidades e qualificações da participação política, com destaque para a interpretação de suas motivações e de suas percepções acerca do pensar e fazer política no Brasil.

Palavras-chave: democracia; internet; participação política; alunos da UnB.

Resumen:

La democracia liberal como sistema político hegemónico se enfrenta a la “paradoja democrática”, es decir: hay una falta de confianza en las instituciones políticas concomitante a una preferencia por el sistema democrático. En este artículo se analiza cómo Internet puede sugerir nuevas oportunidades para el activismo y nuevas formas de participación en la sociedad, en particular, cómo los estudiantes de la Universidad de Brasilia se aprovecharon de la red virtual para realizar nuevas prácticas participativas. Se trata de un estudio que analiza los resultados de la investigación llevada a cabo con los estudiantes de la UnB, acerca de sus intensidades y cualificaciones de participación política, especialmente para la interpretación de sus motivos y sus percepciones sobre pensar y hacer política en Brasil.

Palabras claves: democracia; internet; participación política; estudiantes de la UnB.

Abstract:

The liberal democracy being an hegemonic political system, is facing the “democratic paradox”, namely: there is a lack of confidence in political institutions concomitant to a preference for the democratic system. This work discusses how the internet can suggest new opportunities for activism and new forms of participation in society, particularly, how the students of the University of Brasilia (UnB) took advantage of the internet to leverage new participatory practices. This is a study that realizes the results of research conducted with the students of UnB, about the intensity and qualifications of their political participation, especially for the interpretation of their motivations and their perceptions about thinking and doing politics in Brazil

Key words: democracy; internet; political participation; students of UnB.

Este artigo contou com o apoio financeiro do CNPq (Centro Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) através do financiamento de uma bolsa de iniciação científica – PIBIC/ProIC/UnB. A pesquisa foi realizada com a valiosa colaboração das parceiras e alunas de graduação Maitra De Biase Dell’ Erba e Jéssica Ferraz Araújo Soares. Agradeço, especialmente, a minha ex-orientadora Débora Messenberg pela condução e supervisão do meu recorte “internet e participação política” neste projeto de pesquisa do edital 2013-2014.

INTRODUÇÃO

“Cidadãos usando ferramentas do século XXI para falar, o Governo usando ferramentas do século XX para ouvir e processos do século XIX para responder.”

Catherine Bracy¹

No segundo semestre de 2013 foi realizada a pesquisa intitulada *O paradoxo da democracia: a participação política dos alunos da Universidade de Brasília* com o objetivo de investigar suas motivações para participarem ou não da vida política. Buscou-se, ainda, caracterizar os perfis políticos participativos desses estudantes; mapear as instituições nas quais participam e qualificar a intensidade de suas participações. Tendo como ponto de partida este projeto de pesquisa, o recorte aqui investigado procura entender como a internet pode alavancar novos canais de participação política, avaliando como se dá a participação ou mesmo a mobilização destes alunos no ambiente virtual.

A *web*, dessa maneira, configura-se como um desafiador objeto de pesquisa, já que provoca profundas alterações nos estilos de vida contemporâneos e abre espaço para uma abordagem teórica multidisciplinar. O eixo condutor deste artigo é, então, relacioná-la com a vida política das sociedades modernas, no sentido de também compreender os desmembramentos de uma nova era digital, onde são contemplados conceitos como a *ciberdemocracia*, *cibercultura* e, sobretudo, o *ciberativismo*. Tem-se em mente, não estabelecer uma relação causal entre internet e participação política, mas desvendar o conteúdo social que está camuflado neste processo, buscando novos *insights*, mesmo que se considere a incapacidade de cobrir todos os possíveis aspectos da temática em um momento de velozes transformações tecnológicas (KIES, 2010: 5).

A estratégia metodológica adotada pautou-se na realização de um *survey* com os alunos da graduação da Universidade de Brasília (UnB) a partir da aplicação de questionários compostos por questões abertas e fechadas.² A seleção dos alunos entrevistados foi calculada a partir da elaboração de uma amostra estratificada, considerando o universo dos alunos da UnB que estavam cursando o sexto semestre ou acima desse período, em seus respectivos cursos de graduação diurnos e que faziam parte das 11 (onze) Faculdades e dos 12 (doze) Institutos do Campus Darcy Ribeiro. Foram entrevistados alunos de 44 cursos distribuídos nas três áreas de conhecimento do ensino superior definidas pelo *Cnpq*. Os questionários foram aplicados presencialmente (35) e virtualmente (59)³. Para o cálculo da amostra estabeleceu-se um grau de confiança de 95% e um erro máximo aceitável de 10% ($d = 0,10$).

A definição específica de os alunos cursarem a partir do sexto semestre ou acima, se deu por

1 <http://personaldemocracy.com/catherine-bracy>. Acesso: 09 de dezembro de 2013. Bracy é ex-diretora de tecnologia da campanha política de Barack Obama.

2 Os questionários aplicados tiveram como fonte central as seguintes pesquisas: Juventude e Socialização política- Parlamento Jovem, Belo Horizonte: UFMG, 2008 e *A Desconfiança dos Cidadãos nas Instituições Democráticas*, São Paulo: NUPES-USP, Campinas: CESOP-UNICAMP, 2006.

3 Em função do tamanho da amostra e do número de entrevistadores era essa a viabilidade da pesquisa. Além disso, os questionários foram respondidos na íntegra pela maioria dos entrevistados on-line e suas respostas não diferiram de forma significativa em relação aos presenciais.

conta destes já terem vivenciado algumas formas de participação na universidade ou pelo menos terem algum contato com diversos acontecimentos políticos durante a graduação e a utilização de questões abertas teve como ideia-força o aprofundamento e ampliação das motivações ressaltadas nas respostas dos estudantes, aliando aspectos metodológicos quantitativos a procedimentos de cunho qualitativo.

Por meio das questões abertas deste questionário, evidenciou-se a interpretação de suas motivações para participarem ou não da vida política, a partir dos conteúdos valorativos expressos no discurso desses universitários. Procurou-se, então, dar “voz” aos sujeitos investigados, frisando o sentido subjetivo que os atores sociais dão às suas próprias ações, reconhecendo que a criação de novos cenários políticos escapam ao radar das teorias democráticas que apenas vêem o jogo político com seus atores e estratégias pré-definidos. Mais do que compreender os novos cenários por meio de referenciais destas teorias, eles podem ser, a priori, tomadas como processos vagos, imprecisos e contingenciais cujas perspectivas políticas não se identificam com a lógica do Estado, obrigando rever seus sentidos, seus sujeitos e suas percepções (LACLAU (2013, 2015) e MOUFFE (2015).

Este artigo está dividido em quatro seções. Primeiramente, elucida-se uma discussão sobre os motivos que sustentam o paradoxo democrático. Na segunda seção, pontua-se o surgimento da internet e as reflexões teóricas de três teóricos do *ciberativismo*. Em seguida, é ressaltado como novas formas de participação política podem utilizar a rede virtual como veículo motor e, por fim, evocam-se as principais conclusões.

PARADOXO DEMOCRÁTICO

A democracia liberal enquanto sistema político hegemônico vem enfrentando o “paradoxo da democracia” (DAHL, 2000; GIDDENS, 2005), qual seja: se por um lado há uma firme adesão aos princípios democráticos nos diversos países do globo, por outro lado, verifica-se uma degeneração das instituições políticas tradicionais concomitante a uma baixa participação popular. Elucidar as possíveis explicações sociológicas para esse paradoxo em um contexto de crise de representação política e participação política do mundo atual é o ponto de partida deste texto.

Dahl (2000) constata que a maioria dos cidadãos acredita na ideia de que a democracia é preferível a qualquer outro tipo de governo, fato

confirmado pelos entrevistados: embora 79,8% dos alunos estejam “pouco ou nada satisfeitos” com o funcionamento da democracia no país, 78% deles concordam que ela é ainda a “melhor forma de governo”. Dessa forma, as instituições tradicionais, de uma forma geral, privilegiam interesses especiais e concedem poucos espaços para a participação dos cidadãos, mesmo que haja uma firme adesão aos princípios democráticos.

Vigora, no mundo ocidental, particularmente, um cenário de impasse e paralisia nas instituições clássicas, como parlamento, partidos e sindicatos (instituições do *establishment*), cuja ruptura do vínculo entre a vontade dessas instituições tradicionais de representação com a vontade geral dos cidadãos mostrou-se como pano de fundo das democracias mundo afora.

É relevante, por isso, repensar o processo de funcionamento do poder político frente às constantes transformações expostas pela globalização no século XXI, reconhecendo que os indivíduos, por não confiarem nas tradicionais formas de fazer política, não se sentem representados politicamente pelo atual quadro institucional. Resultado: os índices de participação nas eleições de países com mais longa tradição democrática vêm declinando nas últimas décadas, assim como as filiações às principais instituições representativas. (MIGUEL, 2003; 2011); (MOISÉS, 2005; 2010).

Bauman (2000) observa que, enquanto o capital flui livremente, a política permanece em um nível local. Como avaliar um novo tempo em que as redes de interação social expandem-se para fora das unidades políticas territorialmente definidas pela organização do Estado Moderno? A partir desse questionamento, percebe-se a formação de uma lacuna na capacidade comunicativa entre o Estado e os cidadãos.

Se de um lado, o poder político continua em uma esfera local, por outro lado, os cidadãos acumularam não só uma insatisfação generalizada justificada pela separação entre governantes e governados, como também despertaram, pelo menos por alguns dos entrevistados, pouca vontade de se engajar em um sistema político que carece de “ferramentas comunicacionais” caras ao seu cotidiano. O poder político na esfera local concentra, dessa forma, as decisões em um pequeno grupo de parlamentares e se especializa de forma funcional intensa, distanciando a população da vida pública.

É nesse sentido de descrédito em relação à vida

política, que Nogueira (2013) ressalta que “no Parlamento, as elites políticas fecharam o sistema, fazendo com que ele ficasse mais corporativo e menos refratário às mudanças da sociedade, menos propenso, portanto, a ações reformadoras” (NOGUEIRA, 2013: 33). Torna-se, assim, um ambiente político “tóxico”, onde as oportunidades de participação estão canalizadas em moldes tradicionais que não levam em conta a velocidade dos fluxos de informações disseminados entre os cidadãos, o que culmina na “contaminação” de suas vontades de participar.⁴ Em realidade, os canais participativos que não são formais e nem institucionalizados poderiam ser repensados como novas formas de fazer a política no mundo contemporâneo. Daí, o problema de esgotar a participação do indivíduo somente no período eleitoral. À título de exemplo, apenas 37,2% dos entrevistados da pesquisa realizada “concordam pouco” que seu voto permite influenciar nos acontecimentos do país.

Os partidos também não são admirados pelos cidadãos. Eles parecem nem controlar suas bancadas, nem ser capazes de selecionar lideranças plausíveis. Apresentam propostas oportunistas e pouco densas ao eleitorado, dando-lhes reduzidas margens de escolha. Em verdade, muitos dos entrevistados destacaram a falta de credibilidade dos programas partidários como um motivo central para os afastarem de uma participação política mais efetiva. O sistema criado pelos partidos políticos “não contribuiu para transferir maior politicidade à sociedade civil” (NOGUEIRA, 2013: 21).

Para Moisés (2010), ainda neste quadro de descrédito, a desconfiança generalizada, crescente e longamente duradoura nas instituições políticas, ainda que não coloque em questão a existência da democracia no curto prazo, sinaliza a percepção negativa dos cidadãos quanto à capacidade das instituições públicas de operar seus meios ao realizar as políticas públicas. Embora 79,8% dos alunos entrevistados estejam “pouco ou nada satisfeitos” com o funcionamento da democracia no país, 78% deles concordam que ela é ainda a “melhor forma de governo”.

A partir deste cenário de perda de legitimidade das instituições políticas tradicionais, os dados da pesquisa revelam a baixíssima participação dos universitários na vida política. Mais de

87% dos universitários “não participam” de nenhuma associação, nem é membro de algum conselho, sindicato ou movimento social. Mesmo que 51% dos entrevistados conversem “muito frequentemente” sobre política com amigos, muitos não acreditam nas instituições tradicionais: 74,5% têm “pouca ou nenhuma confiança” no Congresso Nacional, 87,2% tem “pouca ou nenhuma confiança” nos partidos políticos e 62,8% dos estudantes entrevistados têm “pouca ou nenhuma confiança” nos sindicatos

Percebe-se, então, um “descompasso” entre uma sociedade civil que pleiteia por repostas rápidas e eficientes, ao mesmo tempo em que, os canais utilizados pela política não acompanham as demandas requeridas, a saber: de um lado, as instituições tradicionais ficam cerceadas e sobrecarregadas por demandas dos representados, de outro, vislumbra-se uma repolitização da política, sugerindo novas modalidades participativas que sejam capazes de redundar na esfera de decisões do governo.

Podem ser criados, neste sentido, espaços virtuais democráticos que não só ampliam os fluxos de informações e viabilizam debates de diversas temáticas, como também sugerem uma articulação da sociedade civil com a agenda das ações políticas governamentais.⁵ Significa dizer: “o mundo da política institucional e das políticas públicas precisa entrar em compasso com uma sociedade que se modifica com rapidez, que exigirá cada vez melhores serviços públicos, mas que, por enquanto, mantém-se longe das instâncias de tomada de decisão. Deve-se pensar em formas de aproximar esses dois mundos e colocá-los efetivamente em prática.” (ROMÃO, 2013: 17).

Tendo em vista as nuances do “paradoxo democrático”, a discussão parece caminhar para os estudos que problematizem o processo político de forma transcendente aos momentos eleitorais e aos *loci* formais de tomada de decisão. Segundo Nogueira (2014), as sociedades plurais, fragmentadas e velozes, características da globalização em larga escala, passam por um momento de reinvenção. “Reinventar”, na concepção deste autor, exige que a sociedade seja plenamente reabilitada por cidadãos politizados..

4 Entretanto, a partir dos dados coletados, há um forte indício do surgimento de novas formas de ativismo online que buscam ampliar e inovar as formas tradicionais de participação política.

5 O “RNSP (Rede Nossa São Paulo) se apropria de ferramentas interativas e colaborativas da internet para incentivar uma maior participação popular em suas ações políticas” (PENTEADO et AL, 2014: 209).

O ADVENTO DA INTERNET

Em tempos de globalização e tecnoglobalismo, Castells (2003) pontua que a internet passou a ser a base tecnológica para a forma organizacional da Era da Informação e destaca três importantes fatores condicionantes ao seu desenvolvimento: a flexibilização administrativa e mundialização do capital exigidos por uma economia globalizada; a supremacia dos valores individuais e da comunicação aberta; e, sobretudo, a revolução microeletrônica que permitiu avanços extraordinários na computação e nas telecomunicações. Sob essas condições, “o advento da internet tornou-se a alavanca na transição para uma nova sociedade, a chamada sociedade em rede” (CASTELLS, 2003: 8).

Lévy (1996), tendo como base tais valores supracitados, compreende o termo *ciberdemocracia* como o aumento da liberdade de expressão sem precisar de competências particulares e capital econômico, ou seja, o território livre e progressivo que a internet exprime é capaz de transformar-se em uma espécie de ágora digital.⁶ É nesse ponto que se dá talvez o maior propósito das iniciativas digitais, qual seja: o fortalecimento da capacidade concorrencial da cidadania. Este tem como função elevar a oportunidade de participação dos cidadãos nas esferas públicas e sobre decisões administrativas do governo.

Gomes (2011) define *ciberdemocracia* como “qualquer forma de emprego de dispositivos, aplicativos e ferramentas (fóruns, redes sociais) de tecnologias digitais de comunicação para suplementar ou corrigir as ações políticas e sociais do Estado e dos cidadãos” (GOMES, 2011: 27-28). O autor também considera o aumento da transparência por parte do governo e a participação e influência da esfera civil como desdobramentos dessa capacidade concorrencial.

Tal conceito reforça, neste sentido, a sociedade de direitos e promove um ambiente mais propício à participação das minorias, que no ambiente tradicional das instituições políticas, são amplamente ofuscadas pelos grupos de coalizão da estrutura partidária. Enquanto a *cibercultura* engloba investigações de como a internet está propiciando novas formas de identidades coletivas e processos de criação simbólica que integram uma diversidade de atores sociais em espaços

6 Para mais detalhes, ver: <http://www5.usp.br/36407/congresso-internacional-na-eca-debate-ativismo-organizado-na-internet/>. Acesso em: 12 de novembro de 2013.

emergentes de referência cultural (AMADEU, BRAGA & PENTEADO, 2014).

Já Bustamante (2010) inaugura o conceito de cidadania digital ou *hipercidadania*, cujo sentido é fazer um exercício mais profundo da participação política. A noção de *hipercidadania* permite tornar o cidadão comum mais engajado politicamente, já que propõe formas criativas de mobilização. O meio online oferece, desta forma, um forte potencial para participação no sentido de aglutinar indivíduos que antes queriam participar e não tinham canais de oportunidades. As novas possibilidades de acesso, organização, indexação e circulação de conteúdos proporcionam um verdadeiro convite à participação política na análise deste autor.

Valendo-se destes pressupostos, a campanha de Obama (GOMES, 2009), em 2008, foi embasada em um uso versátil da internet, isto é, dava autonomia aos grupos que se formavam no ambiente virtual onde se joga a mobilização voluntária dos cidadãos em torno de um candidato, contrariando as tradicionais campanhas eleitorais que são centralizadas a partir de um viés verticalizado.

O último termo chave na literatura sobre internet e participação é o *ciberativismo*. Este pode ser definido como novas formas de ações políticas colaborativas e participativas em redes digitais, das quais, as manifestações ocorridas em junho de 2013 no Brasil, podem ser consideradas como um potencial exemplo⁷. Naquela ocasião centenas de pessoas foram às ruas em várias capitais do país. Havia um mal-estar generalizado com o sistema político e com os partidos. Grande parcela da sociedade estava altamente insatisfeita com a precariedade do transporte urbano, da infraestrutura, dos serviços de saúde e educação, da segurança e de opções de lazer.

Além disso, bilhões de reais gastos com a Copa das Confederações (2013), Copa do Mundo (2014) e as Olimpíadas (2016) comprometeram

7 O termo acadêmico *Jornadas de Junho* foi usado para referir-se a todas as manifestações ocorridas em diferentes locais do Brasil em Junho de 2013. Não há um consenso estabelecido quanto ao termo mais apropriado para explicar o aparecimento de novas formas de ativismo na cena pública brasileira. Bringel (2013) os define como “levante de Junho”, Gohn (2013) como “novíssimos movimentos sociais” e Singer (2013) como “acontecimentos de Junho”, enquanto Scherer-Warren (2014) as caracteriza como manifestações amplas de cidadania, tratando-se de “agregados de múltiplos coletivos no espaço público com reivindicações conjunturais, mas frequentemente com protestos politicamente heterogêneos, diversificados, e podendo conter antagonismos políticos explicitados ou não, e mobilizados especialmente através das redes sociais virtuais” (WARREN, 2014: 14). Neste trabalho, optou-se pelo termo *Jornadas*.

ainda mais este mal-estar. Durante as Jornadas, vigorava um modelo de governo em que o próprio cidadão era tido como consumidor, a saber: “um modelo centrado no crescimento a qualquer custo, ainda que, no caso do Brasil, acompanhado de uma redução de pobreza e de políticas sociais redistributivas. Mas sem assumir a nova cultura da dignidade e do florescimento da vida para além do consumo” (CASTELLS, 2013: 183) acompanhado pelo “aumento da “classe média trabalhadora” que produziu o aparecimento de certos traços mais propriamente consumistas no comportamento e no imaginário no perfil de seu integrante típico” (NOGUEIRA, 2013: 128).

Em todo o Brasil, as manifestações tiveram como primeiro palco as capitais São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e Porto Alegre e o fator estopim foi o preço abusivo das passagens de transporte público. No entanto, mesmo depois da redução dos preços das passagens de ônibus, como em Porto Alegre por decisão judicial, os protestos não só continuaram, como se espalharam para as demais cidades brasileiras, onde diferentes pessoas foram reunidas com insatisfações generalizadas.

No dia 17 de junho, o Congresso – talvez o nosso mais importante símbolo político do país – foi tomado por centenas de pessoas. Simultaneamente, demais protestos explodiram em outras onze capitais brasileiras. Foi considerada uma data-chave das *Jornadas*. Em diferentes lugares do Brasil, os manifestantes, de forma geral, demonstraram esperança em construir um país melhor, indignação com a desproporção dos gastos com grandes eventos esportivos e entusiasmo pela vontade de participar da vida pública como protagonistas.

O ciberativismo trata, dessa forma, de uma manifestação de ativismo social contemporâneo, onde o emprego das tecnologias da informação e comunicação (TIC's) promove novas modalidades de ação coletiva. Três grandes sociólogos tem se destacado nesta seara do *ciberativismo*, quais sejam: o italiano Paolo Gerbaudo, o argentino Pablo Vommaro e o espanhol Manuel Castells.

Gerbaudo (2012) ressalta que o *ciberespaço* ocupa uma posição de um “não-lugar”, onde tudo acontece, ou seja, onde os indivíduos conectados trocam ideias entre si e com o mundo, atuam como internautas que colam, copiam, replicam, editam, sintetizam e multiplicam as mídias sociais, em milhões de *tweets* e *posts* sobre notícias a respeito dos acontecimentos políticos em geral. Este autor

realiza um rico trabalho de campo etnográfico⁸ ao testemunhar as múltiplas manifestações de ativismo através das redes sociais virtuais.

O sociólogo italiano concentra sua análise em três lócus de ocupação: Praça Tahir (Cairo), Praça do Sol (Madri) e Parque Zucotti (Manhattan).⁹ E tem como objetivo identificar a maneira pela qual as redes sociais virtuais transformam a experiência e as formas de participação nos movimentos sociais contemporâneos. Os *ciberativistas* não estão na posição de deliberar comandos, apesar de sua mensagem influenciar diretamente a maneira pela qual as pessoas agem em conjunto, exprimindo a cena em que sua ação coletiva irá se configurar. Tal movimentação é denominada por Gerbaudo de *choreography of assembly*.

Esta expressão é o conceito basilar de seu aporte teórico. Entende-se como um “processo de construção simbólica de um espaço público que se constrói em torno de um ajuste de cena emocional e um *script* dos participantes na assembleia física” (GERBAUDO, 2012: 12). Os manifestantes adquirem, portanto, certo caráter participativo e libertário da cultura do protesto, a partir de um processo pelo qual o político se redefine e experimenta novas formas de participação que vão desde a esfera *on-line* até o mundo *off-line*, se firmando como auto-organizadas e horizontais.

O uso do termo “coreógrafo” como uma metáfora é para caracterizar essa liderança indireta. De forma análoga aos coreógrafos tradicionais da dança, esses organizadores, em grande parte, são despercebidos durante o protesto. São, na verdade, “líderes que se reportando a ideologia da horizontalidade, não querem ser vistos como líderes de primeira instância, mas cuja definição de cena e o desenrolar da *performance* tem sido decisivo em trazer um grau de coerência” (GERBAUDO, 2012: 13) no desenrolar criativo da manifestação.

A *choreography of assembly* pode, dessa forma, ser um coletivo e não necessariamente uma personificação de um indivíduo. Embora não se apresentem como líderes individuais, as ações do coreógrafo para a preparação do movimento são indispensáveis, tendo em vista que fixam datas e locais de encontro, fazem slogans e constroem,

8 O autor realizou ao todo 80 entrevistas em seu estudo de campo.

9 Referem-se respectivamente a: Revolução Egípcia, aos Indignados na Espanha e ao Occupy Wall Street. Estes diferentes movimentos são analisados diacronicamente, traçando as diferentes fases de seu desenvolvimento. Tanto o papel desempenhado pelos meios de comunicação social em cada um deles foi reconstruído quanto a interação do movimento com outras formas de comunicação foi tomada como relevante.

dessa forma, uma coreografia que compõe o imaginário do movimento, criando a cena geral em volta da qual a manifestação acontece. A adesão ao movimento associa práticas e teorias, redefinindo também o coletivo.

O modo como foi articulado os protestos nas *Jornadas de Junho* de 2013 no Brasil, por exemplo, produziu uma sequência irrestrita de estratégias desde a convocação *on-line* até sua repercussão *off-line*, onde os *ciberativistas* ao disseminar, organizar e repercutir informações via redes sociais virtuais se valeram de inúmeras modalidades para convocar cidadãos brasileiros a “qualquer momento em qualquer lugar”. Estas ações foram fundamentais para o prosseguimento dos protestos. Podemos fazer uma relação com a “coreografia coletiva” de Gerbaudo (2012), na medida em que vimos expressões culturais-artísticas como espaços criativos de manifestação do político por meio de intercâmbios permanentes de estratégias *on-line/off-line*.

Gerbaudo, por tudo isso, parte em defesa das redes sociais virtuais como meios facilitadores para os movimentos sociais contemporâneos. São elas as responsáveis para a construção da *choreography of assembly* que orientam os participantes do protesto de forma dispersa e descentralizada. O *Facebook* e o *Twitter* ganharam destaque através da construção de identificações comuns que acumularam, ou mesmo desencadearam impulsos emocionais durante os protestos. Destaca-se, neste sentido, que o meio virtual atuam como um elemento complementar – e não substituto – às manifestações nas ruas, além de possibilitar a criação de novas formas de proximidade e interação físicas.

Vommaro (2014) salienta que os jovens são os principais protagonistas dos vários processos de mobilização coletiva presentes no atual quadro da América Latina. No entanto, estes processos representam formas contemporâneas da política em um sentido amplo, não se restringindo apenas ao público jovem. Estes movimentos, segundo o autor, ora buscam formas alternativas de participação que escapam dos canais institucionais da política ora assumem um diálogo fluido com o Estado a partir de espaços comunicativos férteis para o desenvolvimento de propostas. (VOMARRO, 2014: 57)

O sociólogo argentino coloca que a política, a partir de seu caráter dinâmico, é submetida a constantes processos de transformações e, por isso, os jovens são seus protagonistas fundamentais.

As novas formas práticas participativas dessa juventude, como o ativismo *on-line* e o uso e apropriação do espaço urbano, não só confere um viés inovador, como também sofisticada modalidades participativas anteriores. A saber, “a juventude se converte em uma causa pública que resulta nos recrutamentos e mobilização de força política” (VOMARRO, 2014: 68)

O *choreography of assembly* de Gerbaudo (2012), é substituído no liguajar de Vomarro (2014), por *carnevalización de la protesta*. Assim como no aporte teórico do sociólogo italiano, a *carnevalización de la protesta* refere-se “a dramatização das identidades do protesto, a captação dos meios de comunicação, a perturbação das relações do espaço público e, sobretudo, a representação de novas maneiras de se conceber a política no mundo contemporâneo. Constitui-se de uma configuração peculiar em torno das ações políticas juvenis, onde o político e o artístico-cultural estão inevitavelmente articulados” (VOMARRO, 2014: 68).

A mensagem de Vomarro (2014) é que esta juventude representa um símbolo de uma política que se reconhece como nova e suas mobilizações na América Latina expressam “uma vocação persistente para promover alternativas inovadoras no campo da participação política no que tange a capacidade de protestar e servir como forte potencial para continuar protagonizando novas mobilizações sociais, conflitos e mudanças (VOMARRO, 2014: 69).

Castells (2013) elucida uma mudança na maneira como a organização das novas formas de ativismo é vivenciada pelos seus participantes. Ele denomina estas novas práticas participativas como “movimentos sociais em rede”. Estes surgem como um projeto calcado nas experiências dos indivíduos, reinventando o papel de como a estrutura democrática funciona e partilhando interesses, ideias e valores que deságuam no espírito coletivo.

A natureza destes movimentos caracteriza-se de forma espontânea e com ocorrência a qualquer momento e em qualquer lugar do mundo, amparada em larga escala pelo uso das TIC's. Equivale a dizer: diferentes formas de indignação são catalisadas em diferentes partes do globo. Segundo o sociólogo espanhol, o espaço da autonomia é uma característica essencial em seu arranjo espacial. Autonomia é definida como a “capacidade de um ator social tornar-se sujeito ao definir sua ação em torno de projetos

elaborados independentemente das instituições da sociedade, segundo seus próprios valores e interesses” (CASTELLS, 2013: 172).

Quadro 1: “Movimentos Sociais em Rede”

CARACTERÍSTICAS BASILARES DOS “MOVIMENTOS SOCIAIS EM REDE”
◇ Descrédito em relação às instituições políticas tradicionais e ao não-funcionamento dos mecanismos de representação;
◇ Desconfiança das informações disseminadas pelos veículos da grande mídia e por corporações financeiras;
◇ Sem lideranças e organizações formais;
◇ Denotam caráter antipartidário;
◇ Sem orientações estratégicas e autoridades verticais (não programáticos);
◇ Têm sua formação e são mobilizados primordialmente via internet (simultaneamente globais e locais);
◇ Uso intensivo das redes sociais virtuais (interação dinâmica entre ciberespaço e espaço urbano);
◇ Conectados em redes de múltiplas formas (multimodais);
◇ Movidos pela tríade: indignação, entusiasmo e esperança.

Fonte: CASTELLS (2013). Adaptação do autor.

NOVAS FORMAS DE PARTICIPAÇÃO POLÍTICA

A participação política é comumente analisada, conforme postula Borba (2012), a partir de comportamentos participativos ocorridos sob a forma de um *continuum*, em termos de custos e complexidade (funciona como uma participação via um receituário de atividades). Os resultados desses estudos indicam que, embora os cidadãos ressaltem suas preferências sobre as políticas do governo, eles não são capazes de determinar os resultados políticos de forma direta.

A identificação de características deste tipo apresenta, contudo, apenas um valor descritivo. Nesse sentido, talvez não tenha sido elaborada uma teoria da participação que levasse em conta a motivação subjetiva dos atores a participarem do mundo político. Sofisticar tal conceito significa abordar um novo conjunto de modalidades de participação, divididas em atividades relacionadas

aos engajamentos cívicos, interações subjetivas, novas formas de ativismo, ao uso político da internet, e não mais restringir a participação a uma lista de ações políticas tradicionais.

Em verdade, 88,30% dos entrevistados “concordam muito” que a participação política dos cidadãos é necessária para a democracia no país, mas não se identificam com as instituições políticas tradicionais, ao demonstrarem “pouca satisfação” (61,70%) com relação ao funcionamento da democracia no Brasil. Desta maneira, imagina-se que as pessoas, mesmo limitadas por valores e interesses que condicionam e possibilitam a sua decisão de participar, sejam capazes de identificar e determinar razões para sua participação (que não precisam ser necessariamente racionais-legais).

Estes sentidos subjetivos que os atores dão às suas próprias ações funcionam como motivações para justificar a sua participação, o que corrobora, de certa forma, a importância de compreender o que leva o ator a participar nas democracias modernas – mais do que saber como ele participa, é interessante analisar o porquê de ele participar, ou seja, o motivo que o leva a participar politicamente.

Mouffe (2015) trata sobre a construção de como articular uma sociedade radical e plural, ao proporcionar um horizonte com ampla democratização social, a partir da construção de equivalência entre diferentes significados. Seu aporte teórico mostra ainda o papel fundamental que as paixões desempenham na política, ressaltando a necessidade de se criar novas formas de identificação coletiva para além dos pressupostos da democracia liberal isenta de possíveis contestações.

A política, na perspectiva de Laclau & Mouffe (2015), é a articulação de elementos heterogêneos, e essa articulação pressupõe a dualidade entre instituir e subverter posições diferentes que acreditamos definir uma intervenção retórica. É somente por meio do confronto entre grupos que o momento especificamente político emerge, pois ele perfaz a natureza contingente e conflituosa dessas relações.

Dessa forma, os jogos metafóricos da política, segundo Laclau (2013), são capazes de suavizar os códigos de linguagem e “dar corpo” aos protestos, fazendo sentido as expressões “coreografia coletiva” apropriada por Gerbaudo (2012) e “carnavalización de la protesta” utilizada por Vommaro (2015) para caracterizar as interações

vividas, sentidas e experimentadas pelos atores políticos nas cadeias de manifestações mundo afora. A importância das redes sociais virtuais é moldar a maneira como os manifestantes pensam e agem em conjunto, coreografando a ação coletiva cuja correspondência depende da capacidade de mediação encontrada nas formas emergentes da participação política.

Gerbaudo (2012) utiliza o conceito “popular” de Laclau (2013) no tocante ao trato dessa nova cultura de ativismo, tendo em vista que são constituídos pelo “povo” os indivíduos que fazem parte das localidades de onde surgem os protestos. Dessa forma, “o campo popular pressupõe, como condição de sua constituição, a construção de uma identidade global a partir da equivalência de uma pluralidade de demandas sociais” (LACLAU, 2013: 137).

A internet propõe, nesta seara de novas modalidades participativas, mecanismos que possam engendrar uma atuação mais forte dos indivíduos na discussão da vida pública. As novas formas de produzir política sugerem, assim, múltiplos vínculos entre representantes e representados. Se em um cenário de crise de representação das democracias contemporâneas temos partidos políticos fragilizados e desconfiança em relação aos políticos, os estudos de internet e participação política apontam na direção de processos globais que redefinem as possibilidades de comando nos Estados nacionais.

A participação eletrônica, do mesmo modo, é comumente dividida pela literatura em dois campos: o *e-Democracy* (democracia digital e *ciberdemocracia* são sinônimos deste conceito) pressupõe participação política através da internet por meio de processos de deliberação pública e o *e-Government* (governo eletrônico) compõe os processos da gestão pública, a saber, como as TIC's são aplicadas às funções de governo, buscando atender as demandas por serviços públicos, como a transparência e *accountability*.

Neste cenário, Gomes (2011) destaca iniciativas *online* que articulam ferramentas, dispositivos e aplicativos para realizar determinadas funções dedicadas a resolver problemas ou alcançar propósitos específicos, tais como: o projeto de petições *online* do parlamento britânico¹⁰,

10 Disponível em: http://www.clickciencia.ufscar.br/portal/edicao12/reportagem4_detalhe.php Acesso em: 21 de Julho de 2014. Em verdade, a Inglaterra é o país mais avançado na seara do governo eletrônico.

a cidade digital de Hoogeveen¹¹, o projeto *Youngscot*¹², o projeto *E-democracia* da Câmara dos Deputados¹³, o portal *Contas Abertas*¹⁴ e o portal *Transparência Brasil*¹⁵.

Sendo assim, tais iniciativas representam novas possibilidades da participação digital que rompem com as tradicionais formas dos processos políticos. E a criação de novos portais virtuais segue a todo vapor em várias partes do planeta. No Brasil pós-Junho de 2013, por exemplo, novos portais foram criados, entre eles: o Causa Brasil, o Politize! e o Elefante Branco. Avritzer (2016) mostra que a plataforma Causa Brasil “sistematizou os dados de mais de 1,2 milhão de postagens nas redes sociais virtuais durante as manifestações de Junho de 2013” (AVRITZER, 2016: 75). O Politize! foi criado após as *Jornadas de Junho* de 2013 quando seus mentores perceberam que havia um “vácuo” entre a política e a sociedade. O portal é uma tentativa de colocar uma tecla “SAP” na política para simplificá-la e prevê o uso de infográficos, vídeos, games e textos para tornar o assunto mais interessante para os jovens.¹⁶ Já o projeto dos “Elefantes Brancos” foi criado para mapear obras condenadas pelo Tribunal de Contas da União (TCU). Vale destacar que o termo “elefante branco” é convencionalmente utilizado para designar obras do governo sem utilidade pública e este portal funciona como uma agência de turismo que “leva seus usuários aos destinos mais superfaturados do Brasil”.¹⁷

11 A cidade digital de Hoogeveen compreende “a formação de uma rede de cidadãos que forneceria uma plataforma aberta para a expressão cultural e o debate comunitário de questões públicas, além da experimentação com um novo meio de comunicação” (CASTELLS, 2003: 123)

12 Portal criado na Escócia para alavancar a participação política da juventude do país. Disponível em: <http://www.youngscot.org/> Acesso em: 21 de Julho de 2014.

13 Busca promover a participação política da sociedade brasileira em geral à respeito dos temas políticos caros ao país. Ver: <http://edemocracia.camara.gov.br/o-que-e#.U82of-NdUvA> Acesso em: 21 de julho de 2014.

14 Este portal promove uma fiscalização e acompanhamento da utilização de recursos públicos. Disponível em: <http://www.contasabertas.com.br/website/institucional> Acesso em: 21 de julho de 2014.

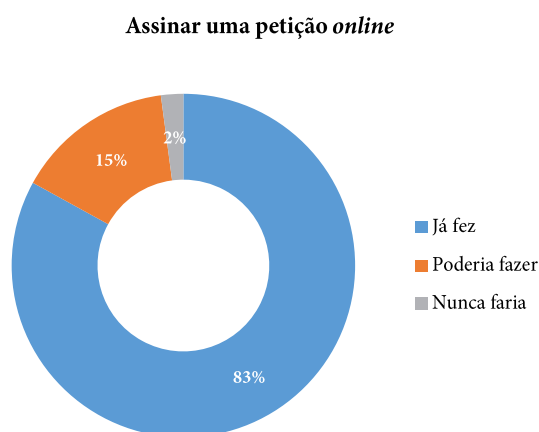
15 Este portal é um exemplo de como exercer um controle mais firme e sistemático dos cidadãos sobre seus dirigentes, onde a disseminação de informações implica favorecer o controle do sistema político e, simultaneamente, buscar *accountability* e responsividade por parte dos representantes. Sob este ponto de vista, seu êxito instiga associações cívicas a pleitear por melhores atuações do governo e acompanhar “de perto” a ação política da esfera pública. Ver: <http://www.transparencia.org.br/> Acesso em: 22 de Julho de 2014.

16 Disponível em: <http://dc.clicrbs.com.br/sc/noticias/noticia/2015/01/projeto-catarinense-de-educacao-politica-ganha-premio-no-forum-economico-mundial-em-davos-na-suica-4687105.html> Acesso em: 20 de Janeiro de 2016.

17 Disponível em: <http://elefantebranco.org/> Acesso em: 10 de Janeiro de 2016.

Tendo como base que essas novas modalidades de ativismo abre a possibilidade de pensar como a questão democrática está presente nas discussões atuais sobre as TIC's, quais seriam então as principais formas de participação política destes alunos no ambiente *on-line* a partir do banco empírico coletado? A maioria esmagadora (83%) já assinou manifestos ou abaixo-assinados *on-line*, demonstrando ser uma forma de ação política bastante usual no seu cotidiano. Batista (2013) pontua que “o conforto trazido pelo não deslocamento e a realização da manifestação *on-line* diminui os custos envolvidos na participação” (BATISTA, 2013: 63).

Gráfico 1: Petição *Online*



Fonte: Dados da pesquisa. Elaboração do autor.

Grande parte desses universitários estiveram presentes nas *Jornadas de Junho* de 2013 (56%) e admitiram ser amplamente “favoráveis” a elas (75%). Mas como eles souberam dessas manifestações? Verificou-se que 92,6% dos estudantes souberam pelas redes sociais virtuais¹⁸ e 47,9% por meio dos *web sites*, indicando o papel basilar que a internet exerceu na convocação e mobilização dos estudantes entrevistados, o que confirma, a priori, a constituição de formas mais interativas na organização do movimento.

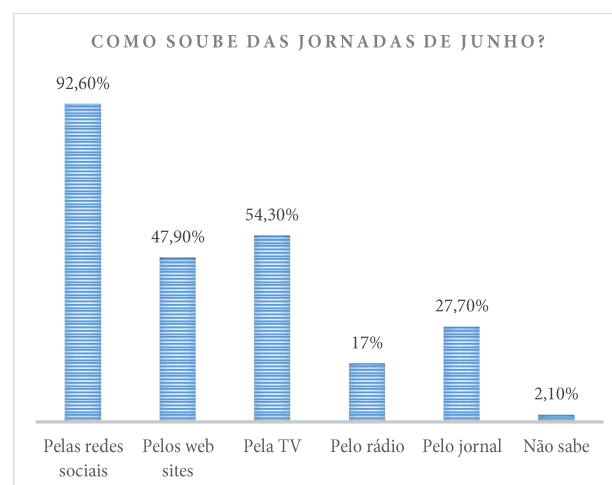
Embora pesquisas revelem também que a maior parte dos usuários da rede virtual faz seu uso para assuntos privados e serviços ligados

18 “A Internet se tornou um instrumento de mobilização política e participação mais direta e contínua... O Brasil já é o segundo maior mercado do mundo de Facebook, com mais de 58 milhões de contas, e do Twitter não fica muito atrás, com mais de 40 milhões.” (KNIGHT, 2013: 6)

ao entretenimento¹⁹, a internet parece apontar como uma alternativa bastante proveitosa para a participação destes alunos. Os canais virtuais são empregados, dessa forma, para restituir uma nova experiência do meio político, onde formas de mobilização e organização convergem indivíduos altamente dispersos, de forma a “conectar o ciberespaço com o espaço urbano numa interação implacável e constituindo, tecnológica e culturalmente, comunidades instantâneas de prática transformadora” (CASTELLS, 2013: 20).

Os indivíduos que se expressam nas redes sociais virtuais podem, de alguma forma, reassumir sua participação da vida política da sociedade. Por este canal comunicacional, torna-se mais fácil expressar suas opiniões individuais de forma imediata e instantânea que atende ao caráter dinâmico da comunicação no mundo globalizado e confronta com as modalidades usuais da participação política.

Gráfico 2: Jornadas de Junho de 2013



Fonte: Dados da pesquisa. Elaboração do autor.

Mas a questão-chave é entender o que motivaria estes jovens a participarem das manifestações? A dimensão interativa dos sujeitos investigados é diagnosticada a partir das respostas dos atores políticos baseadas em suas percepções e orientações subjetivas acerca de suas motivações. Neste sentido, os entrevistados justificaram seus interesses, principalmente pela crença de que movimentos dessa natureza podem mudar a realidade do país (43% das respostas), e/ou são a expressão da insatisfação com a atual situação brasileira e indignação com os nossos políticos (25 % das respostas).

Percebeu-se, a partir de suas respostas, a formação de laços sociais interligados que, por

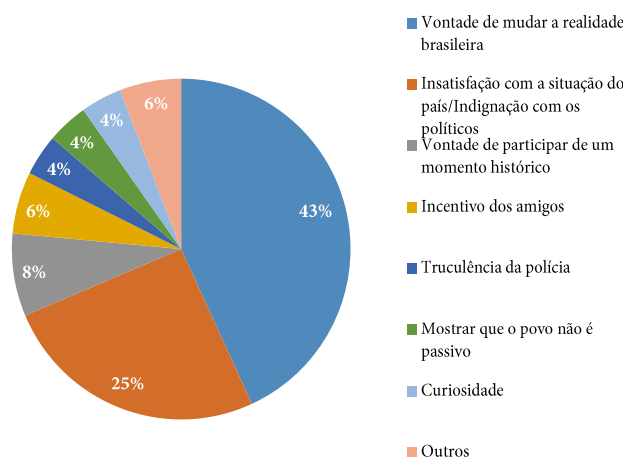
19 Disponível em: <http://pesquisa.ufabc.edu.br/nuvem/linhas.html> Acesso em: 22 de Julho de 2014.

meio de emoções afetivas constroem um espaço comum de ideias que comunica representações do coletivo reconhecidas nos protestos, como também a disposição de um volume incalculável de informações presentes na *web* que se dá em meio a processos colaborativos dos indivíduos.²⁰ O que explica, de certa forma, a utilização de # (hashtags) para inúmeras campanhas políticas que se tornaram virais na internet.²¹

A “geração Hashtag” formada pelas mobilizações coletivas da juventude na era da internet é destacada no trabalho de Feixa et al (2016). Estes jovens estiveram presente nos inúmeros protestos sociais que sacudiram o mundo nos últimos anos entre 2009 e 2014 (Primavera árabe, *Indignados* na Espanha, *Occupy* nos Estados Unidos, *Jornadas de Junho* no Brasil, #YoSoy132 no México, os protestos dos estudantes em Hong kong) sob a convocação da rede virtual. A saber: “todos estes movimentos surgiram no meio virtual, criaram hashtags que se converteram em Trending Topics (tendências mundiais) e consolidaram o papel mobilizador das redes sociais virtuais em geral e do Twitter em particular” (FEIXA ET AL, 2016: 111).

A geração # (hashtag), segundo Feixa et al (2016), perfaz uma nova fase da sociedade em rede, caracterizada pela supremacia das redes sociais virtuais. Uma de suas características basilares é a indexação (classificação numérica e temática) dos atores participantes respeitando afinidades sociais, ideológicas e culturais, assim como uma multiplicação exponencial das capacidades de conexão e colaboração entre os jovens. Esta geração inaugura “novas formas de protestos, onde jovens de distintos países participam de manifestações convocadas pelo meio virtual e propagadas e organizadas por telefones móveis” (FEIXA ET AL, 2016: 111).

Motivações para participar das Jornadas de Junho de 2013



Fonte: Dados da pesquisa. Elaboração do autor.

Seria possível 44% dos estudantes entrevistados confiarem pouco na internet? Não seria contraditório? Aparentemente sim, mas ao atentar-se para as entrelinhas que esses dados revelam, talvez não seja tão óbvio quanto parece. Depreende-se que a maioria dos universitários desconfia das informações encontradas na rede (mesmo sabendo que eles podem ser mobilizados por ela), e não perdem sua razão. Governo, instituições públicas, empresas privadas monitoram a vida dos cidadãos.²² E mesmos estes últimos promovem uma vigilância entre si.

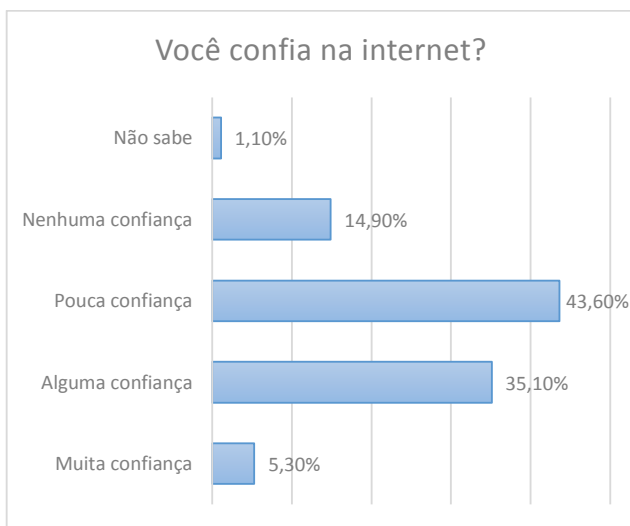
A noção do “panóptico invertido” aparece, então, com intuito de sofisticar o esquema panóptico (FOUCAULT, 1977) e ganha visibilidade em um tempo pautado pela globalização da vida social, onde não só o governo irá monitorar a sociedade, e sim os indivíduos poderão se monitorarem entre si, por meio de um controle que ocorre, primordialmente, nos mecanismos proporcionados pelas TIC’s, a exemplo: postagens, compartilhamentos, curtidas, tuítes, replicações nas redes sociais virtuais, entre outros.

20 A literatura denomina tais processos colaborativos como “inteligência coletiva” e Pierre Lévy os definem como “ecossistema de ideias”, conforme seu discurso proferido no dia 15 de Abril de 2014 no Auditório Nelson Rodrigues na II Bienal Brasil do Livro e da Leitura, realizada em Brasília-DF.

21 No caso brasileiro, vale destacar a campanha virtual recente que as feministas lograram fazer em represália ao texto da Revista *Veja* “Bela, recatada e do lar” em referência a Marcela Temer. Várias mulheres publicaram fotos revelando situações em que a sociedade machista acredita não ser para a mulher realizar, valendo-se da # Bela, recatada e do lar. Disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/politica/bela-recatada-e-do-lar-materia-da-veja-e-tao-1792> Acesso em: 2 de Maio de 2016.

22 “Spam, fraudes, roubo de dados, invasões de privacidade constituem o lado sombrio da internet... Enormes quantidades de informações estão sendo coletadas ou obtidas de forma subreptícia por agências de espionagem governamentais e empresariais.” (KNIGHT, 2013: 13-14)

Gráfico 4: Confiança na internet



Fonte: Dados da pesquisa. Elaboração do autor.

A questão é que ancorar-se em uma justificativa de que a internet seria uma rede de comunicação anárquica e sem controle é “patinar no vazio sem atrito”, ou seja, é usufruir de uma explicação essencialista que só tem a ofuscar o debate aqui preterido. Ela não pode ser encarada como a solução para a carência de participação política, ao mesmo tempo em que não se pode culpá-la pelas pessoas não participarem da vida pública. Esta justificativa não se verificou no plano empírico, já que os dados coletados desta pesquisa ressaltam um grande diferencial das redes sociais virtuais na mobilização dos estudantes.

Mais do que isso: as pessoas que já não participam da política, talvez não comecem a participar por conta da internet. Esta não tem essa capacidade unívoca de convocar cidadãos à vida política. Seria ingênuo contar com essas expectativas. O que se pode oferecer, na verdade, é um *surplus* para os cidadãos participarem da vida pública, visto que há uma apropriação social da tecnologia cuja motivação é imediata, pouco custosa e eficiente e, portanto, não demanda atribuições que impõe sacrifícios enormes para o indivíduo engajar-se politicamente.

O que se convencionou chamar de *bottom-up* são as possibilidades de comunicação interativa de baixo-para-cima ao “fazer pessoas que nunca se importaram com política, se importar com política” (SAVAZONI & COPELLO, 2016: 130). O *bottom-up* é justamente a prática que permite agregar até aquele indivíduo que outrora estava desinteressado pela participação política, que, agora, com canais interativos, pode ser motivado a participar do mundo político.

Prova dessa situação, é a baixíssima participação desses universitários em instituições associativas e representativas. A crise na participação é sentida, a priori, no ambiente *off-line*, e a internet pode mobilizar (ou pelo menos fazer um esforço) na recuperação pelo gosto da participação no campo político, e não ser a solução para a crise de representatividade vivida pelas democracias contemporâneas. Significa dizer: “a internet não promove automaticamente a participação política e nem sustenta a democracia; é preciso, antes, olhar tanto para as motivações dos sujeitos quanto para os usos que eles fazem dela, em contextos específicos.” (MAIA, 2011: 69)

CONCLUSÃO

Com base neste estudo e em um cenário onde a velocidade das mudanças proporcionadas pelas TIC's se dá em um ritmo diferente do funcionamento das instituições tradicionais das democracias modernas, a possibilidade de conectar internet à participação política aparece como uma alternativa para dinamizar os espaços públicos urbanos. Este texto, conforme visto, tratou das tensões nas formações sociais contemporâneas entre a aceitação da democracia como sistema político e a desconfiança nas instituições e canais de participação existentes que suportam este regime ao revisar a literatura sobre esta questão e apresentar um estudo de caso.

Os dados coletados, no entanto, não permitem responder proveitosamente a pergunta que se propõe no título, mas indicam que a participação via canais institucionais da política, pelo menos no ambiente acadêmico, perfaz sinais de esgotamento, dada a baixíssima participação dos universitários diagnosticada na pesquisa. Mais do que isso: no momento em que explodiu as *Jornadas de Junho* de 2013, verificou-se uma mobilização intensa desses universitários por meio de canais *on-line* interativos, como as redes sociais virtuais, o que não só desmistificou o cenário de uma amorfia e descontinuidade em termos de participação conforme apontavam vários estudiosos (MESSENBURG, 2015: 2), como também essas novas formas de mobilização representaram e continuam a representar novas formas de se pensar e fazer a política no mundo contemporâneo. Trata-se de entender práticas participativas emergentes que transbordam para além dos canais institucionais da política.

A própria globalização da comunicação possibilita a *web* ser uma potencial ferramenta

de luta política, na qual o espaço virtual é complementar às formas de mobilização coletiva no plano *off-line*. Não há, portanto, como pensá-los de forma separada. É possível dizer que “a internet, conjugado com um novo tipo de *ciberativismo* político, possa impactar novas formas de mobilização social, fazendo com que a democracia se veja obrigada a repensar suas formas de participação política, mesclando arenas *off-line* e *online*.” (FERREIRA, 2012: 42)

O uso interativo da internet atua, por tudo isso, como potencial ferramenta para a promoção de novas formas de participação política - traduzidas, ou não, em mecanismos de ativação da cidadania e repolitização do social - para além das abordagens dicotômicas que, por um lado, defendem entusiasticamente o potencial democratizador desse instrumento como uma espécie de “*ágora digital*”, por outro, observam a expansão da internet como tendência à alienação e à desmobilização, o que implica pensar novas formas colaborativas que levem em conta a motivação subjetiva dos atores.

A esperança para reconectar cidadãos e instituições política é, portanto, um grande desafio para vários países mundo afora. As manifestações estudantis de 2012 em Quebec²³, os manifestantes turcos, conhecidos como *taksim*, que se concentraram na praça Taksim em Istambul para protestar contra um primeiro-ministro fundamentalista islâmico semifascista, novos movimentos de indignação que explodiram em Hong Kong em 2014, o movimento estudantil forte no Chile, além de embriões surgindo na Colômbia, no México e no Uruguai e as próprias *Jornadas de Junho* de 2013 no Brasil são exemplos recentes destes protestos em larga escala.

O fator “a qualquer momento em qualquer lugar” vale para todas estas novas formas de ativismo que têm traços organizativos semelhantes, um viés claro de espontaneidade e demandas peculiares em cada lugar. Neste artigo, é *mister* destacar que o *ciberativismo*, articulado com as redes sociais virtuais e ambiente *off-line*, criou novas modalidades de participação que fogem “ao radar dos analistas que apenas vêem o jogo esperado da grande política com seus atores e estratégias já definidos”. (PARRA, 2013: 142). O debate está em curso e certamente a *web*

nos permite vislumbrar novos *insights* para as democracias contemporâneas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- AMADEU, Sérgio; BRAGA, Sérgio & PENTEADO, Cláudio (2014). *Cultura, Política e ativismo nas redes digitais*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- AVRITZER, Leonardo (2016). *Impasses da democracia no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- BATISTA, Carlos Marcos (2013). *Participação Eletrônica: informação cidadã nos municípios europeus e sul-americanos*. *Revista do Ceam*, vol. 2 n° 1, jan./jun., pp. 61-85.
- BAUMAN, Zigmunt (2000). *Em busca da política*. Rio de Janeiro: Editora Zahar.
- BORBA, Julian (2012). *Participação Política: uma revisão dos modelos de classificação*. *Revista Sociedade e Estado*, vol. 27 n° 2, pp. 263-288.
- BRINGEL, Breno (2013). *Miopias, sentidos e tendências do levante brasileiro de 2013*. *Insight Inteligência* (Rio de Janeiro), vol. 62, pp. 42-53.
- BUSTAMANTE, Javier. (2010) “Poder Comunicativo, ecossistemas digitais e cidadania digital”. In: SILVEIRA, Sérgio Amadeu (org.) *Cidadania e Redes Digitais*. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 11-35.
- CASTELLS, Manuel (2003). *A galáxia da Internet*. Rio de Janeiro: Editora Zahar.
- CASTELLS, Manuel (2013). *Redes de Indignação e Esperança: Movimentos Sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Editora Zahar.
- DAHL, Robert A. (2000). *A democratic paradox? Political Science Quarterly*, n° 115(1), pp. 35-40.
- FEIXE, Carles; Fernández-Planells, Adriana & Figueras-Maz, Mónica. (2016) *Generación Hashtag. Los movimientos juveniles en la era de la web social*. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 14 (1), pp. 107-120.
- FERREIRA, Dimas Enéas Soares (2012). *Participação e deliberação: análise do impacto dos usos das novas tecnologias digitais na dinâmica dos orçamentos participativos de Belo Horizonte e Recife*, tese de doutorado, UFMG, Belo Horizonte.
- FOUCAULT, Michel. (1977) *Vigiar e Punir*. Petrópolis: Vozes, pp. 187-213.
- FUKS, Mario. (2008) *Juventude e Socialização política - Parlamento Jovem*, Belo Horizonte: UFMG.
- GERBAUDO, Paolo. (2012) *Tweets and the streets Social Media and Contemporary Activism* London: Pluto Press.
- GIDDENS, Anthony (2005). *Sociologia*. Porto Alegre: Editora Artmede.
- GOHN, Maria da Glória. (2013) *Sociologia dos Movimentos Sociais*. São Paulo: Editora Cortez.
- GOMES, Wilson. (2011). “Participação política online: questões e hipóteses de trabalho”. In: Maia, Rousiley et al (org.s) *Internet e participação política no Brasil*, Porto Alegre: Sulina.
- GOMES, Wilson et al. (2009). *Politics 2.0: a campanha online de Barack Obama em 2008*. *Revista de*

23 Foram diversos protestos organizados por agremiações estudantis no Estado contra uma proposta do primeiro-ministro Jean Charest para aumentar a anuidade das universidades de 2168 dólares para 3793 dólares canadenses entre 2012 e 2017. Ver: MASSIAH (2016).

- Sociologia e Política, Curitiba, v. 17, n. 34, p. 29-43.
- KIES, Raphaël. (2010). *Promises and Limits of Web-Deliberation*, New York: Palgrave Macmillan.
- KNIGHT, Peter T. (2013). Insuficiência estratégica restringe o progresso A Internet no Brasil. *Braudel Papers*, São Paulo, n. 48, p. 1-16.
- LACLAU, Ernesto. (2013) *A razão populista*. São Paulo: Três Estrelas.
- LACLAU, Ernesto & MOUFFE, Chantal. (2015) *Hegemonia e Estratégia Socialista Por uma política democrática radical*. São Paulo: Intermeios.
- LÉVY, Pierre (1996). *O que é ser virtual?* São Paulo: Editora 34.
- MAIA, Rousiley Celi Moreira. (2011). "Internet e esfera civil: limites e alcances da participação política". In: Maia, Rousiley et al (org.s) *Internet e participação política no Brasil*, Porto Alegre: Sulina.
- MASSIAH, Gustave. (2016) *Estratégias dos movimentos e projeto de emancipação Le Monde Diplomatique Brasil*, ano 9, nº 104, mar.
- MESSEMBERG, Débora (2015). O paradoxo da democracia: a participação política dos alunos da Universidade de Brasília. *Civitas*, v. 15, n. 1, pp. 1-23, jan.-mar
- MIGUEL, Luis Felipe (2003). *Representação Política em 3D*. RBCS, Vol. 18, nº 51, pp. 123-140.
- MIGUEL, Luis Felipe (2011). *Representação democrática: autonomia e interesse ou identidade e advocacy*. Lua Nova, São Paulo, nº 84, pp. 25-63.
- MOISÉS, José Álvaro. (2006) *A Desconfiança dos Cidadãos nas Instituições Democráticas*, São Paulo: NUPES-USP, Campinas: CESOP-UNICAMP
- MOISÉS, José Álvaro. (org). (2010) *Democracia e Confiança – Por que os cidadãos desconfiam das Instituições Públicas?* São Paulo: Editora Edusp.
- MOUFFE, Chantal (2015) *Sobre o político*. São Paulo: Martins Fontes.
- NOGUEIRA, Marco Aurélio (2013). *As Ruas e a Democracia Ensaio sobre o Brasil Contemporâneo*. Rio de Janeiro: Editora Contraponto.
- PARRA, Henrique. Z. (2013) *Jornadas de Junho: uma sociologia dos rastros para multiplicar a resistência*. *Revista Pensata*, v.3, n.1, p. 141-163.
- PENTEADO, Claudio Luis de Camargo; SANTOS, Marcelo Burgos Pimentel & ARAÚJO, Rafael de Paula (2014). *Democracia, Sociedade Civil Organizada e internet: estratégias de articulação online da Rede Nossa São Paulo*. *Sociologias (UFRGS. Impresso)*, v. 16, p. 206-235.
- ROMÃO, Wagner de Melo (2013). "As Manifestações de Junho e os Desafios à Participação Institucional". *Boletim de Análise Político-Institucional*, 4, Brasília, IPEA, p. 11-20.
- SAVAZONI, Rodrigo & COPELLO, Kalinka (2016). *Brasil In: SORJ, Bernardo & FAUSTO, Sergio. Ativismo político em tempos de internet*. São Paulo: Edições Plataforma Democrática.
- SCHERER-WARREN, Ilse (2014). *Dos movimentos sociais às manifestações de rua: o ativismo brasileiro no século XXI*. *Política & Sociedade (Florianópolis)*, vol. 13, nº 28, Set./Dez. pp. 13-34.
- SINGER, André. (2013). *Brasil, Junho de 2013 Classes e ideologias cruzadas*. *Novos Estudos Cebrap*, nº 97, novembro, pp. 23-40.
- VOMMARO, Pablo. (2014) *La disputa por lo público em América Latina Las juventudes en las protestas y em la construcción de lo común*. *Revista Nueva Sociedad*, n. 251, p. 55-69, mayo-junio.

Prácticas culturales en la era digital: un análisis del caso *Ice Bucket Challenge*

Omar Cerrillo Garnica
ocerrillo@hotmail.com
Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México

Resumen

El presente texto hace un análisis sobre la práctica conocida como Ice Bucket Challenge, una paradoja en sí: es altruismo a través de Internet para combatir una enfermedad muy lesiva y poco estudiada, y también se trata de un acto lúdico e insulso que empresas digitales y figuras públicas usaron para ganar publicidad y dinero. Se aborda el caso desde los conceptos de prácticas culturales, coyuntura y economía política para explicar su dimensión cultural. El objetivo es mostrar que los fenómenos virales de la Web 2.0 no son actos fortuitos, sino que llevan consigo muchas estrategias de reproducción de la economía, política y cultura vigentes..

Palabras clave: cultura digital, prácticas culturales, economía política

Introducción

Ya desde los años noventa, existían dos posturas en cuanto a los posibles efectos que podría generar Internet (Mattelart, 2002: 141). Por una parte estaban los apologistas, que auguraban que la capacidad técnica de la red facilitaría las interacciones dando una nueva dinámica al mundo, al grado de poder generar la dichosa “sociedad de la información”. En este grupo podemos ubicar a Manuel Castells, Daniel Bell, John Naisbitt o Alvin Toffler.

Por otro lado se encontraban los críticos que consideraban que la era de la red sería una suerte de “fin del mundo”, en la cual los seres humanos centrarían sus relaciones en la banalidad y la trivialidad. En este bloque se encuentran los pensadores posmodernos como Jean Baudrillard, François Lyotard, Giles Lipovetsky, entre otros más.

Ya adentrados en la segunda década del siglo XXI, se puede afirmar que la realidad de esta cultura digital tiene un poco de ambas cosas. Hemos visto las maravillas de tener una herramienta poderosa que facilita las comunicaciones entre lejanos y también los cercanos. Ahora es posible que cualquier ciudadano del mundo pueda financiar proyectos artísticos, deportivos o científicos con tan sólo un clic. Se ha roto el monopolio informativo de los medios de comunicación tradicionales al difundir de forma inmediata acontecimientos relevantes. Pero también es importante señalar que hemos visto actos que rayan en la sinrazón. Millones de personas que gustan de ver videos triviales, como

hacer cosas estúpidas para golpearse y lastimarse; los *selfies* absurdos de gente enjabonándose en el baño –por citar apenas un caso–, o la discusión sobre si el vestido en una foto es de colores blanco y negro, o dorado y azul.

En este trabajo se analizará un fenómeno que tiene un pie en cada ámbito: el Reto de la Cubeta Helada. Es un acto virtuoso de Internet porque gracias a esta cadena de desafíos se recaudaron fondos millonarios para la investigación en Esclerosis Lateral Amiotrófica, una cruel enfermedad que va minando las capacidades motoras de quienes la padecen. Sin embargo, no podemos perder de vista que también se trata de una broma más en Youtube, que sirvió para divertir a las multitudes deseosas de un acto fuera de lo común.

La pregunta que surge es cuál de estos dos criterios tendríamos que considerar para calificar estos actos tanto irracionales como filantrópicos como el Ice Bucket Challenge (IBC), como se conoció originalmente en inglés. En este trabajo analizaremos este caso utilizando herramientas propias de los estudios culturales y la economía política para profundizar en este ejemplo de la cultura digital del siglo XXI.

La cultura en la era digital

Mucho se ha debatido sobre el papel que guardan las revoluciones tecnológicas en materia comunicativa en la sociedad, siempre con la gran tentación de explicarlo todo desde el determinismo tecnológico. Los autores más

solicitos para esta postura suelen ser el canadiense Marshall McLuhan (1964) y su célebre “el medio es el mensaje”; o de forma más reciente Manuel Castells (1999) y su “sociedad red”, que también ha sido utilizada por aquí y acullá.

Una teoría determinista poco explorada, con fuertes bases históricas y marxistas es la propuesta por Donald Lowe (1986) quien hace una relación entre los medios de comunicación, la jerarquía de los sentidos y el orden epistémico. A través de este entramado conceptual establece la forma en la que los medios determinaron la forma de percibir y de conocer en las distintas etapas históricas, desde la tradición oral en la antigüedad, pasando por la escritura quirográfica medieval, hasta la escritura tipográfica de la imprenta de Gutenberg. El último estadio del recorrido histórico es lo que llama la “cultura electrónica”¹, la cual establece como una nueva forma de percepción donde se extrapola la vista y el oído generando una episteme sincrónica, muy distinta a la taxonomía espacial y objetual. En otras palabras, el sistema de organización del conocimiento es modificado por los medios de comunicación, en este caso, los de orden electrónico hacia un sistema caótico y menos ordenado.

Si bien comparto este punto de vista sobre la estrecha relación que guardan los medios de comunicación con nuestra forma de percibir y de conocer, hay mucho más que considerar en la construcción de la cultura que la existencia de determinadas bases tecnológicas en términos comunicativos. La propuesta de este trabajo parte del reconocimiento de un cierto grado de determinismo de las tecnologías comunicativas en la formación de la cultura, pero sólo desde la perspectiva de que el medio es el soporte material de una serie de prácticas que se desprenden de su apropiación y uso en condiciones sociales, políticas y económicas existentes en un contexto determinado. Sin ello, la tecnología es exigua.

Tomemos como ejemplo la clásica película sudafricana *The Gods Must Be Crazy* (Uys, 1980). La trama gira en torno a una tribu bosquimana que habita en el Kalahari y nunca ha tenido contacto con el mundo moderno. Cierta día, una avioneta sobrevuela la aldea y el piloto arroja una botella de Coca Cola. Xi –así se llama un habitante de la tribu– toma el artefacto y lo lleva a la aldea, donde los ancianos lo consideran un regalo de los dioses. Esa inane botella de Coca Cola

¹ Cabe aclarar que, por la época en la que escribe Lowe (los años ochenta), aún no está hablando de Internet, sino de medios como la televisión, la radio y el teléfono.

transforma la vida de la localidad, pues a partir de la apropiación material y simbólica del nuevo artefacto se suscitan una serie de hechos insólitos que orillan a cambiar la primera percepción sobre aquel objeto y se determina que el artefacto ha sido una trampa de los demonios y debe ser arrojado en los confines del mundo.

El toque cómico de la película está dado por la dislocación del artefacto en cuanto a su contexto histórico, político, económico, pero sobre todo, cultural. Como bien lo especifica Slavoj Žižek (2012), una Coca Cola es también portadora de ideología:

“Coca Cola es la cosa real. (...) ¿Por qué es la cosa real? (...) Es ese misterioso “algo más”, el indescriptible exceso que es la causa objetual de mi deseo. En nuestra sociedad posmoderna, estamos obligados a disfrutar. El goce se convierte en un loco y perverso deber. La paradoja de la Coca es que, si estás sediento, la bebes; pero, como todo mundo sabe, entre más la bebes, más sediento estarás. El deseo nunca es simplemente el deseo por una cosa determinada, es siempre también el deseo por el deseo en sí mismo. El deseo por continuar deseando.”² (Žižek y Žižek, 2012).

Žižek nos revela cómo es que esta bebida refrescante deja de ser un simple producto en los refrigeradores de las tiendas para convertirse en un objeto portador de ideología. Si descontextualizamos y desarticulamos el consumo y el deseo, esa misma Coca Cola se convierte en algo muy diferente, donde la cultura lo explica a partir de ciertas propiedades místicas que resultan invisibles en las condiciones en las que acostumbramos a abordar ese extraño objeto del deseo. Coca Cola no es un medio de comunicación en sí mismo³, pero sí es un elemento propio de esa cultura electrónica a la que alude Lowe⁴.

La cultura digital no sólo es una cuestión de los medios que la soportan, sino también conlleva una serie de prácticas que la componen. De acuerdo con Stuart Hall (1994), la cultura “está

² Traducción propia a partir del video en DVD.

³ Žižek recupera la publicidad televisiva del popular refresco de cola para recordarnos que se trata de una presencia habitual en la comunicación de masas.

⁴ Para Lowe (1986), la cultura electrónica no se reduce a la cultura digital, pues incluye medios como “el telégrafo, el teléfono, el fonógrafo, la radio, el cinematógrafo, el televisor, la videocasetera, el tocadiscos” y deja la puerta abierta a “la computadora, más otros que están por venir” (p. 18).

imbricada con todas las prácticas sociales, y es la suma de sus interrelaciones” (p. 5). Permítaseme aquí retomar el texto de una broma que vi en Facebook. Cito el meme:

Estoy intentando hacer amigos fuera de *Facebook*. Salgo a la calle y voy dando voces diciendo a la gente lo que he comido, cómo me siento, lo que estoy haciendo y lo que haré más tarde. Escucho las conversaciones y grito “me gusta”. De momento ya tengo tres personas que me siguen: dos policías y un psiquiatra⁵.

Facebook y la Coca Cola nos muestran que las prácticas sociales están imbuidas de cultura; que los medios no determinan la comunicación humana, mas dotan de sentido acciones que de otra manera resultarían incoherentes. Los medios organizan las relaciones humanas en formas que antes eran insospechadas. Las redes digitales nos permiten interactuar con personas con las que no establecemos copresencia física en el momento y poco conocemos de ellas.

Hall (1994) cita a Raymond Williams para establecer que la cultura se conforma a través de “todos aquellos patrones de organización, aquellas formas características de la energía humana que pueden ser detectadas revelándose –<<en inesperadas identidades y correspondencias>>, así como en <<discontinuidades de tipo imprevisto>>⁶– en, o bajo, todas las prácticas sociales” (p. 5). Es así que en la Coca Cola se encuentra implícito el deseo como patrón de organización de cierta energía; así como Facebook enmarca la práctica de hacer público el sudor en el gimnasio o el plato en la mesa sin que se nos juzgue de locos.

En palabras de Lawrence Grossberg (2009), las prácticas culturales son los componentes esenciales de “la construcción de los contextos de la vida humana como configuraciones de poder”, conectados unos con otros a través de la “compleja articulación de discursos”⁷.

Nos referimos a la forma en la que los individuos utilizan los medios –ya sea una Coca Cola o Facebook– para vivir su día a día, conectados con otros medios más, estructurando todo un

entramado de medios y acciones –prácticas al fin y al cabo– que terminan por estructurar un relato completo de quiénes somos y cómo nos relacionamos con el mundo. Como parte de esta articulación, estos recursos que nos proporciona la era digital están insertos en una muy particular dinámica de prácticas político-económicas que delimitan las prácticas culturales inherentes a esta época.

Economía política en la era digital

La cultura digital no es un asunto reciente. Armand Mattelart (2002) va más allá del artefacto en sí mismo, y en su *Historia de la sociedad de la información* plantea que el origen de esta cultura digital se encuentra en los orígenes de la estadística con Leibnitz, Pascal y Huyghens en pleno siglo XVII, donde se da el “culto al número”, piedra angular que sustenta el desarrollo tecnológico.

Ya en la década de 1970, varias potencias mundiales se lanzaron hacia la “era de la información”. Estados Unidos fue transformando las tecnologías en un mercado poderoso que se consolidó a lo largo de los años ochenta y noventa, siendo la base de la economía, la política y la cultura en el naciente siglo XXI.

En este contexto de evolución de las tecnologías de la comunicación aparecieron tanto los apologistas como los críticos de la “sociedad de la información”. Vincent Mosco es contundente al desmitificar los grandes elogios en torno al supuesto triunfo de Internet y el ciberespacio. Las promesas de la era “pueden considerarse mitos en el sentido de que son historias seductoras que encierran promesas incumplidas o que no pueden cumplirse”: ni llegó “el fin de la historia” ni se borraron las fronteras. Es la “retórica de lo sublime tecnológico” que genera “una sensación que obnubila por momentos la razón solamente para ser de nuevo restringida por ésta” (Mosco, 2011: 49).

Ahora, en la era del capitalismo informático, ya no se trata del progreso per se. La nueva promesa es la de una “sociedad del conocimiento”, donde habría mayor horizontalidad, trayendo consigo grandes beneficios sociales para reducir las desigualdades. José Antonio Pérez Tapias (2003) se encarga de develar la falacia. La promesa de la era industrial de un “aburguesamiento” de las clases populares no se dio; por el contrario, da cuenta de una “reproletarización” de las clases medias ante la pérdida masiva de empleos estables

5 Bauche, V. (Perfil de Facebook. Personaje público). Consultado en <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10153023060308673&set=a.10150253725838673.332382.665033672&type=1&theater> el 18 de marzo de 2015.

6 Los entrecomillados internos corresponden a la frase que Hall cita de Williams.

7 Hall lo llamaría “coyuntura histórico-cultural”, o bien Foucault lo llamaría “tecnologías de poder”.

que provenían del sector industrial dando paso a una política laboral abusiva y muy cambiante en el creciente y ahora dominante sector de los servicios. Visto así:

Los reajustes que se están dando en la estratificación social [*obliga a*] matizar por fuerza el horizontalismo que parece promoverse desde estas nuevas tecnologías. (...) Bien podemos calificarlo de pseudohorizontalismo, más asentado en el cuestionamiento de la autoridad que en la eliminación de efectivas relaciones de poder. Todo lo expuesto no significa que ya no haya clases sociales, sino sólo que éstas se redefinen y reajustan sus relaciones en un nuevo contexto, en el que una nueva línea divisoria es la que pasa entre inferricos e infopobres, acentuándose la desigualdad social tanto en marcos nacionales como, mucho más aún, internacionales. (Pérez Tapias, 2003: 113).

La ilusión del horizontalismo existe para un sector de la población que tiene la posibilidad económica, social y educativa de acceder al sistema de información. Los demás quedan invisibilizados. Dentro de “la nube” se vive la ilusión de que uno participa de forma equilibrada con personajes públicos de la política, de la economía y de otras actividades sociales. En esa ilusión se circunscribe el Ice Bucket Challenge, el caso que ocupa la atención central de este texto.

El balde de agua de la doble moral

A mediados de 2014 se popularizó subir videos a Internet donde una persona se vertía a sí misma una cubeta con agua helada, retando a otra (s) más a hacer lo mismo o bien pagar una cantidad para una causa filantrópica⁸. Los orígenes son muy inciertos⁹ junto con su difusión hasta los altos niveles de popularidad. Lo que sí podemos documentar por cierto es que la mayor visibilidad del fenómeno se dio cuando el reto llegó a Mark Zuckerberg, quien a su vez nominó a Bill Gates, a un alto ejecutivo de Facebook y Reed Hastings de Netflix (Burnett, 2014).

8 En un inicio fue así de abierto; ya después se situó de forma exclusiva en la Esclerosis Lateral Amiotrófica.

9 El caso más antiguo que encontré fue en Salem, Indiana, en una nota de mayo 15 de 2014, dando cuenta de una serie de videos con agua helada para fomentar donativos para un niño con tumor cerebral (MacDonald, 2014). Otras versiones dicen que se inició en el ambiente de los golfistas para dar apoyo a cuestiones animales (Sifferlin, Reddy).

Después de este momento, el Ice Bucket Challenge se volvió un asunto muy popular alrededor del mundo. Para agosto 15, Facebook daba cuenta de 2.4 millones de videos (Stampler, 2014); y en dos semanas más se habían recaudado más de 100 millones de dólares, superando a Livestrong, otra popular campaña desarrollada en 2005, cuando aún no había redes sociales (Diamond, 2014). Una gran lista de personajes públicos hicieron el reto: las figuras del espectáculo Oprah Winfrey, Ben Stiller, Steven Spielberg, Lady Gaga, Selena Gómez, Justin Timberlake y Taylor Swift (Stampler, 2014a); los futbolistas Neymar, Cristiano Ronaldo y Marcelo (Brito, 2014); los famosos mexicanos Thalía, Mayte Perroni y Jaime Camil (hola.com). La lista podría ser más larga.

No es la primera ocasión en la que estas figuras públicas realizan actos filantrópicos para ganar más visibilidad. Es conveniente recordar la famosa iniciativa conjunta de Bill Gates con Warren Buffet para donar la mitad de su fortuna a firmas filantrópicas. Lo mismo sucede con Zuckerberg, quien apareció en 2010 en el programa televisivo de Oprah Winfrey para hacer un donativo de 100 millones de dólares a una escuela pública en Newark, Nueva Jersey (insidephilantropy.com).

El reto del balde de agua helada es una muestra de muchos fenómenos culturales propios de esta era digital, donde se reproduce hasta el hartazgo una imagen sin control, los llamados fenómenos “virales”. Sin embargo, éste en especial tiene como ingrediente la filantropía, lo cual lo coloca en un lugar distinto. No es un asunto sólo de moda, una joya más del “imperio de lo efímero” (Lipovetsky, 2007); sino que hay más cosas en juego. Zizek es muy contundente con estas iniciativas de estos personajes a los que él llama “comunistas liberales”:

El cruel hombre de negocios destruye o fagocita a sus competidores, persigue un monopolio virtual, emplea todos los trucos del mundo de los negocios para conseguir sus objetivos. Mientras tanto, el filántropo más grande de la historia de la humanidad pregunta: <<¿Para qué sirve tener ordenadores si la gente no tiene suficiente para comer y muere de disentería?>>. En la ética liberal-comunista, la despiadada persecución del beneficio se ve contrarrestada por la caridad. Tal es la máscara humanitaria que oculta el rostro de la explotación económica (Zizek, 2009: 34).

No sólo se trata de la doble moral con la que se conducen los hombres de negocios liberales, igualmente hay que decir que en la filantropía, sus ganancias también se incrementan. Para ejemplificar lo anterior, tomemos como referencia al cantante coreano Psy y su muy popular tema musical *Gangnam Style*, principalmente difundido vía Internet. Con datos al verano de 2014, el video tuvo 2 mil millones de vistas en un lapso estimado de dos años. Esto representa alrededor de 2 millones de dólares de ganancias en publicidad de YouTube (McIntyre, 2014). Tomando estos datos como referencia, el video de Bill Gates del IBC tiene más de 21 millones de vistas. Si hiciéramos un cálculo proporcional, de una simple “regla de 3” –aunque tengo sospechas que los cálculos no pueden ser así tan a la ligera–, el video arrojaría ganancias de 200 mil dólares. Para el caso de Zuckerberg, tenemos un video con 2 millones de vistas, mientras que el de Reed Hastings anda por los 30 mil.

El fenómeno IBC viene a abonar más a esta serie de mitos a los que alude Vincent Mosco, pues bajo la promesa de una filantropía única, especial y divertida, se genera un negocio jugoso que además le lava la cara a los multimillonarios involucrados, los “comunistas liberales” de Žizek.

En cuanto a los usuarios comunes y corrientes que hicieron el reto, también habría que abonar otras cuestiones para el análisis. ¿En dónde podemos situar el hecho de que un usuario de las redes digitales se divierta haciendo el reto y después aporte un dinero para causas benéficas? ¿Es así de simple? Nuevamente quisiera traer a Žizek, quien cita el siguiente anuncio de la cafetería Starbucks:

... cuando compras Starbucks, te des cuenta o no, estás comprando algo más grande que una taza de café. Estás comprando una ética del café. Por medio de nuestro programa Starbucks Planeta Compartido, adquirimos más café procedente del comercio justo que ninguna otra compañía del mundo, asegurando que los agricultores que cultivan el grano reciben un precio justo por su esforzado trabajo. (Žizek, 2011: 36)

Partiendo de esta información, agrega al análisis:

Así es como, a nivel del consumo, el capitalismo integró el legado del 68, la crítica del consumo alienado: la

experiencia auténtica importa. (...) no estamos comprando y consumiendo simplemente, al mismo tiempo estamos haciendo algo significativo, mostrando nuestra capacidad para preocuparnos y nuestra conciencia global participando en un proyecto colectivo (Žizek, 2011: 37).

Quien hace un IBC, no es simplemente un prosumidor¹⁰, pues, en apariencia, ni siquiera se realiza un consumo. Bajo el disfraz de un acto lúdico se encuentra otro acto de consumo en la paradoja que devela Giles Lipovetsky:

La era de la felicidad paradójica reclama soluciones igualmente paradójicas. Está claro que necesitamos menos consumo, entendiendo éste como imaginario multiplicador de la satisfacción. (...) Pero por otro lado también necesitamos más consumo: para que retroceda la pobreza, pero también para ayudar a la tercera edad, para mejorar las condiciones de la salud pública, para utilizar mejor el tiempo y los servicios, abrirse al mundo, saborear experiencias nuevas. (Lipovetsky, 2007: 126)

Aquí hay una doble paradoja que elimina la contradicción. No hay consumo en el sentido de la adquisición de un bien o servicio para satisfacción de una necesidad real o aparente; hay consumo en cuanto a que se trata de un acto que representa una experiencia desafiante –es un reto– y que incita a vivir algo novedoso que además servirá para ayudar a alguien que padece algún mal, la Esclerosis Lateral Amiotrófica (ELA). Es la coartada moral perfecta para hacer una locura al estilo del meme citado al inicio, cuya paráfrasis diría algo así:

Decidí ayudar a la gente con Esclerosis Lateral Amiotrófica fuera de YouTube. Llevo por la calle un par de cubetas con agua helada. Me paro enfrente de alguien más y lo reto a tirarse una cubetada encima con la intención de donar una cantidad a la ayuda de esta

10 La creación de este neologismo se le atribuye a Alvin Toffler para enfatizar el novedoso rol de algunos individuos que se encargan tanto de producir como de consumir el mismo producto. (Humphreys, 2008). Ejemplo de ello son los muebles pre fabricados en los que se espera que el consumidor ensamble el mueble, para lo cual el producto incluye manuales muy específicos y la herramienta necesaria para el ensamblado. Este tipo de actividad puede ser muy común en Internet, siendo el propio caso del IBC un prototipo, pues el usuario produce un video a partir del consumo de otros, y a la vez su video restituye el círculo para que otros continúen con el ciclo de producción-consumo.

terrible enfermedad.

¿Qué conseguiría el supuesto personaje de este meme? No sé si algo de dinero; tampoco creo que lo siguieran los policías y los psiquiatras. Lo más probable es que llegaría al hospital para que, con el dinero recaudado, le atendieran la enfermedad respiratoria que logró con el acto. Esto nos muestra que no se trata de un inocente y divertido acto altruista, sino que se trata de un acto que conlleva la reproducción del *statu quo*. Al “comunista liberal” le daremos más dinero; al usuario de las comunicaciones digitales le daremos un pretexto más para divertirse; a uno que otro enfermo le daremos algún beneficio con el dinero recaudado; y a la persona que se encuentra fuera de la cultura digital se le invisibiliza aún más. Es un acto de espectáculo en el sentido en que lo manifiesta Guy Debord, que restituye las condiciones de desigualdad en las que vivimos actualmente: “El espectáculo somete a los hombres en la medida en que la economía los ha totalmente sometido. El espectáculo no es más que la economía desarrollándose para sí misma” (1995:12). En el Ice Bucket Challenge, el prosumidor no produce mercancías o servicios, sino un espectáculo, mismo que servirá para continuar la espiral de sometimiento del modelo de economía política que aún pretende vendernos una utopía.

El verdadero reto no es tirarse una cubeta de agua helada encima, sino deconstruir esta red económica espectacular en aras de mostrar el agua sucia que lleva por debajo y así evitar una tentación filantrópica de un acto de consumo que no aparece como tal. El reto es desmitificar a Internet y sus beneficios para construir otras opciones de satisfacción de la red. Así es que, querido lector, te nomino a hacer el reto en las próximas 24 horas. A cambio, no recibirás ningún balde de agua helada, sino un poco de juicio crítico hacia el entorno digital.

Fuentes Consultadas

- Burnett, S. (2014). “Mark Zuckerberg Accepts Chris Christie’s Ice Bucket Challenge”. Recuperado en <http://time.com/3110357/mark-zuckerberg-christie-als-ice-bucket-challenge-bill-gates-sheryl-sandberg-netflix-facebook/> el 16 de marzo de 2015.
- Brito, A. (2014). “Thalía y los famosos que hicieron el Ice Bucket Challenge”. Recuperado en <http://www.elgrafico.mx/farandula/18-08-2014/thalia-y-los-famosos-que-hicieron-el-ice-bucket-challenge> el 16 de marzo de 2015.
- Castells, M. (1999). La Era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura. La Sociedad Red. Vol. 1. Ed. Siglo XXI: México.
- Debord, G. (1995). La sociedad espectáculo. Ed. Naufragio: Santiago de Chile.
- Diamond, D. (2014). “The ALS Ice Bucket Challenge Has Raised \$100 Million -- And Counting”. Recuperado en <http://www.forbes.com/sites/dandiamond/2014/08/29/the-als-ice-bucket-challenge-has-raised-100m-but-its-finally-cooling-off/> el 16 de marzo de 2015.
- Fiennes, S. y Zizek, S. (2012). The Pervert Guide’s to Ideology (filme). Zeitgeist Films: Toronto.
- Grossberg, L. (2009). “El corazón de los estudios culturales: contextualidad, construccionismo y complejidad”. *Tábula Rasa*, No. 10, enero-junio. Bogotá. Recuperado en http://www.scielo.unal.edu.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-24892009000100002&lng=es&nrm= el 12 de diciembre de 2014.
- Hall, S. (1994). “Estudios culturales: dos paradigmas”. En *Causas y Azares*, No. 1. Recuperado en <http://www.biblioteca.org.ar/libros/131827.pdf> el 12 de diciembre de 2014.
- Humphreys, A. y Grayson, K. (2008). “The intersecting roles of consumer and producer: a critical perspective on co-production, co-creation and prosumption”. *Sociology Compass*, No. 2. Blackwell Publishing Ltd. Recuperado en <http://www.kentgrayson.com/Grayson%20Archive/consumerproducer.pdf> el 12 de diciembre de 2014.
- Inside Philanthropy. “Tech Philantropists”. Recuperado en <http://www.insidephilanthropy.com/guide-to-individual-donors/> el 16 de marzo de 2015.
- Lipovetsky, G. (2006). La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad del hiperconsumo. Ed. Anagrama: Barcelona.
- (2007). El imperio de lo efímero. Ed. Anagrama: Barcelona.
- Lowe, D. (1986). Historia de la Percepción Burguesa. Fondo de Cultura Económica: México.
- MacDonald, J. (2014). “People take the plunge to support 7-year-old with brain tumor”. Recuperado en <http://raycomgroup.worldnow.com/story/25530813/people-take-the-plunge-to-support-7-year-old-with-brain-tumor?clienttype=generic&mobilecgbyypass> el 16 de marzo de 2015.
- Mattelart, A. (2002). Historia de la sociedad de la información. Ed. Paidós: Barcelona.
- McIntyre, H. (2014). “At 2 Billion Views, ‘Gangnam Style’ Has Made Psy A Very Rich Man”. Recuperado en <http://www.forbes.com/sites/hughmcintyre/2014/06/16/at-2-billion-views-gangnam-style-has-made-psy-a-very-rich-man/> el 16 de marzo de 2015.
- McLuhan, M. (1964). Understanding Media: The Extensions of Man. Recuperado en <http://web.mit.edu/allanmc/www/mcluhan.mediummessage.pdf> el 28 de febrero de 2015.
- Mosco, V. (2011). Sublimidad digital. Ciberespacio, mito y poder. Universidad Veracruzana: Xalapa.

- Pérez Tapias, J. (2003). Internautas y náufragos. La búsqueda del sentido en la cultura digital. Ed. Trotta: Madrid.
- Reddy, S. (2014). "How the Ice-Bucket Challenge got its Start". Recuperado en <http://www.wsj.com/articles/how-the-ice-bucket-challenge-got-its-start-1408049557> el 16 de marzo de 2015.
- Sifferlin, A. (2014). "Here's How the ALS Ice Bucket Challenge Actually Started" Recuperado en <http://time.com/3136507/als-ice-bucket-challenge-started/> el 16 de marzo de 2015.
- Stampler, L. (2014). "This is How Many Ice Bucket Challenge Videos People have posted in Facebook". Recuperado en <http://time.com/3117501/als-ice-bucket-challenge-videos-on-facebook/> el 16 de marzo de 2015.
- Stampler, L. (2014a). "Here Are the 27 Best Celebrity ALS Ice Bucket Challenge Videos". Recuperado en <http://time.com/3111965/here-are-the-27-best-celebrity-ice-bucket-challenge-videos/> el 16 de marzo de 2015.
- Uys, J. (1980) *The Gods Must Be Crazy*. (film) Recuperado en <https://www.youtube.com/watch?v=zeQ3DQV-FQM> el 28 de febrero de 2015.
- Zizek, S. (2009). *Sobre la violencia. Seis reflexiones marginales*. Ed. Paidós: Buenos Aires.
- (2011). *Primero como tragedia, después como farsa*. Ed. Akal: México.
- s/a (2014). "Thalía, Diego Boneta, Maité Perroni y Jaime Camil, los famosos mexicanos que se han unido al 'Ice Bucket Challenge'" Recuperado en <http://mx.hola.com/cine/201408187817/famosos-mexicanos-ice-bucket-challenge/> el 16 de marzo de 2015.

Autor

Nombre y apellido: Sebastián Benítez Larghi.

Título: Doctor en Ciencias Sociales

Institución: Centro Interdisciplinario de Metodología de las Ciencias Sociales (CIMECS), Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (IdIHCS), Universidad Nacional de La Plata – CONICET, Argentina

Correo electrónico: sebastianbenitezlarghi@gmail.com

Dirección postal: Calle 25 N° 5140, MB Gonnet, CP 1897, Provincia de Buenos Aires, Argentina

Teléfono: +5491150616494

El autor es Lic. en Sociología (UBA), Magíster en Sociología de la Cultura (IDAES/UNSAM), Doctor en Ciencias Sociales (UBA). Se desempeña como Investigador Adjunto del CONICET y como Docente del Departamento

de Sociología de la Facultad Humanidades y Ciencias de la Educación (UNLP). Es director de diversos proyectos de investigación financiados por agencias nacionales (ANPCYT, CONICET) e internacionales (IDRC, Universidad Pompeu Fabra, Nanyang Technological University) sobre el vínculo entre tecnologías digitales, juventudes y desigualdades.

Desigualdades sociales y digitales: tras los rastros de la apropiación tecnológica entre jóvenes estudiantes secundarios de Argentina

Sebastián Benítez Larghi

sebastianbenitezlarghi@gmail.com

Centro Interdisciplinario de Metodología de las Ciencias Sociales (CIMECS), Instituto de Investigaciones en Humanidades y Ciencias Sociales (IdIHCS), Universidad Nacional de La Plata – CONICET, Argentina

Resumen.

¿Qué vínculos complejos se tejen entre la desigualdad social y la desigualdad digital? ¿De qué modo las diferencias de clase y género influyen en los procesos de apropiación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)? ¿Cómo estas diferencias retroalimentan las desigualdades sociales existentes y en qué medida una política pública podría contribuir en su reducción?

En este trabajo presentaremos conclusiones surgidas de una investigación en curso en la que se aborda el proceso de apropiación de las TIC por parte de jóvenes en contextos de desigualdad en La Plata y el Gran La Plata de la Argentina, en el marco de la implementación del Programa Conectar Igualdad (PCI).

Como una primera aproximación a los interrogantes planteados, se analizarán los modos

Abstract.

What complex relationships exist between social and digital inequalities? Are information and communication technologies (ICTs) neutral in terms of social class and gender? How do technologies such as the computer and Internet coordinate with class and gender inequalities predominant in the contemporary society? How can public policies influence the reduction of these inequalities?

With these questions ahead, this paper is framed within an integral research project aimed to study and compare ICT appropriation by young people from different social classes, from a socio-anthropological perspective and its influence on social inequality processes, considering social class and gender variables. To achieve this objective, we compare ICTs appropriation processes between adolescents from different social classes in relation

diferenciales de apropiación de la computadora, los teléfonos celulares e internet por parte de jóvenes de diferentes sectores sociales, a partir de las siguientes dimensiones: niveles de acceso a la tecnología; trayectoria de uso de las TIC y habilidades digitales; prácticas principales realizadas con estos artefactos. La metodología utilizada se centra en la aplicación de una encuesta, a 300 estudiantes entre 15 y 17 años (varones y mujeres) pertenecientes a 6 escuelas secundarias (3 públicas con PCI y 3 privadas sin PCI).

Palabras clave: Desigualdades – Apropiación de TIC - Juventudes

to the following dimensions: access level, use trajectories, skills, and practices. Here we discuss some of the results collected by a questionnaire applied to 300 young students from six public and private schools (with and without PCI) located in Greater La Plata, Argentina.

Keywords: Inequalities – ICT appropriation - Youth

Introducción.

La creciente masificación de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y la consecuente omnipresencia ubicua de las plataformas digitales en la vida cotidiana, exigen a las ciencias sociales complejizar los enfoques y modos de abordaje de los vínculos entre la desigualdad social y la desigualdad digital. Ya no alcanza con medir los niveles de acceso y conectividad, sino que es preciso sumergirse en la interpretación de los sentidos que adquieren las prácticas tecnológicas para poder comprender cómo se construyen nuevas inequidades. Es por ello que se vuelve condición necesaria conocer el continuo y dialéctico movimiento entre el despliegue de usos de las TIC y las posiciones que los actores ocupan en el espacio social. Solamente haciéndose cargo de esta complejidad, las ciencias sociales podrán aportar en el conocimiento de las variadas – y nunca unívocas ni transparentes – formas en que las desigualdades sociales y las desigualdades digitales se retroalimentan en la sociedad contemporánea.

Con el propósito de contribuir en este campo de estudios, en este trabajo presentaremos algunos hallazgos surgidos de una investigación en curso¹ en la que se aborda el proceso de apropiación

de las TIC por parte de jóvenes en contextos de desigualdad en La Plata y el Gran La Plata de la Argentina, en el marco de la implementación del Programa Conectar Igualdad (PCI)².

Como una primera aproximación al objeto de estudio, en el artículo se describen los procesos de apropiación de las TIC - especialmente la computadora, el teléfono celular e Internet - por parte de jóvenes estudiantes de escuelas secundarias de diferentes sectores sociales a partir del análisis de un conjunto de variables significativas relativas a las condiciones de acceso, las trayectorias de uso y habilidades digitales percibidas y las prácticas más frecuentes. Para ello, el artículo se propone responder un conjunto de preguntas específicas cuyas respuestas sentarán las bases para futuras fases de investigación. ¿Qué condiciones de acceso caracterizan a los jóvenes estudiados? ¿Cómo son sus trayectorias de uso de las TIC? ¿Qué habilidades reconocen y despliegan para hacer uso de la computadora, el teléfono celular e Internet? ¿Para qué eligen utilizar estos dispositivos y con qué objetivos eligen las plataformas de redes sociales? Para responderlas, la metodología utilizada se centra en la aplicación de una encuesta, a 300 estudiantes entre 15 y 17 años (varones y mujeres) pertenecientes a 6 escuelas secundarias (3 públicas con PCI y 3 privadas sin PCI).

1 Investigación enmarcada en los Proyectos de Investigación PICT 2011 1639 “Juventud, TIC y desigualdades” (financiado por la Agencia Nacional de Ciencia y Tecnología), PIP 0756 “TIC, Juventudes y experiencias de tiempo y espacio en el marco del Programa Conectar Igualdad en La Plata y Gran La Plata” (financiado por el CONICET), PPID “Jóvenes, desigualdades y TIC” (financiado por la UNLP), y SIRCA II “Youth, Inequalities & ICT” (financiado por el IDRC y la Nanyang Technological University de Singapur).

2 Se trata de un Programa de incorporación de TIC en la educación basado en un modelo 1 a 1 por el cual se llevan entregadas (desde 2010 hasta fines de 2014) más de 4 millones de netbooks a estudiantes y docentes de escuelas secundarias públicas en toda la Argentina.

En este artículo se describen los principales datos recabados de la siguiente manera. En la sección 1 repasamos los antecedentes y principales conceptos utilizados para abordar el vínculo entre desigualdades y TIC y planteamos la estrategia teórica-metodológica adoptada durante la investigación detallando las dimensiones y variables elegidas, el criterio muestral, la selección de los casos y el instrumento utilizado. La sección 2 está dedicada a reconstruir el contexto donde se ubica nuestro objeto de estudio mediante el análisis de datos estadísticos disponibles. En la sección 3 presentamos los principales hallazgos a partir de la descripción y análisis de los datos recogidos en relación a las condiciones de acceso a las TIC, las trayectorias de uso y adquisición de habilidades digitales y las prácticas más significativas entre la población estudiada. Finalmente, en las conclusiones se interpretan los hallazgos y se plantea un conjunto de ejes a ser indagados en las siguientes fases de investigación en pos de comprender los significados que operan detrás de las prácticas de apropiación tecnológica de los sujetos estudiados.

1. Antecedentes y perspectiva teórico metodológica

La literatura que aborda el vínculo entre las TIC y la desigualdad social ha propuesto diversos conceptos como el de “brecha digital” (Castells, 1998; Warschauer, 2002; Camacho, 2005; Warschauer y Ames, 2010), “pobreza digital” (Barrantes, 2007; Galperin y Mariscal; 2007) y “desigualdad digital” (DiMaggio, Hargittai y Shafer, 2004; Reygadas, 2008) que buscan dar cuenta de las diferencias en cuanto al acceso, usos y apropiaciones de las TIC entre países más y menos desarrollados, o bien entre distintos sectores sociales.

En los últimos treinta años, acompañando la progresiva expansión de las TIC entre los distintos sectores sociales, se ha forjado un debate creciente acerca de la correlación entre las brechas digitales y las desigualdades sociales previas. Hay quienes sostienen que la aparición de las TIC (y los problemas de falta de acceso) serían una expresión más de las desigualdades sociales existentes a las que estarían reproduciendo, reforzando y profundizando. Otros, en cambio, afirman que el aprovechamiento de las potencialidades de estas tecnologías permitiría reducir las inequidades, tanto entre países como entre grupos sociales, poniendo al alcance de los más postergados

recursos hasta ahora vedados y exclusivos para una elite económica y cultural.

El concepto de *brecha o divisoria digital* fue uno de los primeros que se utilizó a nivel mundial para pensar el impacto social de las TIC y tuvo su auge en los años noventa con la explosión de las mismas. Si bien existen diversas acepciones, “la más consensuada es la que define esa brecha como la distancia tecnológica entre individuos, empresas, países y áreas geográficas en sus oportunidades en el acceso a la información y a las tecnologías de la comunicación y en el uso de Internet” (Lago Martínez, A., Marotias, L., Marotias y Movia, 2006: 14-15). De acuerdo con Camacho (2005), los supuestos e imaginarios asociados con la brecha digital se han ido transformando. En un principio, el vínculo entre TIC y desarrollo era pensado de forma lineal y determinista, como si el acceso a la tecnología produjera desarrollo social (Camacho, 2005). Con los sucesivos debates académicos y políticos el concepto de brecha digital fue complejizándose al incorporar nuevas dimensiones. El aspecto económico de la brecha digital indica el acceso al equipamiento y a la conexión física, conceptualizado como brecha digital de primer orden. Pero además existe un aspecto cultural de la brecha digital, que refiere a la ausencia de capitales culturales y educativos – brecha de segundo orden – que condiciona la capacidad de apropiación de las TIC. Por último, si nos referimos a “cómo” y “para qué” los distintos usuarios utilizan las tecnologías, se constituye un tercer orden de la brecha digital relativo al aprovechamiento colectivo o no de las TIC para transformar la realidad y mejorar las condiciones de vida (Camacho, 2005).

Ahora bien, entendemos que la noción de brecha digital así como la dicotomía entre “incluidos y excluidos digitales” han perdido eficacia comprensiva frente a un nuevo contexto por cuanto no alcanzan para dar cuenta de situaciones dinámicas y procesos heterogéneos de apropiación de las TIC. Es por eso que el concepto de *apropiación* resulta más acorde en tanto permite comprender los usos que los actores estudiados otorgan a las TIC, así como los sentidos que estas prácticas adquieren en su vida cotidiana. Al tener en cuenta la perspectiva de los propios actores, el concepto de apropiación logra conjugar necesidades, propósitos, habilidades, logros, expectativas y ansiedades que, depositadas en las TIC, traccionan las prácticas tecnológicas que aquellos desarrollan. La apropiación es el

proceso simbólico y material en el que un sujeto o grupo social toma el contenido significativo de un artefacto y lo hace propio, dotándolo de sentido e incorporándolo a su vida, en el marco de sus espacios cotidianos y de la relación con los otros (Thompson, 1998).

Partiendo de este concepto de apropiación, la investigación se inscribe en un enfoque cualitativo y en una perspectiva socio-antropológica que estudia el vínculo entre la tecnología y la sociedad desde la experiencia y el contexto socioeconómico específico en el que se inscriben las TIC (Winocur, 2009; por citar uno de los trabajos en el contexto Latinoamericano).

Las TIC son entendidas entonces como artefactos culturales (Hine, 2004) que condensan una multiplicidad de valores y códigos desde su mismo diseño pero que, simultáneamente, posibilitan un rango – amplio aunque no infinito - de interpretación por parte de los usuarios. Por lo tanto, los modos en que se desarrolle dicho proceso serán heterogéneos y diferenciales, según la particular manera en que se interpreten y reinterpreten las TIC, de forma tal que se conviertan en significativos en relación a los propios objetivos y necesidades (Benítez Larghi, 2010). En el mismo sentido, compartimos la idea de De Nora (2000), quien señala que los usos estratégicos dados a ciertos artefactos culturales habilitan (“afford”) a los actores modos de “hacer, ser y sentir”, es decir, les posibilitan incursionar en ciertos cursos de acción y no en otros.

La investigación, cuyos resultados parciales se presentan aquí, tiene como objetivo comparar las experiencias de apropiación de estudiantes secundarios de clases populares, clases medias y clases medias-altas en La Plata y Gran La Plata en el contexto de implementación del PCI. Para llevar adelante este objetivo, el trabajo de campo se desarrolló en seis escuelas de nivel secundario, seleccionadas de manera intencional, cubriendo establecimientos tanto de gestión pública – beneficiarias del PCI – como de gestión privada – no beneficiarias del PCI – con poblaciones de cada una de las clases sociales. Es decir, se utilizó a la escuela como variable proxy de la clase social.

	Gestión Pública	Gestión Privada
Clases medias altas	Escuela 1	Escuela 4
Clases medias	Escuela 2	Escuela 5
Clases populares	Escuela 3	Escuela 6

La metodología se fue llevando adelante por etapas. En una primera instancia (durante el año 2014) se implementó un cuestionario entre estudiantes de las escuelas seleccionadas tendiente a obtener datos respecto a condiciones y trayectorias de acceso a las TIC, habilidades percibidas y prácticas principales desarrolladas con la computadora, los teléfonos celulares e Internet. En una segunda etapa (realizada durante 2015), sobre la base de los resultados de la encuesta, se establecieron los patrones más recurrentes de cada institución para luego seleccionar aquellos casos que más se ajustaban a dichos patrones y realizar historias de vida. Al momento de redactar este artículo, se están conduciendo las entrevistas con cuatro jóvenes (varones y mujeres por igual) en cada una de las escuelas. Aquí presentamos los resultados de la primera etapa de investigación.

La muestra de la encuesta, de carácter no probabilístico, fue estructurada por cuotas. En cada una de las seis escuelas se aplicaron 50 cuestionarios entre alumnos de 4to y 5to año.

En el siguiente cuadro pueden observarse las diferentes dimensiones y variables elegidas para operacionalizar la noción de apropiación.

Dimensiones	Variables
1. Condiciones de acceso y conectividad.	- Servicios y dispositivos en el hogar
	- Cantidad y diversidad de TIC en el hogar
	- Antigüedad de dispositivos y conexiones en el hogar
2. Trayectorias y Habilidades digitales	- Edad de primer uso
	- Lugar de aprendizaje
	- Referentes para el aprendizaje
	- Habilidades percibidas
3. Prácticas tecnológicas.	- Frecuencia de uso
	- Objetivos de uso
	- Elección de plataformas de redes sociales virtuales

2. Contexto de investigación

El acceso a computadoras e Internet en la Argentina de las últimas décadas se distribuyó de manera sesgada, según nivel socioeconómico, cercanía a grandes ciudades, género y edad (SNCC, 2008). Hasta el año 2010, podía observarse una alta brecha digital en el acceso a estas tecnologías, por la cual los usuarios correspondían típicamente a estratos altos y medios, con mayor

representación de jóvenes varones habitantes de grandes ciudades. De acuerdo al último Censo Nacional, un 53% de hogares argentinos no contaba con ninguna computadora y un 46 % de la población nunca se conecta a Internet. Las estadísticas disponibles demuestran que el acceso a la computadora se ha acrecentado gracias a la existencia del PCI y programas similares. Según la *Encuesta Nacional sobre Acceso y Uso de Tecnologías de la Información (ENTIC)*, realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), a fines de 2011 el 52,8% de los hogares del país tenía al menos un equipo (INDEC, 2013). Un número significativamente mayor al registrado tan sólo un año antes en ocasión del Censo Nacional, realizado antes de la iniciación del reparto de netbooks, cuando ese porcentaje era del 46,9% (INDEC, 2012). Asimismo, de acuerdo a la ENTIC, la presencia de computadoras en hogares con adolescentes en edad escolar es marcadamente superior a la media nacional y más aún respecto a aquellos hogares sin miembros de entre 12 y 17 años: 64% contra 52, 8% y 49,10%, respectivamente (INDEC, 2013: 7-8).

Por su parte, el informe del *Barómetro de la Deuda Social de la Infancia* registra un fuerte descenso en la falta de computadoras en los hogares argentinos en los años posteriores al lanzamiento del PCI: “efectivamente, entre 2010 y 2012 se produjo un fuerte descenso del déficit, que alcanzó los 13,6 p.p. al pasar de 53% a 39,3%.” (ODSI, 2013: 93). Según la *Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital 2013*, 13 de cada 100 hogares en la Argentina cuentan con una netbook entregada por el PCI (SiNCA, 2014). Más específicamente, la evaluación realizada por el propio Ministerio de Educación de la Nación consigna que en el primer año de implementación la *netbook* ha sido la primera computadora en el hogar para el 29% de los estudiantes beneficiarios de PCI (Ministerio de Educación, 2012).

Sin embargo, según la ENTIC, el acceso a Internet en el hogar muestra aún una significativa brecha social: el 43,8% de los hogares urbanos del país acceden a Internet mientras que un 56,2% no posee conexión de ningún tipo, siendo el principal motivo de orden económico (56,10%). También existen importantes brechas digitales en torno a los usos, la llamada brecha digital de segundo orden, ya que si consideramos la utilización efectiva de los dispositivos y servicios, un 42% de la población urbana nacional no utiliza la computadora y un 45,3% no usa Internet

(INDEC, 2013).

3. Hallazgos.

CONDICIONES DE ACCESO Y CONECTIVIDAD.

Tal como surge de distintos estudios y estadísticas oficiales revisados en la sección anterior (INDEC, 2013; SiNCA, 2014), la presencia hogareña de las TIC ha ido aumentando en los últimos años, alcanzando a aquellos hogares de menor nivel socioeconómico. Acorde con estos datos, la encuesta realizada arroja que más del 80% de los hogares, sin importar el nivel socioeconómico, cuenta con al menos una computadora y un teléfono celular.

Ahora bien, más allá de este piso tecnológico común, la cantidad, diversidad y antigüedad de dispositivos y accesos tecnológicos presentes en el hogar aumenta en proporción directa al nivel socioeconómico, tal como puede observarse en la Tabla 1.

En términos de cantidad, las notebooks, los smartphones, las consolas de videojuegos y las tablets se distribuyen de manera desigual. Así, entre los alumnos de escuelas de sectores populares, el acceso a ellos es considerablemente menor al promedio de la población encuestada, mientras que entre los alumnos de escuelas de clases medias-altas es bastante mayor al promedio.

Dentro de este panorama general, cabe remarcar la fuerte incidencia del PCI en el paquete tecnológico de los estudiantes de clases populares: las netbooks entregadas por el Estado suplen y compensan la menor presencia de computadoras de escritorio y notebooks en sus hogares. Si comparamos las escuelas públicas de clases populares, clases medias y clases medias-altas respecto a las escuelas privadas de esas mismas clases sociales la presencia de computadoras portátiles es superior en las primeras (83%, 87% y 96% versus 75%, 71% y 90% respectivamente).

Tabla 1: Servicios y dispositivos en el hogar.

	Total	Total CON PCI	Escuela 3	Escuela 2	Escuela 1	Total SIN PCI	Escuela 6	Escuela 5	Escuela 4
TV paga (por cable o satélite)	91%	88%	89%	77%	98%	95%	93%	95%	96%
Teléfono celular (común)	85%	82%	87%	81%	79%	87%	93%	86%	80%
Servicio de acceso a Internet en el hogar	82%	72%	68%	51%	98%	93%	85%	95%	100%
Computadora portátil (notebook/netbook)	82%	89%	83%	87%	96%	78%	75%	71%	90%
Computadora escritorio	82%	72%	72%	64%	81%	92%	86%	95%	94%
Teléfono fijo	82%	74%	66%	68%	90%	90%	78%	95%	98%
DVD / Blu-ray	81%	76%	72%	70%	88%	87%	88%	77%	96%
Consola de videojuego	61%	55%	43%	47%	77%	67%	56%	66%	82%
Smartphone	58%	46%	13%	51%	77%	72%	76%	54%	86%
Tablet	39%	32%	21%	19%	58%	49%	34%	43%	73%
Equipo de música	5%	6%	4%	13%	2%	3%	5%	2%	2%
Smart TV	2%	3%	-	-	8%	2%	-	2%	6%
Home Theater	1%	1%	-	-	2%	1%	-	2%	2%
Ipod	1%	1%	-	-	2%	1%	-	-	4%
All in one	1%	0%	-	-	-	1%	-	-	4%
MP4	1%	1%	-	2%	2%	-	-	-	-
Impresora	-	1%	-	-	2%	-	-	-	-
Estudio de grabación casero	-	1%	-	2%	-	-	-	-	-
Total	314	148	53	47	48	166	59	56	51

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las conexiones a Internet pueden sacarse distintas conclusiones: a) se trata de un servicio presente en el 100% de los hogares de clases medias-altas; b) en promedio la conexión a Internet es superior en los hogares de estudiantes de escuelas de gestión privada respecto a sus pares de escuelas de gestión pública (con la excepción de la Escuela 1); c) los hogares de estudiantes de la Escuela 2 evidencian el promedio menor de acceso a Internet (51% respecto a un promedio del 82% para la población total) constituyendo un caso de lo que la literatura denomina “pobreza digital por falta de oferta” (Barrantes, 2007), ya que la ausencia de conectividad obedece a que no existe ningún proveedor de este servicio en la localidad donde la mayoría de sus alumnos residen (Arturo Seguí).

El total de los hogares de los estudiantes encuestados cuenta con al menos un teléfono celular. En promedio, hay cuatro teléfonos en cada casa, sin que se observen grandes variaciones entre clases sociales. Sin embargo, las diferencias se observan en relación a la calidad de los equipos y de los servicios disponibles. Por un lado, la presencia de teléfonos inteligentes (smartphones) es más frecuente en hogares de clases medias-altas respecto a los hogares de clases populares.

Por otro lado, los abonos de tipo prepago o con tarjeta son mayoritarios entre las clases populares, mientras que la mayoría de los estudiantes de clases medias y clases medias altas cuenta con servicios por abono. Esta diferencia redundante fuertemente en el acceso a Internet a través del teléfono celular: mientras quienes cuentan con un abono acceden a Internet de manera ilimitada en cualquier momento y lugar, los estudiantes de clases populares o bien deben comprar paquete adicional de datos, o bien optan por conectarse solamente cuando tienen acceso a una señal tipo Wi-Fi.

En cuanto a la diversidad, es en los hogares de clases medias-altas donde se observa un promedio superior de equipamiento (alrededor de 9 ítems versus un promedio de 7,5 para la población total de la muestra, mientras que en los hogares de clases populares el paquete tecnológico está compuesto por 6 ítems). El hecho de que exista un conjunto de artefactos, como el home theater y los Smart TV, presentes únicamente en algunos hogares de clases medias-altas, es ilustrativo de que la diversidad de dispositivos acompaña la desigual distribución de su cantidad.

La antigüedad de acceso a los dispositivos constituye una variable de gran relevancia. En

relación a la computadora: mientras que para el 45% de los estudiantes de clases populares la primera computadora en el hogar data de menos de cinco años, para el 63% de los estudiantes de clases medias y el 87% de clases medias-altas esa antigüedad es de mayor a cinco años (entre estos últimos sectores, en el 44% de los casos el acceso a una computadora ha sido desde hace más de diez años).

Aquí surge una cuestión llamativa, que deberá ser indagada mediante futuras fases de investigación de corte netamente cualitativo, respecto a las diferencias de género. En todas las escuelas, independientemente de la clase social, se observa que la antigüedad del acceso a la primera computadora y al servicio de Internet en el hogar es mayor en el caso de los varones.

En el caso de los teléfonos celulares, la antigüedad es más pareja entre todas las clases sociales: para más de un 50% de los casos el primer celular llegó al hogar hace más de cinco años. Sin embargo, cabe destacar que entre los alumnos de la escuela privada de clase media-alta esa antigüedad supera los diez años en el 69% de los casos.

TRAYECTORIAS DE USOS Y HABILIDADES DIGITALES

Tal como hemos señalado en otro momento, “más allá de las brechas de acceso que persisten y las nuevas inequidades que emergen a pesar de que la lógica mercantil y la fuerte intervención estatal tienden a la universalización de las TIC en el hogar “(...) la principal fuente de desigualdades va más allá del mero acceso a los dispositivos y conexiones en tanto responde a procesos de interacción socio-técnica más complejos. Nos referimos específicamente al peso de las trayectorias personales y familiares en los modos en que diferentes grupos logran apropiarse de las TIC” (Benítez Larghi, et. al. 2015: 13).

Primero la computadora, después Internet y por último el celular; así se configura la grilla cronológica de inicio en el uso de los dispositivos por parte de los jóvenes encuestados. Esta secuencia se mantiene independientemente del nivel socioeconómico y el género. Las edades promedio de inicio en el uso de la computadora, Internet y el teléfono celular son de 8, 9 y 10 años respectivamente, tal como puede observarse en la Tabla 2. Si bien la edad de comienzo en el uso del celular tampoco sufre variaciones significativas, sí aumentan las edades de inicio a medida que

decrece el nivel socioeconómico para el caso de la computadora e Internet. Es decir, cuanto mayor es el nivel socioeconómico más temprano es el comienzo del uso de estas dos tecnologías.

En este punto deben señalarse dos factores que influyen en la consolidación de dichas diferencias. Por un lado, el rol de la escuela en la introducción al uso de la computadora. Esto resulta claro en el caso de la Escuela 4, de gestión privada, con una matrícula de estudiantes de clases medias-altas, donde el acceso a la PC está incluido en la currícula desde la última sala del jardín de infantes. Así, los estudiantes de dicha escuela promedian la edad más temprana de acceso a la computadora, los 6 años de edad, muy por debajo del promedio total de la muestra – cuestión que se ve reforzada si se observa que para el 25% de sus estudiantes encuestados la escuela ha sido el primer lugar de acceso a la computadora.

Por otro lado, otro factor ya señalado que hace a las brechas digitales de acceso, responde a los “baches” geográficos que presenta el alcance de los servicios de Internet: en la Escuela 2, los estudiantes de clases medias especialmente provenientes de la localidad de Arturo Seguí, presentan la edad más tardía de inicio en el uso de Internet: 11 años y medio. No resulta extraño entonces que los estudiantes de esta escuela sean los que más señalan la casa de un familiar o amigo y el cibercafé como el primer lugar de conexión a Internet. En este aspecto cabe señalar que, si bien el hogar es indicado mayoritariamente por los estudiantes de todos los niveles socioeconómicos como el primer y principal lugar de acceso a la computadora e Internet, entre los jóvenes de clases populares (Escuelas 3 y 6) y clases medias (Escuelas 2 y, en menor medida, 5) el cibercafé ocupa ese espacio para un cuarto de los estudiantes de esas pertenencias.

Tabla 2. Edad primer uso de dispositivo según escuela

Edad primer uso	Computadora	Internet	Celular
Escuela 1	7	8,2	10
Escuela 2	10	11,4	10,5
Escuela 3	10	10,6	10,4
Escuela 4	6	7,5	9,9
Escuela 5	7,5	8,8	10,1
Escuela 6	8,7	10	9,3
Promedio	8,4	9,6	10

Fuente: Elaboración propia.

En relación con el primer lugar de aprendizaje en el uso de las TIC, el hogar se ubica en

primer puesto, independientemente del nivel socioeconómico y el género. Sin embargo, otros espacios mantienen relativa importancia según la clase social de pertenencia. Mientras que para un cuarto de los estudiantes de clases populares el cibercafé ha sido el primer espacio de socialización con la computadora e Internet, entre los estudiantes de clases medias y medias-altas, el hogar resulta ser un lugar casi exclusivo de primer aprendizaje, con la notoria salvedad de los estudiantes de la Escuela 4, quienes en su mayoría (49%) han señalado a la escuela como el primer escenario de aprendizaje de la computadora, superando inclusive al hogar (41%).

En cuanto a los medios y referentes a los que los estudiantes recurren para aprender nuevas destrezas digitales y solucionar problemas con las TIC, se observan procesos de auto-aprendizaje en más de la mitad de los encuestados, ya sea porque aprenden solos o porque lo hacen a través de búsquedas en Internet (34% y 24% respectivamente). Luego, en un segundo puesto, aparecen las consultas a familiares (27%) y amigos (14%), siendo casi nula la consulta a profesores de la escuela.

Finalmente, la gran mayoría de los encuestados percibe que sus habilidades son altas en lo que refiere al uso de las TIC para comunicación y entretenimiento (75% y 73% respectivamente). En cambio, menos de la mitad de la muestra (44%) considera que sus destrezas son altas cuando el destino del uso es para el estudio y el trabajo, mientras que la mitad percibe sus destrezas como “regulares” en este rubro. Aquí no son claras las diferencias de clase y de género (más allá de una leve mejor valoración de las habilidades comunicacionales por parte de las mujeres), pero sí resultan notorias las diferencias entre los estudiantes de escuelas de gestión privada y los de gestión pública: en todos los rubros, pero especialmente en el de estudio y trabajo, los primeros perciben más positivamente sus habilidades que los últimos

PRÁCTICAS TECNOLÓGICAS.

El teléfono celular se ha convertido en el artefacto utilizado con mayor frecuencia, ya que, sin importar el género o el nivel socio-económico, su uso es cotidiano: en promedio, un 90% de los encuestados declara usarlo todos los días. Asimismo, como dato relevante, la encuesta evidencia que el acceso a Internet ya no tiene a la computadora como dispositivo exclusivo de

conexión, sino que ha sido superada por el celular: mientras que un 85% de la población encuestada declara conectarse todos los días, solamente un 51% señala utilizar la computadora con la misma frecuencia. Ahora bien, mientras que el acceso a Internet no muestra diferencias significativas entre géneros, sí se evidencian variaciones en el caso de la computadora y el celular: mientras los varones son usuarios más frecuentes de la computadora que las mujeres (56% de los chicos la usa todos los días versus un 48% de las chicas), esta relación se invierte en el caso de los celulares (93% de chicas son usuarias diarias contra un 86% de chicos).

En relación a los objetivos o finalidades de uso de la computadora e Internet, el entretenimiento (escuchar música, jugar, ver videos, películas) ocupa el primer lugar, la comunicación el segundo y el estudio el tercero. Si bien este orden no se altera, al comparar por escuela (Ver Tabla 3) se observa que en las instituciones escolares de clase media y clase media-alta (Escuelas 1, 4 y 5) crece el porcentaje de estudiantes que eligen como primera opción “para hacer la tarea y estudiar”, casi duplicando al de estudiantes de clases populares.

Tabla 3. Objetivos de usos de computadora e Internet en el hogar según escuela.

% 1er lugar	Total	Esc. 3	Esc. 2	Esc. 1	Esc. 6	Esc. 5	Esc. 4
Para entretenerme	51%	55%	70%	50%	31%	55%	53%
Para comunicarme	30%	32%	17%	23%	51%	21%	25%
Para estudiar	16%	11%	9%	21%	14%	21%	20%
Total	314	53	47	48	59	56	51

Fuente: Elaboración propia.

Como puede observarse en la Tabla 4, este orden no se altera más allá de las diferencias de género. Sin embargo, al detallarse las actividades hay una marcada tendencia entre las mujeres hacia las actividades más comunicacionales (por ejemplo las chicas utilizan la computadora para chatear, ingresar a redes sociales y editar imágenes y videos con mayor frecuencia que los chicos) y educativas mientras que los varones tienden a jugar con mayor frecuencia que ellas.

Tabla 4. Objetivo de usos de computadora e Internet en el hogar según género.

% 1er lugar	Total	Mujer	Hombre
Para entretenerme	51%	47%	59%
Para comunicarme	30%	30%	29%
Para estudiar/ hacer tarea	16%	19%	10%
Base:	314	193	121

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, en el caso de los teléfonos celulares, su uso resulta extremadamente cotidiano y constante. Así se evidencia en la Tabla 5 con el hecho de que un 87% de los encuestados lo utiliza todos los días como reloj, un 78% para comunicarse con amigos y familiares por vía de diferentes aplicaciones de chat (especialmente Whatsapp), un 77% para ingresar a redes sociales y un 72% para escuchar música. Resulta interesante que, dado que las mujeres son usuarias más frecuentes que los varones, ellas los superan en el uso diario en casi todas las actividades menos en el juego. Asimismo, es notable la diferencia en favor de las chicas en la actividad “sacar fotos/filmar videos con la cámara del celular.””

Tabla 5. Objetivos de usos diarios de Celular según género.

% Todos los días	Total	Mujer	Hombre
Usar el reloj / Ver la hora	87%	90%	82%
Chatear	78%	81%	74%
Entrar a Redes Sociales	77%	80%	71%
Escuchar música	72%	74%	67%
Usar las alarmas	60%	64%	53%
Enviar/recibir mensajes de texto	59%	65%	50%
Hacer/recibir llamadas	57%	61%	52%
Sacar fotos/filmar videos con la cámara del celular	35%	46%	18%
Jugar	23%	21%	26%
Buscar información en Internet	22%	24%	17%
Usar la agenda	17%	22%	9%
Usar la linterna/como linterna	11%	11%	12%
Usar el correo electrónico	7%	7%	7%
Base:	314	193	121

Fuente: Elaboración propia.

En relación a la elección de plataformas de redes sociales, si bien el total de los entrevistados posee una cuenta en Facebook, menos del 40% de los jóvenes de escuelas de clases populares tiene una cuenta en Twitter, mientras que este porcentaje asciende al 63% y 75% en las escuelas de clases medias-alta (Escuelas 1 y 4 respectivamente). Algo similar sucede con la red social Instagram, que hasta aquí aparece como un espacio exclusivo de las clases medias y medias altas, tal como puede observarse en la Tabla 6. Sin embargo, el hecho de que la Escuela 6 presente un porcentaje similar de usuarios de esta red social al resto de las instituciones de gestión privada, estaría insinuando que su socialización se despliega en el espacio social en círculos concéntricos.

Tabla 6. Elección de redes sociales según escuela.

Total Menciones	Total	Esc. 3	Esc. 2	Esc. 1	Esc. 6	Esc. 5	Esc. 4
Facebook	86%	92%	89%	73%	85%	86%	80%
You Tube	70%	79%	83%	58%	68%	64%	61%
Twitter	59%	40%	28%	73%	64%	70%	86%
Google	21%	26%	34%	10%	27%	5%	18%
Instagram	14%	2%	-	23%	19%	23%	22%
Tumblr	3%	-	-	4%	3%	9%	6%
Total	314	53	47	48	59	56	51

Fuente: Elaboración propia.

Así, queda en evidencia que la diversidad y diferenciación de usos van de la mano con la clase social de pertenencia: las y los estudiantes de clases medias-altas despliegan usos más diversificados, en contraste con los usos de sus pares de clases populares.

4. Conclusiones

Mediante el análisis de los datos presentados, se puede argumentar que si bien existen marcadas diferencias en cuanto al acceso a dispositivos y conectividades según la pertenencia social, el PCI tiene un impacto positivo entre los estudiantes de clases populares, garantizando el primer acceso hogareño a la computadora. Sin embargo, la mayor desigualdad sigue manifestándose en la distribución de la conectividad a Internet, tanto a través de computadoras como de teléfonos celulares. En

definitiva, las desigualdades de acceso persisten pero moderadas por la intervención del Estado.

En cuanto a la adquisición de habilidades, el auto-aprendizaje prima en todos los estratos, aunque es menor su peso entre las mujeres, quienes también se inclinan hacia otros referentes como familiares y amigos. Adicionalmente, la escuela pareciera jugar un lugar importante en la percepción de las propias habilidades. En este sentido, las trayectorias de acceso y uso más dilatadas redundan en el desarrollo de habilidades diferenciales entre las clases sociales. Ergo, no todos los jóvenes son “nativos digitales” por el simple hecho de pertenecer a una misma franja etaria.

Respecto a las prácticas tecnológicas, las frecuencias de uso de las TIC se ven condicionadas por la disponibilidad de acceso a los dispositivos. Más allá de esto, los datos arrojan varias similitudes en términos de prácticas que atraviesan todos los sectores sociales. Principalmente, estas prácticas refieren a la elección de plataformas de redes sociales virtuales como instancias de sociabilidad que, además, habilitan recursos de entretenimiento y comunicación, es decir, prácticas tendientes tanto al acceso y consumo de bienes culturales significativos como a la generación de nuevos lazos sociales.

Frente a la masividad, casi universal, de plataformas como Facebook y las similitudes encontradas en el uso de teléfonos celulares, cabe preguntarse si los modos de uso, en el sentido bourdieano, de sus aplicaciones son los mismos independientemente de la clase social y el género. Asimismo, las diferencias detectadas en relación a la elección de nuevas plataformas de redes sociales por parte de los estudiantes de clases medias-altas quizás estén manifestando una búsqueda de diferenciación tanto respecto a sus pares de otros sectores sociales como respecto a personas de otras generaciones. Cuestión que demanda interrogarse acerca los sentidos que adquieren las prácticas para cada uno de los actores, es decir, es preciso abordar la dimensión simbólica de la apropiación de las TIC.

Para ello será fundamental recuperar las trayectorias de apropiación de los sujetos estudiados y cómo estas se configuran en rededor de los cursos biográficos de cada uno. Así se podrá, entre otras cuestiones, interpretar de qué manera las habilidades percibidas contribuyen a la imaginación de determinados proyectos educativos, laborales y de vida y analizar cómo

los modos de circulación por las redes sociales reproducen o alteran los modos de circulación por el espacio social.

En síntesis, preguntarse por el qué, el cómo y el para qué se utilizan las TIC no alcanza. Sin dudas estos interrogantes constituyen las premisas básicas para indagar los procesos de apropiación y a esto humildemente apuntó el presente artículo. Sin embargo, para comprender cabalmente dichos procesos es necesario sumergirse en el opaco entramado de producción de sentidos y desentrañar sus complejos vínculos con las desigualdades sociales y los modos en que estas tienden a legitimarse. Reconstruir estos significados será la tarea a realizar, mediante herramientas cualitativas, en las siguientes fases de investigación. Tarea por demás imprescindible que implicará, ni más ni menos, ir tras los rastros de la apropiación.

5. Bibliografía

- Barrantes, R. (2007) “Analysis of ICT Demand: What Is Digital Poverty and How to Measure It?” en *Digital Poverty: Latin American and Caribbean Perspectives*. Lima: DIRSI/IDRC.
- Benítez Larghi, S., Lemus, M.; Mogueillansky, M.; Welschinger Lascano, N. (2015) “Más allá del tecnologicismo, más acá del miserabilismo digital. Procesos de co-construcción de las desigualdades sociales y digitales en la Argentina contemporánea” en *Revista Ensamblés*, N° 1.
- Camacho, K. (2005). “La brecha digital”. En Ambrosi, A. et al (coord.): *Palabras en juego: Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información*. C&F Éditions.
- Castells, Manuel (1998) *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, Alianza, Madrid.
- De Nora, T. (2000) *Music in everyday life*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Di Maggio, P; E. Hargittai; C. Celeste y S. Shafer (2004). “From Unequal Access to Differentiated Use: A Literature Review and Agenda for Research on Digital Inequality”. En Kathryn Neckerman (ed.) *Social Inequality*. Ruseel Sage Foundation. Capítulo 9. New York.
- Hine, C. (2004). *Etnografía Virtual*. Editorial UOC, Barcelona.
- Hine, C. (2012) *The Internet: Understanding Qualitative Research*. New York: Oxford University Press.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INDEC (2012). Censo 2010. Buenos Aires.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC). (2013). ENTIC 2012.
- Lago Martínez, Silvia, Marotias, Ana, Marotias, Laura y Movia, Guillermo (2006). *Internet y lucha política. Los movimientos sociales en la red*. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- Ministerio de Educación de la Nación (2012) *Informe*

- de alcances y resultados del Programa Conectar Igualdad 2011*, MIMEO.
- Observatorio de la deuda social de la infancia ODSI (2013) “*Barómetro de la Deuda Social de la infancia*”, UCA, Buenos Aires.
- Reygadas, Luis (2008). *La apropiación: Destejiendo las redes de la desigualdad*. Barcelona: Anthropos.
- Sistema de Información Cultural de la Argentina, SInCA (2014) “*Encuesta nacional de consumos culturales*”, Buenos Aires.
- Sistema Nacional de Consumos Culturales (SNCC). (2008). Informe N° 4.
- Thompson, John (1998) *Los media y la modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Vasilachis de Gialdino, Irene (1992). *Métodos cualitativos I. Los problemas teórico-epistemológicos*, Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Warschauer, M. (2002). Reconceptualizing the Digital Divide. En *Revista First Monday*, Volume 7, Number 7, Julio 2002.
- Warschauer, M. y M. Ames. (2010). Can One Laptop per Child save world's poor? En *Journal of International Affairs*, Fall/Winter 2010, Vol. 64, No. 1. The Trustees of Columbia University in the City of New York.
- Winocur, R. (2009). *Robinson Crusoe ya tiene celular: la conexión como espacio de control de la incertidumbre*. Siglo XXI, México

“Un repertorio para cada ocasión” interacción social e interdependencia en la clasificación de públicos por músicos en Cali, Colombia

Paloma Palau Valderrama

palomapalau@gmail.com

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil
(UFRGS)

Ana Luisa Fayet Sallas

analuisasallas@gmail.com

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil
(UFRGS)

Resumen:

En el presente texto exponemos algunos de los desafíos de la profesión musical en el contexto urbano de Cali, en Colombia, a través de la situación de los músicos que interpretan reconocidos repertorios en los “grupos de secuencias” durante celebraciones particulares. Nos centramos en la presentación musical, mediación privilegiada de la experiencia, en la que pretendemos comprender la función del oficio desde la perspectiva de los músicos. Nos basamos en una etnografía de la interacción social en la que una de las autoras participa como flautista-investigadora¹.

Palabras clave: interacción social, interdependencia, mediación, sociología de la música.

Resumo:

Neste texto expomos alguns dos desafios da profissão musical no contexto urbano de Cali, na Colômbia, através da situação dos músicos que interpretam reconhecidos repertórios nos “grupos de sequências” durante comemorações particulares. Centramo-nos na apresentação musical, mediação privilegiada da experiência, na qual pretendemos compreender a função do ofício desde a perspectiva dos músicos. Baseamo-nos numa etnografia da interação social na qual uma das autoras participa como flautista-pesquisadora.

Palavras-chave: interação social, interdependência, mediação, sociologia da música.

¹ En este texto exploramos algunos de los resultados de la disertación de maestría en sociología de la UFPR de Paloma Palau Valderrama (2016), realizada con el apoyo de la Beca PEC-PG de la CAPES/CNPq.

1. “¡Todos a gozar!”, actuación, mediación e interdependencia en los grupos de secuencias

Cuando entré al carro de Rocío, la cantante, ella me presentó a los otros dos intérpretes con los cuales conformaríamos el grupo musical para la celebración de despedida del año de una empresa ese día. Yo tocaría la flauta, aunque no sabía cuál sería el repertorio. En realidad, ninguno de nosotros sabía, pero teníamos cientos de secuencias entre las cuales elegir las más apropiadas. Cuando llegamos, se escuchaba música a un alto volumen y observamos que el lugar ya estaba lleno. Mientras organizábamos rápidamente el equipo de amplificación, los micrófonos e instrumentos musicales, algunos asistentes charlaban en pequeños grupos y otros, nos miraban expectantes. Rocío se acercó al organista y le dijo “aquí tenemos que arrancar con una salsa, porque esta gente está que se baila”. El nos miró a los músicos y anunció “vamos a empezar con Cali Pachanguero”, y luego colocó la secuencia. Ya que era un “clásico”, todos nos la sabíamos y comenzamos a tocar sobre ella. Rocío exclamó por el micrófono “¡todos a gozar!”, y poco a poco, salieron a bailar los concurrentes.

El anterior fragmento del diario de campo de Paloma Palau, muestra un evento cotidiano en el trabajo de los “grupos de secuencias” en Cali, Colombia. Se trata de conjuntos musicales que realizan el acompañamiento musical en celebraciones particulares y en espacios comerciales como bares y discotecas, en los que ofrecen la interpretación de una amplia

gama de géneros musicales de difusión masiva. Su portafolio musical es constituido por obras reconocidas y canciones que están de moda: “clásicas” o “hits” de géneros musicales como la salsa, la salsa-choque, la música tropical, los boleros, las baladas de los años 60’s a 90’s, el pop, las rancheras, el reggaetón, el son cubano, la bachata, el merengue, el vallenato y algunos otros ritmos; con menos frecuencia el pasodoble, el porro chocoano, la cumbia, la música de despecho² y el currulao. Tal variedad se debe a la tecnología denominada por los músicos como “secuencias”, que consiste en archivos digitales de MIDI³ y de audio de las canciones, que reemplazan a los instrumentos faltantes y sobre los que los músicos tocan⁴.

En estos conjuntos suelen variar los integrantes y la cantidad de músicos. Son intérpretes cantantes e instrumentistas, hombres y mujeres, de edades que oscilan entre los veinte y los sesenta años. Viven en un rango de estratos sociales medio-bajo y medio-alto y pertenecen a las clases medias. El número de integrantes varía en los grupos de la siguiente manera: Un cantante y alguien encargado del órgano o teclado, que puede tocar o hacer mímica con el instrumento. En ocasiones una sola persona puede hacer ambas tareas, la voz y el teclado. Puede haber instrumentistas que toquen percusión menor, como congas,

² También se conoce como “música popular”; es una producción colombiana basada en la música popular mexicana que incluye rancheras y corridos, entre otros ritmos.

³ MIDI es la sigla de Musical Instrument Digital Interface.

⁴ Ejemplo de las presentaciones musicales realizado durante el trabajo de campo <<https://youtu.be/rH7TiRtVdgI>>

bongó, maracas, güira, güiro o timbal; y con menos frecuencia, bajo eléctrico e instrumentos melódicos de cuerda como el violín, o de viento como la trompeta, el saxofón y la flauta. Los cantantes deben manejar variedad de estilos y conocer de memoria un amplio repertorio.

Ya que la presentación musical constituye la principal mediación de la experiencia musical propiciada por el oficio de estos conjuntos, nuestra finalidad principal es comprender las actuaciones de la profesión musical de manera individual y su cooperación en los grupos de secuencias, teniendo en cuenta su interdependencia entre colegas y con relación al público durante la presentación musical.

Tres elementos son cruciales para el surgimiento de estas agrupaciones a mediados de 1990. Uno de ellos, es la crisis económica en la ciudad, vinculada en buena medida con el decaimiento del narcotráfico que impacta muchas áreas de la economía, entre ellas a las orquestas de salsa locales, lo que lleva a sus integrantes a buscar alternativas laborales (Waxer, 2002). Se suman a esto las altas tasas de desempleo y el deterioro de la infraestructura de la ciudad (Sánchez, 2013). En segunda instancia, el desarrollo y la implementación de las tecnologías de teclados electrónicos que incluyen grabaciones de ritmos populares y que más tarde permiten la lectura de las secuencias en MIDI y en audio. Por último, la creciente diversidad sonora de músicas populares transmitidas por los medios de comunicación y consumidas en el ámbito local.

Aunque los grupos de secuencias surgen como una alternativa laboral que constituye una de las ofertas más económicas del mercado, este oficio no contribuye a un mejoramiento significativo de sus condiciones laborales con relación a décadas anteriores, dada su inestabilidad, y a que sus bajos precios aseguran un buen ingreso solo con una alta frecuencia de presentaciones musicales. Por otra parte, si se exceden los límites delineados de la población de estos intérpretes para abarcar músicos que tocan en otras agrupaciones en Cali, emergen discursos de desprecio por los grupos de secuencias ya que consideran que les quita la clientela dado su bajo costo, su gran variedad de repertorio y porque no les parece honesto que suene un instrumento que nadie toca. Los intérpretes que usan secuencias, por su parte, defienden que a pesar de que sí son una competencia para otros músicos, manifiestan que estos grupos ofrecen una posibilidad que no pueden rechazar puesto

que con ella ganan un mayor ingreso económico que tocando en una agrupación más grande, y que finalmente al público no parece importarle si se usan secuencias que sustituyan los instrumentos reales. Sin embargo señalan que la calidad estética de la interpretación en vivo es siempre mejor.

El estudio provee insumos para evidenciar que según los argumentos de los músicos, su papel en las celebraciones que acompañan es conseguir estimular las emociones a través de la música hasta propiciar un estado de alegría y de conmoción colectiva. Para llevar a cabo este objetivo, los músicos realizan una clasificación de su audiencia en cada presentación musical. Dado que la mayoría de las presentaciones son eventos sociales en lugares privados en los que priman las celebraciones particulares de familias, amigos y empresas, tanto el tipo de reunión como de público varían cada vez.

De esta manera los músicos deben estar atentos a estos dos elementos para brindar un repertorio y un tipo de música, y por ende, una estética que se ajuste al gusto del público en cada ocasión. De la acertada observación de estos dos elementos por parte de los músicos, depende que se logre la eficacia de la música en el evento. El proceso de observación permite configurar el repertorio, un elemento flexible y dinámico que se construye en vivo a medida que los intérpretes examinan las características y reacciones del público en cada canción, y que se origina de la suma de los repertorios individuales de cada intérprete.

En estas ocasiones, que suelen reunir aproximadamente entre 20 y 200 personas, se busca una compenetración activa de músicos y público. Los primeros deben intentar transmitir alegría con la música, el canto, el baile y algunas frases de animación. Así, los parámetros estéticos sonoros y visuales, obedecen al objetivo de conseguir la alegría del público, y no a destacar las destrezas del intérprete o cualidades de la composición. Es decir, no es una música autónoma cuyo derrotero es ella misma, sino, una práctica heterónoma en la que elementos externos al sonido condicionan su estética.

Para acercarnos al oficio musical nos basamos en una etnografía centrada en el análisis de la interacción social según la propuesta de Goffman (1981, 2001, 2011), en la que una de las autoras se desempeñó como flautista en varios grupos durante los meses de diciembre de 2014 a marzo de 2015. Para Goffman el comportamiento en la sociedad se da con referencia a las normas

morales. Los sujetos se desempeñan como actores en un drama de acuerdo a una fachada o papel convencional (1981, p. 33) de manera individual o en equipo (1981, p. 90). Los músicos afirman que su papel en las celebraciones consiste en advertir con agudeza las particularidades del público, observar su comportamiento y adivinar sus gustos para interpretar la música que represente sus valores y conducirlo así adecuadamente a un estado de alegría. Sin embargo, los públicos y los músicos no son grupos homogéneos en su interior, sino que tienen diferentes características sociales, aspectos que se evidencian en cada presentación musical. La única constante en la relación entre ambos equipos consiste en que los parámetros estéticos deben ser adecuados para cada celebración y al gusto del público, tarea de análisis que realizan los músicos.

Ahora bien, la relación entre músicos y público, es la de grupos interdependientes, en la que la balanza de quienes detentan el poder no oscila hacia una sola dirección (Elías & Scotson, 2000). Actúan como clientes y vendedores, como concurrentes a una celebración y mediadores que estimulan las emociones, como feligreses y pastores. Según Elías (2005, 1994), los patrones estéticos de una producción artística corresponden a la relación de los productores con los consumidores de arte, y a las estructuras sociopolíticas que estos mantienen. Los cambios en la interdependencia de ambos grupos implican transformaciones en los gustos y en las valoraciones estéticas del arte. En ese sentido, para Elías los sujetos existen de modo interdependiente con la sociedad como procesos formados en un largo plazo. Aunque, a diferencia de Elías, en la concepción de Goffman el sujeto no se encuentra determinado por sus condicionantes históricos, converge con él, en la relevancia de la intersubjetividad como aspecto constitutivo del individuo. De ese modo, para ambos autores los sujetos realizan una representación de sí frente a otros, en el marco de las normas de su sociedad (Elías, 1994; Goffman, 1981).

Partimos además de la explicación teórica de Hennion (2002) sobre las mediaciones en la música, que nos permite comprender el momento de la presentación musical en una celebración. El autor se basa en el modelo circular del totemismo durkhemiano, en el que el objeto de adoración, aunque no tiene el poder en sí mismo, representa a los valores sagrados, que en realidad son una objetivación de la sociedad (Durkheim, 2000). Las consecuencias emocionales y los trances

producidos en el ritual son reales, y esto se da por la creencia que hay en tales valores. Ya que la música no es un objeto material, pasa a soportarse en una red de mediaciones que de igual manera que el tótem, no tienen el poder absoluto de excitar por sí sola, pero que al portar significados sociales compartidos y una potencialidad latente en sus atributos materiales, consigue conmover a los sujetos y en el caso de una presentación musical llega a desencadenar una efervescencia colectiva.

Estos cantantes e instrumentistas posibilitan que una producción musical que ha sido creada para un mercado de consumidores anónimos con mediadores como los sellos discográficos, los medios de comunicación y los conciertos masivos, reorienta su rumbo a una interacción social en la que al contrario, los artistas son desconocidos para el público y la audiencia que exhibe sus signos identificatorios, y subordina el arte a ensalzar su motivo particular. Al considerar las diferencias entre la circulación de una obra musical en un contexto macro de industria cultural y un espacio de experiencia micro como la fiesta de una familia, podemos observar diferencias diametrales. En un acercamiento al consumo cotidiano, los individuos usan y resignifican el arte de varios modos, y no solo en una obediencia ciega a los dictámenes del mercado.

2. “Hay que estudiar a cada público” la *fachada* de los músicos y su clasificación de públicos

La apropiada cooperación en equipo de los músicos se consigue cuando hay una claridad sobre las virtudes ideales que se debe tener. Tales características son consensos sobre el oficio y corresponden a su *fachada*, “una representación colectiva y en una realidad empírica por derecho propio” como señala Goffman (1981, p. 39). Se espera que un músico en este oficio tenga habilidades como la capacidad de conmover a su audiencia, dominar su instrumento, bailar y decir frases que aviven al público, clasificar el tipo de público y de evento para brindar el repertorio y géneros musicales adecuados a él, demostrar alegría, y no usar el evento para alardear de sus destrezas técnicas.

En el proceso de contratación de una presentación musical cada *equipo*, público y grupo musical, tiene un representante que actúa como intermediario formal (Goffman, 1981, p.

108); en el caso del primero es el cliente, en el caso del segundo, es el director del grupo o el que haya conseguido el contrato. El cliente solicita el acompañamiento musical para una celebración concreta, y en ocasiones añade a su petición la advertencia de que la diversión de los acudientes es lo más importante. Los músicos afirman que la mayoría de las veces, el público no es consciente de que lo que en realidad desea es el estado de alegría que produce la experiencia musical. Para realizar este objetivo, los músicos deben disponerse a actuar para ello y no para complacer sus propios gustos. Por lo general los directores se contactan con los músicos que necesitan para cada ocasión y si alguno ya tiene compromisos, buscan a otro que lo reemplace. En las declaraciones se oponen dos tipos de *fachada* de músicos: el artista famoso que toca su propia obra para un público que va a verlo de manera exclusiva a él, a diferencia del músico que celebra con el público su festejo y se subordina a complacer sus gustos estéticos y a conmovirlo, por encima de la demostración de habilidades musicales. Una cantante que maneja su propio grupo explica: **“Aquí no cabe que uno sea la mejor cantante, la gente no está pagando un show para verte mostrar tus destrezas. Admiran la voz, pero si tú les cantaste esa canción que les llega al alma y los puso a cantar y a bailar, ese es el éxito”** (R. Triviño, comunicación personal, 29 de enero de 2015).

La observación que hacen los músicos, primero de las demandas explícitas del cliente previo al evento, y luego de los comportamientos del público durante la presentación, les permite armar el repertorio durante la presentación a fin de inducir paulatinamente a un estado de excitación colectiva. Si bien no es una competencia que dependa en su totalidad de los músicos, puesto que el público está dispuesto de dejarse arrobar por la emoción, son los primeros quienes la avivan de canción en canción, al observar las reacciones de las personas en cada una.

Las presentaciones musicales se dan en *ocasiones sociales* (Goffman, 2011, p. 9), que pueden ser celebraciones con un motivo particular como un cumpleaños, un matrimonio, un aniversario matrimonial, la bienvenida o despedida de un ser querido o de un periodo laboral en una empresa, o una fecha especial como el día del padre, el día de la madre, el día de la mujer, un partido de la selección de fútbol de Colombia, la graduación de una cohorte de estudiantes de bachillerato o de pregrado, la temporada decembrina,

entre otros. O puede consistir simplemente en un show musical en un restaurante, bar o en un centro comercial. Los primeros se dan en establecimientos sociales privados, como casas o salones sociales y los segundos son escenarios comerciales de circulación pública. De acuerdo al tipo de celebración, los músicos eligen canciones con letras relativas a ella o que puedan encajar con el motivo de reunión.

Este aspecto debe articularse a las características del público según la clasificación de los músicos que tienen en cuenta las siguientes categorías en orden de importancia: edad, estrato social, género sexual, etnicidad y origen geográfico. El aspecto que más resalta en la diferenciación de públicos según los músicos es la edad, que se suele discriminar entre niños, jóvenes, adultos o adultos mayores. Uno de los cantantes comenta: “Primero que todo uno analiza al público, cuando hay jóvenes toca salsa, bachata, reguetón y salsa choque ... donde hay adulto mayor yo inicio con música de los años sesenta y luego hago tropicales” (H. Cardona, comunicación personal, 23 de diciembre de 2014).

El estrato social y la etnicidad son otros de los indicadores de gustos musicales. Los músicos entrevistados y los eventos observados coinciden con la selección de músicas que hacen los intérpretes de acuerdo a estas variables. En la mayoría de eventos el público es de un estrato social igual o superior al del músico, sin embargo a veces sucede a la inversa. Un pianista hace las siguientes especificaciones:

Hay que hacer un estudio social y psicológico del público. En una misma empresa he tocado para los empleados y para los gerentes y cada uno tiene un perfil totalmente distinto. A los empleados les gusta mucho la salsa, hay que tirar reguetón, salsa choque. Ellos responden inmediatamente, le gusta mucho la rumba y la recocha. Si uno ve que la mayoría del público es afrodescendiente, hay que hacer salsa de una. La parte administrativa, que son los de oficina y son blanquitos, son más de merengue; y a los mayores de 50 años les gusta mucho la tropical. Los de estrato alto es gente que tiene poder adquisitivo, dueña de empresas, que tiene unos 40 años. Yo les toco música de UB40, rock en español, pop y se enloquecen, se transportan al colegio. (J. Castrillón, comunicación personal, 21 de enero de 2015).

Con menos frecuencia, se tiene en cuenta el origen geográfico nacional de las familias: “si son de Bogotá son más merengueros; si son de Cali, son de salsa; si son de Manizales, de Caldas o de Medellín, son de música tropical” (D. Roldán, comunicación personal, 21 de enero de 2015). No obstante, la clasificación que hacen los músicos de sus públicos se basa en una generalización que solo en pocos casos no funciona.

El público puede jugar a representar el papel del cantante o instrumentista e irrumpir en el espacio físico de la tarima o de la localización del músico en cualquier momento. Observamos cómo músicos y público constituyen grupos interdependientes en cuya relación el equilibrio de poder inclina la balanza a favor del último. De manera que, la elección de los parámetros estéticos de sus interpretaciones musicales es determinada por el gusto de su audiencia.

3. “¿Qué tocamos después de esta?” La construcción del repertorio de trabajo

El *repertorio de trabajo* según Becker y Faulkner (2011, p. 64) es un aspecto dinámico que se construye a medida que transcurre la presentación musical y que se crea para una sola ocasión. Los músicos lo elaboran teniendo en cuenta el tipo de celebración, de público, la animación y la exaltación que debe propiciar la experiencia musical. Este conjunto de canciones constituye sólo una parte del *repertorio de la comunidad musical* que saben todos los músicos que tocan en grupos de secuencias, es decir, “es la colección de canciones que esa comunidad potencialmente tiene disponibles para su ejecución” (Becker & Faulkner, 2011, p. 60). A su vez el conjunto de canciones está en permanente creación a medida que se interpretan nuevos temas y se relegan otros. El repertorio de trabajo se conforma por canciones del *repertorio individual* de cada músico participante (Becker & Faulkner, 2011, p. 64).

El músico llega al evento con una idea de lo que va a tocar de acuerdo a lo que ha hablado previamente con el cliente. Sin embargo, sabe que es necesario siempre observar y confirmar si el tipo de público que había imaginado de acuerdo a la celebración es el mismo o si es diferente. Cuando el cliente no ha solicitado una lista de temas específicos sino que se toque música variada o *crossover*, hay un rango de elección mayor. Una opción para armar el repertorio

de trabajo, es intercalar los temas que se han solicitado previamente, con otros de géneros musicales diferentes. Para iniciar la presentación se eligen regularmente temas relativos a la fecha especial. Es común empezar con canciones suaves, a menos que los asistentes ya estén bailando, y se aumente poco a poco la intensidad con canciones de carácter alegre o bailable. Un cantante describe “cuando llegamos la gente está comiendo o le dicen a uno ‘vamos a comenzar suave’, entonces uno hace media horita de boleros, ya para la segunda parte uno empieza con un cubanita, un tropical, y va subiendo de acuerdo a como la gente se va animando más” (A. Núñez, comunicación personal, 23 de enero de 2015). Las canciones del repertorio general son éxitos antiguos también llamados “clásicos” y temas que están de moda recientemente de todos los géneros musicales que mencionamos. Se busca que sean canciones conocidas para el público, y esto en buena medida contribuye a la efectividad de la conmovición.

No obstante, aunque es una convención subir paulatinamente el ánimo, el *repertorio de trabajo* se arma paso a paso, canción tras canción al observar las reacciones de cada público y según la clasificación que hacen los músicos del mismo. Al inicio se puede interpretar dos temas, y luego algunos preguntan al público “¿voy bien?, si quieren un tema en especial, por favor solicítenlo”. El público responde “sí, por ahí va bien”, o puede pedir algún tema o género musical. Esta conversación se usa para *definir la situación* entre ambos equipos (Goffman, 1981, p. 15). No es un acuerdo que pretende establecer un estado inmutable, sino más bien un proceso de estímulo a la excitación emocional de acuerdo al ritmo del celebrante.

Los cantantes cargan siempre con su *repertorio individual* en una memoria USB o “maletica”; el número de canciones puede oscilar entre 300 y 10.000 de acuerdo a la memoria del músico y a las secuencias acumuladas a lo largo de su carrera (A. Ortiz, comunicación personal, 27 de enero de 2015). Cualquiera de los cantantes puede sugerir un tema al director o al organista que lo busca en la memoria USB que se conecta al teclado. El músico va probando con cada género musical y si hay una reacción activa del público, repite canciones del mismo género. De acuerdo a la celebración se tiene disponible una serie de canciones. Por ejemplo el *Cumpleaños feliz* o canciones relativas para esta fecha, para la madre, para el padre, que hablen de amor de pareja para los matrimonios, para las

despedidas y bienvenidas, para los amigos, entre otras. En consecuencia un repertorio de trabajo se elabora a partir de obras de múltiples fuentes, por solicitud del público o la observación de él que hacen los músicos.

4. “Y con esta nos despedimos”, conclusiones

La emergencia de los grupos de secuencias produce un desplazamiento de equilibrio de poder que favorece al público y disminuye las posibilidades de condiciones amables de trabajo para los músicos. A pesar de la efectividad de sus performances, los intérpretes experimentan la precarización de las condiciones económicas y estéticas de su práctica, puesto que el ingreso económico compensa su bajo costo con una alta frecuencia de presentaciones. Además, los músicos señalan la falta de valoración de la interpretación en vivo por parte de los públicos que sumada a los aspectos mencionados, han conllevado al desplazamiento de otros conjuntos musicales al reemplazar a los instrumentistas por los sonidos pregrabados de las secuencias.

Los grupos de secuencias tienen como propósito laboral acompañar las celebraciones particulares en lugares privados y en espacios comerciales de circulación pública. Los parámetros estéticos en esta práctica profesional están subordinados al gusto de la audiencia, que se debe complacer con una amplia variedad de géneros musicales y de repertorio. La finalidad de la música en el evento es la de estimular las emociones del público hasta llevarlo a un estado de alegría y efervescencia colectiva. En ese sentido, la interdependencia entre los equipos de músicos y público se da no solo en la relación comercial que establecen de vendedores y compradores, sino también en el papel de concurrentes a una celebración y estimuladores de las emociones cuyo pacto implícito es el éxtasis grupal. Este papel de la música es una convención en los discursos de los músicos, no obstante, señalan que no es un asunto obvio para el público que a veces lo desea de manera inconsciente. Corresponde a los estudios de recepción ahondar en este punto.

Los músicos en los grupos de secuencias son mujeres y hombres de un rango amplio de edades y de clases medias. Estos artistas consensuan en la distinción entre dos tipos de fachada de su oficio: “estrellas” y profesionales, y se clasifican en el último. La actuación de los individuos en la fachada del músico, implica el reconocimiento de

reglas de conducta grupales de su profesión, entre las que se encuentran los derroteros de identificar los parámetros estéticos de gusto de la audiencia, cambiantes en cada ocasión. En buena medida los músicos clasifican al público con referente a un *estereotipo social* (Elías & Scotson, 2000, p. 210), no en un sentido peyorativo, sino como una forma de categorización a menudo esencialista que se hace de los otros entre dos grupos interdependientes. Se espera que el conjunto de individuos que tiene ciertas características sociales, tenga también determinados atributos o ciertos comportamientos. Cuando los músicos observan al público se basan en su *apariciencia, modales y signos* (Goffman, 1981, p. 33-36); de acuerdo al lugar de la presentación tienen en cuenta el medio (Goffman, 1981, p. 33), y ubican a las personas en ciertos patrones de gusto musical. Este estereotipo asignado, les permite iniciar la interacción con una idea de un posible rumbo comunicativo, en una tentativa de definición de la situación. La elección del repertorio adecuado a la clasificación estereotípica del otro, funciona bien en buena cantidad de ocasiones, no obstante, tiene excepciones. Puede suceder que dos variables identificadas en determinada audiencia no sean compatibles.

Hacer música requiere de la cooperación en equipo y del tejido de soportes físicos y de sujetos que le dan vida a la experiencia musical. La presentación en vivo es una mediación en la que se entretienen las interacciones de los intérpretes y de la audiencia con las potencialidades de acción que ofrecen los objetos. En los grupos de secuencias, la presentación transcurre entre las incertezas de los músicos acerca de las reacciones del público, y la observación y respuesta propositiva de los intérpretes. En este proceso se construye el repertorio de manera paulatina, dando lugar, canción tras canción, al acontecer musical.

5. Bibliografía

- Becker, H., & Faulkner, R. (2011). *El Jazz en Acción: la dinámica de los músicos sobre el escenario*. Buenos Aires: Editorial Siglo Veintiuno.
- Durkheim, E. (2000). *Las formas elementales de la vida religiosa*. México D.F.: Colofón.
- Elías, N. (1994). *Mozart: a sociologia de um gênio*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Elías, N., & Scotson, J. (2000). *Os Estabelecidos e os Outsiders: Sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Elías, N. (2005). *A peregrinação de Watteau à ilha do amor*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

- Hennion, A. (2002). *La pasión musical*, Barcelona: Paidós.
- Goffman, E. (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu,
- Goffman, E. (2011). *Ritual de interação: ensaios sobre o comportamento face a face*. Petrópolis: Vozes.
- Goffman, E. (2001). *Internados, ensayo sobre la situación social de los enfermos mentales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Palau Valderrama, Paloma. (2016). “Yo toco de todo”: *configuração, interação social e mediações do trabalho musical nos grupos de sequencias em Cali, Colômbia*. Dissertação de Mestrado em Sociologia. Departamento de Ciências Sociais, Setor de Ciências Humanas Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba.
- Sánchez, J. (2013). *Los individuos a prueba. Las clases medias en la sociedad colombiana, el caso de Cali. Informe de investigación*. Cali: Universidad del Valle. Recuperado de: <http://socioeconomia.univalle.edu.co/index.php/cidse/proyectos/proyectos-de-investigacion-terminados/117-proyectos-de-investigacion-terminados-sociohistoria/523-los-individuos-a-prueba-las-clases-medias-en-la-sociedad-colombiana-el-caso-de-cali>
- Waxer, L. (2002). *The City of Musical Memory: Salsa, Record Grooves, and Popular Culture in Cali, Colombia*. Wesleyan: Wesleyan University Press.

Autor

Guillermo Quiña (Doctor en Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires y Universidad Nacional de Avellaneda. Email: gquina@sociales.uba.ar Domicilio: Uruburu 950, piso 6, Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Teléfono: 0054 11 4508-3815)

Profesor regular de la Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV) y docente de Teoría Sociológica Contemporánea en la Universidad de Buenos Aires, Argentina. Ha publicado artículos en revistas científicas nacionales e internacionales de su especialidad. Actualmente dirige dos proyectos de investigación, financiados por la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica y la UNDAV, en torno a la producción musical independiente, el trabajo creativo y las industrias culturales en la actualidad.

Los sentidos de la precariedad: reflexiones en torno a las representaciones del “trabajo creativo”

Guillermo Quiña

gquina@sociales.uba.ar

Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV) y
Universidad de Buenos Aires (UBA)

Resumen:

Enmarcada en el contexto de la denominada Economía creativa y la concepción de la cultura como un recurso para el desarrollo social y económico de los denominados países emergentes, la noción de “trabajo creativo” se ha expandido de modo notable durante los últimos diez años tanto en políticas públicas como en el ámbito privado en relación con las industrias culturales y creativas. Nuestro objeto es indagar las significaciones que este trabajo asume para los propios trabajadores, sin perder de vista las condiciones concretas en que se realiza, a partir del caso de la producción de música independiente, es decir, sea autogestionada (por los propios músicos) o en reducida escala (con intervención de pequeños sellos discográficos). Esperamos con ello iluminar algunos aspectos de una problemática poco estudiada en nuestra región, así como despertar el interés por el debate en torno de la dimensión laboral en el ámbito de la producción cultural en América Latina.

Palabras clave: Trabajo Creativo – Precariedad Laboral – Representaciones – Música Independiente – Industrias culturales y creativas

Abstract:

Framed within the so called creative economy context and the conception of culture as a resource for social economic development, the notion of “creative labor” has notably expanded during the last ten years: both in the private sphere as in many public policies destined to cultural and creative industries. Our aim is to explore the meanings this notion has for cultural workers, taking note of the concrete conditions it shows through the case of independent music production; that is to say, DIY (carried by the musicians on their own) or private production at a small scale (with intervention of independent labels and live music producers). We expect to give light on some aspects of a barely studied thematic within our region and to arouse attention on the debate about the labor dimension of cultural production in Latin America.

Keywords: Creative Labor – Precarity – Representations – Independent Music – Cultural Industries

Introducción

El presente trabajo se propone abordar una problemática de creciente actualidad tanto a nivel global como en el ámbito latinoamericano: el llamado “trabajo creativo”. Enmarcado en el contexto de la denominada economía creativa y la concepción de la cultura como un recurso para el desarrollo social y económico -especialmente en los denominados países emergentes-, se ha expandido de modo notable durante los últimos diez años tanto en políticas públicas como en el ámbito privado en relación con las industrias culturales y creativas.¹

Ahora bien, en tanto éstas someten a sus trabajadores a las mismas condiciones de precarización que el resto de la actividad económica a escala global (Ross, 2007; Mac Robbie, 2009; Raunig, 2008), la función ideológica que llevan a cabo complejiza y dificulta los procesos de lucha mediante los cuales los trabajadores han enfrentado situaciones semejantes en la historia reciente. La fuerte apelación a nociones de autonomía, flexibilidad y libertad de un nuevo espíritu del capitalismo (Boltanski y Chiapello 2007) se aloja centralmente en las actividades que caen bajo la órbita de las industrias creativas y acompaña idealmente un significativo avance del capital sobre el trabajo en el que la clase trabajadora se ha visto cada vez más fragmentada (Katz, 2000). Por otra parte, en ello también ha colaborado el avance de los procesos de terciarización u ‘outsourcing’

1 La primera definición de industrias creativas fue la inglesa en 1998, según la cual comprenden “aquellas que tienen origen en la creatividad, destreza y talento individual y las cuales tienen un potencial para la creación de riqueza y trabajo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual” e involucran las actividades de “publicidad, arquitectura, mercados de arte y antigüedades, artesanías, diseño, diseño de modas, cine y video, videojuegos, música, artes performativas, editorial, servicios de software y computación, televisión y radio” (DCMS, 2001: 5).

en las distintas actividades comprendidas por las industrias creativas a escala global, a la vez que las representaciones de emprendedorismo consolidadas en la producción cultural en los últimos años han ganado posiciones hegemónicas en el marco del llamado “nuevo espíritu del capitalismo”.

Nuestro objeto es indagar las significaciones que este trabajo asume para los propios trabajadores, sin perder de vista las condiciones concretas en que se realiza, a partir del caso de la producción de música independiente, es decir, llevada a cabo de modo autogestionado (por los propios músicos) o bien en reducida escala (con intervención de pequeños sellos discográficos), normalmente en condiciones de precariedad e informalidad laboral, en la ciudad de Buenos Aires en la actualidad.² Mediante un abordaje cualitativo realizado en el marco de mi tesis doctoral ya concluida -centrado en observaciones y entrevistas con los actores- procuraremos iluminar algunos aspectos de la problemática, aún poco estudiada localmente, así como despertar el interés por el debate en torno de la dimensión laboral en el ámbito de la producción cultural en América Latina.

2 Resulta prácticamente imposible estimar hoy en términos cuantitativos el peso de la música independiente en el empleo en el ámbito de la Ciudad. Existen, sin embargo, cálculos que para el total de la industria de la música en este distrito rondan las 2500 personas ocupadas (Observatorio de Industrias Creativas, 2011), aunque ese número incluye a los grandes sellos y distribuidoras a la vez que no da cuenta de todo un gran sector informal propio de la música independiente que, muchas veces, ni siquiera tiene a ésta por actividad principal. Asumiendo que ocupa aproximadamente un cuarto del negocio discográfico y estimando una participación similar en el vivo, podríamos esperar al menos que hubiera unas 600 personas ocupadas en la música independiente, aunque dicha estimación resultaría muy pequeña tan sólo considerando los cientos de eventos en vivo que tienen lugar en la ciudad cada fin de semana.

Desarrollo

Si el avance del discurso de las industrias creativas parece algo extraño a las realidades latinoamericanas actuales, solo lo es en modo apariencial: distintos organismos oficiales y supranacionales han apelado, en los últimos cinco años, al concepto de industrias creativas en los países emergentes y particularmente en América Latina, como una oportunidad que promete motorizar el desarrollo económico, social y cultural en la región. En efecto, tras la adopción de dicho término en América Latina entre 2003 y 2008,³ en apenas 6 años la noción de industrias creativas ya contaba con el favor de gran parte de los gobiernos de la región, lo cual no deja mucho lugar a dudas acerca de su carácter hegemónico.

Dicho esto, ¿a qué se denomina trabajo creativo en este marco? Amén de lo problemático de definir a un trabajo a partir de una noción de creatividad cuando es precisamente esa capacidad de crear algo hasta entonces inexistente la virtud del trabajo humano (Quiña, 2013), con trabajo creativo se suele aludir a la labor de quienes constituyen el corazón de las industrias creativas. Según Banks (2010), su característica distintiva es la tendencia a mantener la tensión entre los impulsos autónomos de los trabajadores artísticos y artesanos, y las demandas de los managers por una producción orientada a lo estandarizado y comercializable. Su mirada resulta muy pertinente en atención a que es común asociar a estas industrias con creativos y artistas, desestimando todo un conjunto de trabajos que sostienen y acompañan los procesos de producción y distribución, lo que forma parte de una suerte de relato modélico del trabajo creativo para hacerlo más “simpático”, pero que no responde a la verdadera integración de los distintos trabajos artesanales, técnicos y creativos.

Por su parte, numerosos investigadores han coincidido en señalar el carácter precario que asume el trabajo creativo a escala global en relación con su inestabilidad, bajos salarios, niveles de explotación, entre otros, aunque ello no

es sino una conclusión descriptiva, necesaria en un primer momento de abordaje aunque limitada para la ciencia social, si de lo que se trata es de transformar esa realidad. ¿Qué más podría decir al respecto?

Un camino interesante se ha abierto al considerar las particularidades que asume como forma hegemónica de contratación de fuerza de trabajo no ya privativa del “trabajo creativo” sino propia del capitalismo actual, donde la figura del trabajador individual, emprendedor, usuario de TICs, encarna el nuevo modelo de trabajo (Christopherson, 2008; Rowan, 2010), pues significa un primer paso hacia el abandono de una mirada “excepcionalista” de los trabajadores creativos y su inclusión dentro de la fuerza de trabajo global.

¿Trabajadores o emprendedores?

Una de las figuras más difundidas en relación con el trabajo y las industrias creativas es la del emprendedor, reconocida como la forma más apropiada para encarar los desafíos del trabajo creativo, enmarcado en un conjunto de transformaciones tecnológicas y a cuya dinámica resultaría inadecuada la contratación “clásica” de la fuerza de trabajo. Por su parte, la noción de “emprendedorismo” o “emprendizaje” alude al supuesto carácter emprendedor de los productores culturales independientes en el marco del giro neoliberal que han adoptado las políticas culturales en los últimos veinte años a escala global, incentivando la lógica privada de la gestión cultural y en sintonía con la proclama de la creciente importancia de las industrias creativas para la economía (Rowan, 2010).⁴

En el caso particular de la producción musical independiente, esto alimenta el sostenimiento de una noción de emprendedorismo (De Marchi, 2006) en la cual el músico es reconocido como inversor, administrador y patrocinador de su propio trabajo sin que ello erosione en modo alguno la hegemonía del capital en la producción cultural; por el contrario, no sólo tiende a revitalizarla bajo la apariencia de mantenerse ajena a ella, en el marco de un capitalismo que apela a la creatividad, innovación y autonomía individuales (Boltanski y Chiapello, 2007), sino

4 En un trabajo recientemente publicado, De Peuter y Cohen (2015) analizan cómo la tendencia a desconocer el derecho al salario de los trabajadores de la cultura en lugar de lo cual se les retribuye con un espacio de “visibilidad” o “exposición” contribuye con el proceso de constituirlos como emprendedores o empresarios

3 En 2003, en Colombia, el gobierno conjuntamente con el British Council llevó adelante un proyecto de Incubadora de Industrias Creativas “Prana” para “fomentar e incentivar empresas sostenibles del sector creativo”; en 2005, en Salvador (Brasil), se creaba el Centro Internacional das Industrias Criativas; en 2007 en Uruguay se fundó el Departamento de Industrias Creativas (DICREA); ya en 2008, en Chile la Corporación de Fomento de la Producción implementó el Programa Territorial Integrado de Industrias Creativas en la ciudad de Valparaíso, mientras en la ciudad de Buenos Aires las políticas públicas comenzaban a referirse a las “industrias creativas” en lugar de las hasta entonces denominadas “culturales”.

que al constituirse como productores privados e independientes de mercancías musicales, permiten a los grandes sellos renovar sus catálogos sin la necesidad de invertir en experimentar, desarrollar ni editar el trabajo de los músicos sino sólo comprando los derechos de lo que éstos han producido de modo privado.

Hay tres aspectos del debate que nos parece interesante retomar aquí. Por un lado, el planteo de la llamada “precarización de sí” (Lorey, 2008), según el cual en el ámbito de la cultura existe una cierta particularidad de los trabajadores al autotrabajo en condiciones de precariedad que no son infligidas por un empleador extraño sino por el propio trabajador, en atención a las ventajas que su actividad cultural le reportaría (hacer lo que le gusta, trabajar sin horarios fijos, etcétera). Por otro, en relación, la noción de “do what you love” (haz lo que amas) y su contraparte “love what you do” (ama lo que haces) que más allá de la actividad cultural o creativa se ha consolidado como un mandato hegemónico del capitalismo actual (Tokumitsu, 2014) mediante el cual el carácter laboral se diluye simbólicamente tras una actividad que se realiza con amor y pasión, donde el trabajo se despoja de su carga negativa como “penas y fatigas” (al decir de Adam Smith) y de la desigualdad propia de una relación de dependencia laboral para acercarse a una actividad donde los sujetos se realizan. Finalmente, según Oakley (2014) el emprendedorismo cultural se sustenta en la fuerte carga simbólica del trabajo artístico-creativo, el cual aun cuando se realiza en condiciones de inestabilidad, precariedad y mal pago, representa para quien lo hace una oportunidad de libre expresión incluso con un dejo de romanticismo en relación con el lugar imaginario del artista que lo compensa. Dicho esto, veamos las percepciones de los propios actores al respecto

LA MIRADA DE LOS ACTORES.

Primeramente, el trabajo impago es una constante en la producción musical independiente; mayormente sucede que se elige realizar un trabajo que de modo habitual no es remunerado aunque en ciertas ocasiones se obtenga un pago por ello.

“Eso yo [...] lo hago porque quiero, yo de ahí no recibo un peso, salvo que agarres algo como [un concierto] para el gobierno de la ciudad [...] y te pagan [...] En una banda independiente donde por lo general

no hay plata [...] termina poniendo plata toda la banda [...]” (PATRICIA, manager de una banda de rock)

Pero aun siendo remunerado, es común que se encuentre lejos de garantizar la subsistencia:

“[...] yo tenía un ingreso fijo... [...] necesitaba poder vivir de eso porque si no le iba a tener que dedicar menos horas, [...] algunos meses quizás cobraba menos, otros más, pero... sí, me comí mis ahorros básicamente.” (LORENA, trabajadora en un sello independiente)

Segundo, en el marco de precariedad e inestabilidad de la producción musical independiente, los vínculos personales directos ocupan un lugar central:

“Sí es fundamental tener conocidos [...] tipos con los que hayas tocado, compartido cosas, que les guste cómo laburás... [...] eso te va abriendo cada vez más puertas, porque uno te recomienda, el otro te recomienda, el otro te recomienda...” (RAMIRO, guitarrista de una banda de rock independiente)

“yo trabajaba no sé... 12 horas por día ahí adentro [N. del R.: en un blog de música] porque estaba re copada [...] empiezo a hacer muchos amigos, hago algunos trabajitos con algunas bandas en particular, trabajo haciendo prensa o managment, termino haciendo giras o festivales con algunas bandas porque me hago amiga” (LORENA)

En tercer lugar, y en relación con la figura del “emprendedor” propia de las industrias creativas, no siempre descansa ésta en la propia elección del trabajador; en ocasiones la condición para desarrollar su trabajo es constituirse formalmente como productores privados e independientes de mercancías (musicales):

“El año pasado hice una presentación de una computadora de HP, que ahí hubo que poner monotributo [N. del R.: presentar factura] y yo no tengo, no tenía, monotributo, porque aparte trabajo en una escuela secundaria como coordinador de los profesores de música [...] entonces con eso tengo mis aportes, todo y no tengo que andar facturando. [...] Y bueno, al final [la factura la] consiguió el tecladista y tocamos, [...] si tocás en lugares más grandes siempre alguno tiene que poner la factura, el

manager pone la factura, y después te lo descuenta.” (RAMIRO)

Cuarto, tal como plantean Hesmondhalgh y Baker (2011), no puede soslayarse aquí la perspectiva de los actores respecto del tipo de trabajo que realizan, en especial de las elecciones “creativas” que se encuentran o no en condiciones de tomar, lo que para los autores constituye buen trabajo (“good work”) y mal trabajo (“bad work”), aunque se compartan las mismas condiciones de precariedad en materia salarial, sanitaria, de seguridad, etcétera. En nuestro caso hemos encontrado distintos testimonios donde se rescata positivamente la posibilidad de tomar elecciones fundadas en el criterio personal y esencialmente “no comercial”, a pesar de que se reconozca que ello pueda afectar negativamente sus propios ingresos. Concretamente hemos encontrado esto tanto en la actividad musical en vivo como en la editorial:

“eso también es libertad en cierto sentido, más allá de que vos sepas que acá tenes que poner bandas para activar, y determinadas bandas, que son las que a vos te gustan y qué se yo...pero tenés la, te generás el espacio para decir ‘esto no quiero’ [...] mi laburo se basa en eso, lo que yo quiero es mostrar algo, no es que solamente sea un lugar para tomar una birra, ver una banda y ganar plata, digamos [...] y yo como que firmo ahí... lo que pasa acá es mi carrera como gestor [...]” (RICARDO, propietario de una sala de música en vivo y gestor cultural)

“nosotros elegimos lo que queremos administrar, lo elegimos y como te digo [...] puede ser simplemente el arte gráfico del disco, nos involucramos, nos involucramos porque nos interesa y nada, tenemos con qué.” (MATÍAS, gerente y propietario de un sello independiente)

En fin, si resulta tentador coincidir con el planteo de Hesmondhalgh y Baker (2011) en torno de nociones de buen y mal trabajo en una suerte de acto de justicia con el sujeto conocido reconociendo su propia perspectiva, hay distintos elementos que no pueden obviarse en pos de una mirada crítica. Primeramente, que la proliferación del llamado “emprendizaje” en la cultura se da en el marco de un proceso más amplio de terciarización del empleo aún fuera de la cultura así como una dinámica privatizadora mediante la cual se “capitaliza” su funcionamiento

y que representa un interés de clase, a saber, la clase capitalista. Segundo, que tal como advierte Takemitsu (2014), el actual mandato de “amar lo que uno hace” encuentra un campo fértil en la producción cultural y musical en particular, donde la relación salarial se invisibiliza o bien se rechaza tras la opción “flexible” de autoempleo a la vez que se desplaza a un segundo plano el carácter laboral de la actividad, lo cual parece “humanizar” aquel mismo proceso terciarizador. Tercero, la posibilidad de considerar un rédito no económico, en línea con el planteo de Takemitsu, podría dar lugar a una aproximación etnográfica –aquí por razones de extensión no podemos desplegarla– que profundice en los modos en que para los propios músicos en la actualidad la actividad independiente les provee recompensas diferentes a la estrictamente económica (en palabras de nuestro entrevistado, donde se juega su “carrera como gestor”), de tipo experienciales, formativas o incluso afectivas, aunque ello no invalida el sentido hegemónico al que contribuyen tales prácticas respecto del modo en que son concebidas las producciones culturales hoy.

Finalmente, es necesario contemplar la escala con que sucede el trabajo creativo en nuestra región; pues si la investigación de Hesmondhalgh y Baker se ubica en Gran Bretaña debe notarse que, por caso, su mercado musical resulta 30 veces mayor que el argentino, lo cual se traduce en desiguales condiciones para quienes en él se desenvuelven; de modo que las condiciones laborales serán en nuestra región proporcionalmente mucho más desventajosas frente a las dimensiones del “buen trabajo” aludido por los autores.

El aporte de las políticas públicas.

No deja de ser significativo el modo en que se concibe la actividad creativa, en general, y musical, en particular, desde las políticas públicas en la actualidad. En el plano nacional, existen dos iniciativas que desde el Ministerio de Cultura de la Nación se han desplegado al respecto y merecen que nos detengamos brevemente en ellas.

La primera es el Mercado de Industrias Culturales de la Argentina⁵ (MICA), un evento

⁵ El MICA, evento bianual y de carácter federal organizado por el Ministerio de Cultura de la Nación, tiene el propósito de generar negocios en el mercado interno e internacional y participan en él distintos actores relacionados con esas industrias (audiovisual, de artes escénicas, diseño, videojuegos, música y editorial), hasta ahora ha tenido dos ediciones, una en 2011, realizada en el hipódromo de la Ciudad de Buenos Aires, y la segunda en 2013, en el predio Tecnópolis, donde funciona una feria permanente de ciencia y tecnología.

bienal que desde 2011 pretende constituirse en un espacio de encuentro para los distintos actores de las industrias culturales. Según reza en su propia presentación, el MICA se plantea como *“una ventana abierta a la enorme diversidad cultural de nuestro país y a todas aquellas expresiones artísticas y culturales que no encuentran lugar en los canales dominantes del mercado”* Sin embargo, si bien se realiza con el objetivo de constituir una alternativa a la dinámica concentrada del sector, no por ello deja de apelar a los actores del campo cultural como productores privados e independientes de mercancías; según reza su convocatoria, *“Todos los emprendimientos, grandes, chicos y medianos, pueden participar del MICA. Como compradores o vendedores en las rondas de negocios, en las capacitaciones, en las clínicas, en la Feria de productores o en las presentaciones de proyectos al público [...]”*.

El significativo silencio respecto de los trabajadores de la cultura –sean músicos, críticos, escenógrafos, técnicos, etcétera- en sus objetivos se encuentra acompañado de la ausencia de la problemática del trabajo en sus dos ediciones realizadas, según hemos podido comprobar en nuestras prácticas etnográficas; en sus rondas de negocios, charlas debate, muestras o estudios abiertos no se advierte mención alguna a la figura del trabajador de la cultura.

La segunda es el programa “Recalculando”, presentado públicamente en la edición del MICA 2013 como una iniciativa federal tendiente a fortalecer la actividad independiente, las redes entre sellos discográficos y el trabajo colaborativo en materia de producción musical en el interior del país. Su intervención se propone “acompañar en el desarrollo y la profesionalización a sellos discográficos gestionados colectivamente” (Secretaría de Cultura de la Nación, 2014), para lo cual realizan cursos y capacitaciones, brindan financiamiento para la realización de eventos en vivo y realizan articulaciones entre actores y distintos organismos del sector público y privado.

Tal como sucede con el MICA, este programa se aproxima hacia la actividad musical con el objeto de promoverla e incentivarla, aunque concibiendo a los actores de la música como productores privados e independientes (lo sean de discos o conciertos, nominándolos como “gestores”, “productores culturales” o “creadores”) sin siquiera contemplar las condiciones laborales bajo las que dichos “emprendimientos” se sostienen ni el estatus de trabajadores de sus miembros y

evitando cualquier mención que pudiera dar lugar a suponer la presencia de una relación de dependencia laboral. Es más, uno de los aspectos que más se destaca es su carácter “colaborativo” o “cooperativo”, así como el trabajo en red y basado en la confianza, lo cual se reconoce como un nuevo modelo de sello discográfico –el principal actor de su convocatoria- que se diferenciaría del “anterior modelo de ‘sello discográfico tradicional””, diluyendo así todo vínculo entre capital y trabajo que pudiera haber en ello.

Tal como ha sido advertido en las políticas públicas locales de la ciudad de Buenos Aires (Quiña, 2013), en el nivel nacional también los trabajadores de la música son invisibilizados tras una gran vidriera de “emprendedores”, “trabajo en red” o “colaborativo” donde pareciera no haber conflictos entre capital y trabajo en la cultura: sin trabajadores, no hay condiciones laborales que atender.⁶

El problema de la organización

Esta tendencia a considerar a los trabajadores de la música como productores privados e independientes de mercancías tiene severas consecuencias en la organización colectiva. Primero, porque las organizaciones gremiales tradicionales del sector, abocadas tradicionalmente a disputar niveles salariales y condiciones de empleo, se muestran inadecuadas para intervenir allí donde no se despliegan relaciones de dependencia laborales. Segundo, porque eso las debilita como organizaciones colectivas de la actividad musical, lo que es aprovechado por la parte patronal para imponer peores condiciones de trabajo (por ejemplo, contratando de modo precario músicos en orquestas estables). Tercero, porque las nuevas organizaciones de músicos no son de carácter gremial y ello limita su capacidad de acción frente a los conflictos laborales concretos, más allá de que hayan alcanzado logros recientes como la sanción de la Ley Nacional de la Música, de la cual fueron

⁶ En la ciudad de Buenos Aires y ante la exigencia de un pago mínimo de parte de los músicos hacia los dueños de las salas de música en vivo, un conjunto de músicos se agrupó con la intención de, mediante trabajo colaborativo y solidario, facilitar el trabajo en vivo de los músicos y garantizar mejores condiciones de contratación con las salas. Los miembros de UMIREL se encargan de las múltiples tareas que demanda la actividad (flete, carga y descarga de equipos, venta de entradas, seguridad en el evento, etc.) y el dueño de la sala no les cobra un mínimo –ni tampoco les paga por su trabajo. Así, con trabajo “colaborativo” o “cooperativo” se enfrentan al dueño de la sala como cualquier productor privado de conciertos aunque sin las obligaciones laborales de este último para con los músicos y demás trabajadores.

activos impulsores. Cuarto, porque al aglutinar pequeños productores privados e independientes de mercancías musicales y representar en cuanto tales sus intereses, se asemejan más a una cámara empresaria que a un sindicato, con las desventajas de que su tamaño es mucho menor que ésta y, consecuentemente, también su poder de negociación frente a ella

Un ejemplo de lo planteado se observa en la conflictividad que surgió entre el histórico sindicato de músicos (SAdeM) y la novedosa organización de los músicos independientes (UMI). Mientras éstos no reconocen la legitimidad del SADEM, la UMI no tiene reivindicaciones relacionadas con el trabajo de sus miembros, sino sólo busca facilitar que cada músico pueda editar de modo independiente su música o tocar en vivo bajo formas cooperativas (sin salario). Existe un convenio (CCT 112/90) que regula la actividad musical en vivo pero no hay acuerdo en ponerlo en marcha en la música independiente, ya que los músicos independientes de UMI sostienen que su aplicación quitaría posibilidades de trabajo a la mayoría de los músicos, ya que en esas condiciones casi si ningún empresario se arriesgaría a contratarlos. Como consecuencia de ello, las condiciones laborales de los músicos dependen más aún de la voluntad del capital que los contrata.

Conclusiones

¿Hay trabajadores en las industrias creativas?

Amén de lo obvio que parece la respuesta, no deja de ser necesario en la actualidad resaltar no ya la existencia de trabajadores en las industrias creativas, sino su apoyo en ellos para sustentarse, a pesar de no ser reconocidos como tales en las formas de contratación.

¿Es pertinente la concepción de una fuerza de trabajo “creativa” fragmentada entre un polo calificado innovador y otro menos calificado que hace tareas rutinarias y simples? En el caso de la música independiente no se advierte dicha fragmentación, sino que, por el contrario, se encuentra una particular proliferación del autoempleo y el “empresariado” unipersonal donde se concentran todas las tareas de la actividad (administrativas, de limpieza, creativas, manuales, publicitarias, etcétera). Esto podría deberse a la pequeña escala que esta producción tiene en nuestra región, a diferencia de, por ejemplo, los países europeos.

¿Se representan como trabajadores los

distintos actores de la música independiente?

Si bien existen demandas respecto de distintos aspectos laborales, se encuentra prácticamente ausente el reconocimiento de la relación laboral en la práctica musical y, por tanto, toda reivindicación referida a las condiciones de trabajo y salariales. Sí pueden advertirse diferentes escalas en la seriedad o profesionalización con que se desarrolla el trabajo musical en los distintos casos, en particular entre quienes trabajan regularmente como músicos (sesionistas, profesores, etcétera) y quienes no (porque tienen su fuente principal de ingresos por fuera de la música), aunque ello no redunde en un reconocimiento de la figura del músico como trabajador que facilite el agrupamiento con sus pares en pos de fortalecer sus reclamos en relación con las condiciones de trabajo.

¿No hay explotación, entonces, en el trabajo creativo? En la medida en que avanza el “empresariado” sobre la relación de dependencia laboral en la cultura, parecería tener lugar una explotación a la que, en atención a desarrollar u aprovechar oportunidades para sus “emprendimientos”, los trabajadores de las industrias creativas se someten “voluntariamente”. Por un lado, corresponde aquí no olvidar que la explotación siempre es “voluntaria”, ya que el vendedor de fuerza de trabajo se encuentra libre de hacerlo con quien quiera y en las condiciones que quiera, siempre que haya otro dispuesto a comprarla. Pero además, tal sucede en la música independiente, existen relaciones laborales de clara dependencia donde se encuentra trabajo impago o pagado por debajo de su valor, amén de la inestabilidad y precariedad de sus condiciones.

¿Haz el amor y no el trabajo? Parece más interesante entonces recuperar con sentido crítico aquel mandato de “hacer lo que uno ama” y “amar lo que uno hace” en atención a su capacidad simbólica para ocultar la dimensión laboral del trabajo creativo. Aquí la noción de estructura de sentimiento, entendida como “pensamiento tal como es sentido y sentimiento tal como es pensado” (Williams, 1977), representa un aporte clave para comprender cómo las representaciones sobre el trabajo creativo, la autonomía y el empresariado constituyen un sustrato ideológico que se despliega a escala global en torno de las industrias creativas.

¿Existen perspectivas organizativas del trabajo creativo? Es necesario reconocer que en la actualidad el avance del capital sobre el trabajo

bajo la forma de procesos de terciarización laboral atenta contra ello. Existen algunos intentos organizativos de trabajadores precarizados de industrias creativas en distintos puntos del globo, aunque no en Argentina pese a su fuerte tradición sindical. Lo que sí han surgido son organizaciones de productores independientes, lo cual dificulta la defensa de los derechos laborales de los trabajadores de la cultura en la medida en que sus objetivos tienden a perder carácter sindical.⁷

¿Es el trabajo colaborativo una alternativa?

El llamado trabajo colaborativo es una noción que se ha puesto de moda en los últimos años; muy vinculado a las nuevas tecnologías, las redes sociales y al emprendedorismo cultural, se plantea como una alternativa tendiente a resolver limitaciones y dificultades propias del trabajo individual o en pequeña escala, gracias a la articulación con otros trabajadores o emprendimientos. Pero la cooperación entre trabajadores no es algo nuevo, sino que es la forma necesaria que asume la producción en la historia humana, tal como lo ha planteado Marx. En atención a ello, tiene la ventaja de reducir el tiempo necesario para realizar una tarea determinada para muchos “emprendedores”, quienes además se encuentran en mejores condiciones para negociar sus contrataciones y compras con otros de mayor tamaño. Pero por otro lado, al aparecer como alternativa a la contratación formal de mano de obra –cuando la fuerza de trabajo se despliega bajo una forma cooperativa donde los trabajadores son socios-, lo que se diluye es la responsabilidad del capital respecto de las condiciones laborales. En otras palabras, redundante en un desconocimiento del derecho laboral que asiste a los trabajadores; no sólo a quienes efectivamente lo hacen, sino también a quienes son vendedores de fuerza de trabajo en ese rubro en particular, esto es, sus pares.

Sorprende, por tanto, que las políticas públicas de los gobiernos del más diverso signo político en América Latina sostengan al trabajo colaborativo y cooperativo como alternativas valiosas para la promoción de las industrias creativas que a la vez reconocen como fuentes de empleo y recurso para el desarrollo, en una suerte de “teoría del derrame”

⁷ El Estado, por otra parte, lejos de garantizar mejores condiciones de trabajo o impulsar organizaciones que se lo planteen, despliega políticas públicas en sentido contrario e incluso tomando acciones que se acercan a la lógica privada de terciarización y empeoramiento de las condiciones laborales en sus propias empresas, tal el caso de la orquesta de la Radio y Televisión Argentina, por ejemplo. Al respecto, véase Clarín, 29/10/2014.

según la que, sin garantizarlas ni regularlas, las oportunidades laborales e inclusivas que estas industrias ofrecen mejorarían por sí solas

Bibliografía

- Banks, M. (2010). “Craft Labour and Creative Industries”. *International Journal of Cultural Policy*, 16, 3, 305–321, 2010.
- Boltanski, L. y Chiapello, E. (2007). *The New Spirit of Capitalism*. London: Verso.
- Christopherson, S. (2008). “Beyond the Self-expressive Creative Worker. An Industry Perspective on Entertainment Media”, en: *Theory, Culture & Society*. 25, 7–8, pp. 73–95.
- Clarín (29/10/2014). “Concierto contra el despido de los 50 músicos de la Orquesta Estable de la Radio y TV Argentina”. Disponible en: http://www.clarin.com/politica/Orquesta-Estable-TV-Publica-Canal_0_1238876562.html (visitado: 12 julio 2015).
- DCMS (2001) *Creative Industries Mapping Document*. London: DCMS, 2001.
- De Peuter, G. y Cohen, N. S. (2015). “Emerging labour politics in creative industries”. En Katz, C. (2009) “La Teoría del Control Patronal: Balance de una discusión.” *Revista Estudios del Trabajo*, 19: 3-34.
- Lorey, I. (2008). “Gubernamentalidad y precarización de sí. La normalización de los productores y de las productoras culturales.” In: Buden, B. et al. (eds.) *Producción cultural y prácticas instituyentes. Líneas de ruptura en la crítica institucional* (pp. 57-78). Madrid: Traficantes de Sueños.
- Mac Robbie, A. (2009). “Reflections on Precarious Work in the Cultural Sector.” En B. Lange, A. Kalandides, B. Stober, I. Wellmann (Eds.), *Governance der Kreativwirtschaft: Diagnosen und Handlungsoptionen* (pp. 123-139). Bielefeld: Transcript Verlag.
- Oakley, K. y O'Connor, J. (eds.) *The Routledge companion to the cultural industries* (pp. 305-319). Routledge, Abingdon.
- Observatorio de Industrias Creativas (2011). *La industria de la música en la ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Ministerio de Desarrollo Económico.
- Quiña, G. (2013, 02 – 05 Julio). “Precariedad laboral e industrias creativas. Las condiciones de trabajo en la actual producción musical independiente de la ciudad de Buenos Aires.” En: *VII Congreso Latinoamericano de Estudos do Trabalho*, Associação Latino-Americana de Estudos do Trabalho y Universidad de São Paulo, Brasil.
- Raunig, G. (2008). “La industria creativa como engaño de masas.” En AA.VV. *Producción cultural y prácticas instituyentes* (pp. 27-42). Madrid: Traficantes de Sueños.
- Ross, A. (2007). “Nice if you can get it: the mercurial career of creative industries policies.” *Work Organisation, Labour and Globalisation*. 1, 1, 13-30.
- Rowan, J. (2010). *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*. Madrid: Traficantes de Sueños.

- Secretaría de Cultura de la Nación (2014) “*Informe de gestión 2013. Programa Recalculando*”.
- Tokumitsu, M. (2014). “In the name of love.” *Jacobin Mag*, Enero 2014. Disponible en: <https://www.jacobinmag.com/2014/01/in-the-name-of-love/> (visitado: 12 Julio 2015).
- Williams, R. (1977). *Marxism and literature*. Oxford: Oxford University Press.

Autora

Ana Elisa Wortman, Argentina

Institución: Instituto Gino Germani/Universidad de Buenos Aires

Dirección: Uriburu 950 , 6to piso, oficina 20, Buenos Aires, 1114

Correo electrónico aewortman@gmail.com

Dra en Ciencias Sociales UBA. Actualmente es investigadora del Instituto Gino Germani, del área de Cultura y Sociedad. Es profesora de Sociología contemporánea en la Facultad de Ciencias Sociales, UBA y también en diversos cursos de posgrado en Sociología de la Cultura en forma presencial y virtual, tanto nacionales como internacionales. Se ha dedicado al análisis de las clases medias urbanas desde una perspectiva cultural, enfocándose en políticas y consumos culturales, en particular del cine y más recientemente de experiencias sociales autogestivas. Es autora de varios libros y artículos de su especialidad.

Los jóvenes: actores de la cultura emergente de Buenos Aires

Ana Elisa Wortman

aewortman@gmail.com

Instituto de Investigaciones Gino Germani (IIGG)/
Universidad de Buenos Aires (UBA)

Resumen

En la última década hemos podido comprobar la conformación de una extensa escena cultural independiente muy diversa en la ciudad de Buenos Aires, tanto en el campo de lo que se muestra en espacios denominados centros culturales como en el nivel de organización de sus proyectos o articulación con otras esferas institucionales. Nos interesa pensar si estos espacios culturales, suponen por un lado, la emergencia de nuevas subjetividades y prácticas en relación con el trabajo, la proliferación de productores culturales y por otro, cómo operan en los imaginarios en torno a la creación artística y a la promoción de nuevas estéticas.

Palabras Clave: Espacios culturales independientes- cultura alternativa-nuevas subjetividades- estéticas contemporáneas- nuevas formas de lazo social.

Introducción. Nuevas formas de organización de la cultura.

La asimilación del concepto de cultura como sinónimo de desarrollo social y cultural derivado de la presencia de las ONGS en nuestros países y en los Estados encargados de formular políticas públicas en relación a la cultura, ha promovido un incremento de espacios de exhibición artística en los principales centros urbanos. Se puede hablar de un nuevo modo de operar de los artistas e intermediarios culturales que se alimenta de nuevos imaginarios de la globalización cultural. Si bien no hay estadísticas oficiales al respecto se habla de más de 300 espacios culturales autogestivos¹ en la ciudad de Buenos Aires que nos llevan a reflexionar sobre las transformaciones de la organización de la cultura². También -desde las políticas culturales

1 Esta cifra la manejan extraoficialmente los integrantes de MECA, así se presentan en la web. “Desde el 2010, representantes de espacios de arte y cultura de la Ciudad de Buenos Aires nos unimos para construir una voz colectiva para la transformación social. MECA es una Organización social, cultural y política, un espacio propositivo, de identidad y de acción. Nuestros espacios son paredes escritas con historia pero sobre todo pintarrajeadas de presente. Existen, porque quienes los hacemos creemos en ellos y les dedicamos nuestras vidas. Somos los espacios que hacen que Buenos Aires sea una de las capitales culturales del mundo. Los que llevamos adelante la premisa de la Constitución de fomentar el desarrollo cultural. Más información sobre MECA se puede seguir en el sitio <http://meca.com.ar>

2 Las reflexiones que se vuelcan en este artículo pueden parecer impresionistas desde la lógica de las ciencias sociales. Como su título lo señala se trata de un fenómeno emergente y no existen datos estadísticos sobre el tema, solo aproximaciones de los propios actores y una escena pública, urbana quizás de clase media atravesada por esta dinámica cultural. El artículo que se presenta se funda en la observación de un conjunto de espacios culturales significativos de la ciudad de Buenos Aires, la realización de entrevistas en profundidad a los organizadores de los espacios y a los profesores de disciplinas artísticas y también de los artistas que en ellos circulan, así como también de la observación de la dinámica del público y de las actividades en general

estatales- se ha promovido la creación de nuevas espacialidades, que presentan -de manera nutrida- una importante programación con artistas generalmente jóvenes tanto de la ciudad de Buenos Aires como del interior del país³. En ese sentido advertimos el crecimiento de espacios de exhibición y presentación de bienes culturales que reciben nuevas denominaciones; así hablamos de centros culturales, bares culturales, casas culturales, cineclubs, así como de realización de actividades culturales en general en la Argentina y en la ciudad de Buenos Aires, que es el ámbito donde pondremos el foco.

El desborde de la escena artística

Este hecho da cuenta de la importancia del análisis del surgimiento de nuevas prácticas sociales asociadas a ver, consumir y reunirse con otros en torno a bienes artístico culturales. La presentación de bienes culturales en diversos espacios sociales públicos genera formas de sociabilidad, agrupamiento, nuevas comunidades, nuevos entretenimientos, etc. Así como también rituales. Esta cuestión ya viene siendo pensada en relación a la reconfiguración del espectáculo cinematográfico (Wortman, 2015). Como ha sido señalado en algunos trabajos sobre públicos de cine (Mantecón, 2014; González, 2015), el espectador de cine no es siempre igual a sí mismo, su modo de ver y asistir a la sala de exhibición

3 Podemos mencionar en el caso de la ciudad de Buenos Aires, la Usina del Arte, como parte de la gestión del gobierno de CABA, el Centro Cultural Kirchner, CCK, del gobierno Nacional, entre otros.

va variando y modificando en relación a otros procesos sociales, en este caso a la domesticación del consumo de cine y al debilitamiento de la vida barrial.

Si en la actualidad se puede advertir una vuelta a las salas de exhibición- hay un conjunto de datos que así lo demuestran (Wortman, 2015) - seguramente ese espectador va a estar atravesado por la experiencia doméstica de interrumpir la película, comer y charlar. Vamos al cine, pero también vamos a comer, nos juntamos con amigos, comemos en el cine. Vamos al teatro, pero mientras presenciamos la obra de teatro, también comemos y conocemos nuevas personas. Así como siguen existiendo salas de teatro en el sentido convencional donde está claramente definido donde se ubican los actores y la escena y donde está el público, nuevos tipos de obras se presentan en bares, museos, salas de exhibición, centros culturales, casas, universidades y el público muchas veces forma parte de la obra, se lo hace actuar, cantar y participar de diversas maneras. Lo mismo sucede con los recitales, conciertos y la música en vivo en general.

Podemos advertir que ya no hay un esquema predeterminado, un espacio predeterminado para la presentación del bien cultural. Se mantienen los espacios creados para tal fin, pero observamos el crecimiento de una diversidad de lugares que convocan al público mientras se come, o se come después. Si en la primera modernidad asistir a un espectáculo tenía una dimensión casi religiosa, de silencio y disposición corporal especial, hoy convive con ruidos, comidas e interrupciones diversas.

M u c h a s veces la gente, en particular los jóvenes, van a un lugar más por la identificación con el lugar y la expectativa de cierto estilo de propuestas y la posibilidad de encuentro con personas de similares patrones de comportamiento, que a ver una presentación en particular. Se confía en el lugar, los lugares crean marca y confianza. Asimismo se espera en dichos lugares encontrar cierto tipo de gente, alrededor de ciertas ofertas culturales, se espera encontrar afinidad con las personas que asisten. Podríamos afirmar que los espacios culturales contemporáneos se convierten en clubes sociales. La identificación con cierta estética está asociada a cierto estilo de vida y se conforma en relación a una lógica de corte comunitario.

En todo caso lo que pretendemos señalar es

cómo la dinámica de la vida social, la emergencia de nuevas subjetividades, se plasman en la organización del espacio, tanto en el plano de cómo la gente vive, así como también de cómo la gente se encuentra y produce arte. En ese sentido, también las artes visuales han generado una explosión. El crecimiento de espacios de formación, tanto de plásticos como de estudiantes de cine, ha incidido en la visualidad urbana. Una creciente estetización de las calles, paredes y espacios públicos puede advertirse diariamente en nuestro circular por los espacios urbanos, también los transportes públicos, en particular trenes y subtes están pintados por artistas.

Esta culturización o estetización de nuestra vida cotidiana, remite a un concepto señalado hace más de veinte años por Mike Featherstone (1996) en relación al impacto del diseño y los diseñadores, así como también de los publicistas y de los llamados nuevos intermediarios culturales. La ciudad comenzó a cambiar hace más de 20 años, por esta creciente presencia de productores culturales en diversos ámbitos de la vida social.

Señalamos este hecho social, porque es fundamental para comprender la dinámica de los consumos culturales en las ciudades argentinas y también de otros países en un contexto de globalización cultural. Si bien advertimos esta nueva dinámica espacial y de producción, circulación y distribución de los bienes culturales, al mismo tiempo sabemos que esto ocurre en otros lugares de América Latina y el mundo en general. Consumir bienes culturales implica dar cuenta de estas transformaciones en la dinámica de la producción, así como también de la vida social y al mismo tiempo de las subjetividades sociales

Nuevas formas comunitarias alrededor de la cultura.

Ante el cierre de numerosos espacios de circulación cultural, otros han surgido en años posteriores a la tragedia de Cromañón (Wortman, 2005). Se puede advertir una continuidad con los surgidos en la crisis argentina del 2001 en la dinámica de estos nuevos espacios, aunque también ya no solo como una salida de la crisis en términos de trabajo, sino más bien en tanto elección de vida según manifiestan los coordinadores de los nuevos centros en las entrevistas. Es notable observar que quienes los emprenden tienen en su mayoría un perfil universitario. En los anteriores no siempre lo eran, eran el resultado de una

emergencia (Wortman, 2009).

En la coordinación de estos nuevos espacios aparece claramente una necesidad de plasmar ideas, proyectos y creencias en torno a un discurso político cultural no siempre militante, y también evidencia una transformación de la sociedad ya que expresa que hay una gran cantidad de jóvenes que se dedican al arte⁴. Asimismo es posible advertir el resurgimiento de espacios destinados a la circulación social del cine. Este fenómeno no es novedoso, uno de ellos es de larga data y surge en un contexto de cierre cultural como fue el segundo gobierno de Perón; el resto de los llamados en términos generales, cineclubes, también curiosamente reaparece después de la mencionada tragedia de Cromañón. Como los centros que observamos y clasificamos antes y después de la Crisis del 2001, muchos de estos nuevos espacios postragedia también admiten esa clasificación. En todos observamos también una pasión por emprender, por generar proyectos, hay ideas y necesidad de recrear espacios de encuentro donde lo cultural a veces es el leí motiv y otras la excusa para reunirse así como también experimentar otro estilo de vida.

....Arte es vivir de forma artística. Aunque no pintes, ni cantes, ni toques, ni escribas, ni nada de eso, y todo te salga mal. Es como vivís. Arte es vincularse con el otro. Vincularse bien, vincularse desde el corazón. El arte es corazón, también. (Demian, Vuela el Pez)

Se puede advertir en todos los espacios que existe un entramado social que no está atravesado absolutamente por los valores de la mercantilización social, aunque sí de nuevas formas de pragmatismo. Si en los años setenta, la búsqueda de algún sentido de las cosas estaba puesta en la política, hoy parecería que es la cultura la que otorga sentidos. Aquí aparece la cuestión de por qué se hace lo que se hace. Hay un conjunto de rasgos comunes en estos espacios. Se advierte una revalorización de las músicas locales, como el folklore y el tango mezclado con ritmos y sonidos internacionales. También se manifiesta un cierto rechazo por espacios impersonales y muy grandes, donde no se puede conversar y además suele ser muy costosa la entrada. Según lo que manifiestan sus coordinadores en las entrevistas, estos espacios son como una casa grande de amigos con intereses comunes.

4 Lamentablemente no encontramos datos que afirmen esta observación.

¿Nuevas Formaciones culturales?

Si fue una característica de la primera modernidad, el consumo cultural en el espacio público, lo cual supuso la creación de espacios colectivos para la recepción de la oferta cultural; en la actualidad ciertos procesos sociales a los que alude la teoría sociológica contemporánea como – entre otros, la individualización de lo social, la revalorización de la creatividad-, pueden advertirse en las nuevas prácticas de consumo cultural, tanto en las formas públicas del consumo como privadas.

También en la cultura contemporánea se resignifica el concepto de espacio. En una época donde ya las instituciones no son centrales para generar actividades, pensamos que es la lógica de la red la que atraviesa los nuevos emprendimientos y la circulación y conformación de sus públicos.

“Sin embargo, un centro cultural que intente abrir espacios para la creatividad, no debe ser concebido como un espacio construido para aislar sino como un conector abierto entre prácticas culturales diversas y medios de producción accesibles que, a modo de gateways, conecten espacios de actividades con laboratorios, lugares propios con ajenos. Para ello, es fundamental proporcionar el acceso a las herramientas de producción ya que solo se pueden explorar los rangos de la creatividad si ponemos a disposición del participante los instrumentos necesarios para ello.” (Documento, Federación, pp. 22)

No percibimos sólidas apuestas estéticas que definan y distingan los proyectos, son más inquietudes de corte subjetivo las que motivan y sostienen las ideas. Aunque sí podemos percibir imaginarios estéticos y político culturales distintos, no siempre del todo explicitados y conscientes. Sí podemos observar en todos la búsqueda generacional de un espacio de libertad de corte comunitario, al mencionar la idea de Casa cultural o Club de Arte. Los entrevistados consideran que el concepto de centro cultural no les pertenece. Así podemos observar un fenómeno doble, la necesidad de espacios reducidos que representen un hogar de gente que comparten los mismos gustos y experiencias y a la vez, en el caso de los cineclubes, el espacio importa menos, puede intercambiarse cada vez.

Por último es de destacar cómo, a pesar de las dificultades económicas, en contextos políticos a veces confusos, se despliegan subjetividades con voluntad de generar proyectos culturales.

“Como resultado apreciamos cada vez más esa estética de lo procesual, de lo amateur que se mueve por el placer de desarrollar sus capacidades artísticas y compartirlas, sin esperar nada a cambio. Se trata de una cultura abierta e inclusiva, espontánea, que en definitiva está marcando el pulso del arte actual. La cultura pop(ular) licuada y en constante ebullición.” (Documento, Federación 2015, 34)

A modo de conclusión, ¿Nuevas subjetividades?

A pesar de una creciente racionalización de las profesiones y las carreras universitarias demandadas por la dinámica del capitalismo posfordista, paralelamente se pone de manifiesto un ethos romántico en los emprendimientos fundados en la cultura, los cuales parecen estar más impulsados por necesidades individuales que sociales aunque con consecuencias en la generación de un lazo social de corte comunitario. Hemos constatado que lo que observamos localmente, también se manifiesta en la red de colectivos *Fora do Eixo* de Brasil:

A noção geral é que os coletivos são constituídos por jovens adultos reunidos por vínculos de amizade e que realizam as atividades por livre e espontânea vontade, organizando as tarefas de acordo com as preferências, habilidades e temperamentos (Azevedo da Fonseca, 2015:100).

– O valor do “egocard” Imaginário de cada um. Normalmente são universitários, ex-estudantes que abandonaram o curso ou recém-formados nas áreas de Comunicação, Humanidades ou Ciências Sociais que, desiludidos com o mercado de trabalho em suas cidades no interior, ainda que amparados pelas famílias e confiantes no cenário econômico de baixo desemprego, decidem experimentar alternativas mais significativas para as suas vidas. (Azevedo da Fonseca, 2015:100)

Sin embargo, no sería un tono romántico el que funda este tipo de emprendimientos culturales, ya que se ha instalado la necesidad de saber cómo gestionar estos espacios. El despliegue de

numerosos espacios dedicados a la formación en gestión cultural (maestrías, cursos de especialización, posgrados virtuales expresan la necesidad de un saber sobre este tema que supera iniciativas más utópicas (Wortman, 2013)

Surgen algunos interrogantes en relación a estos fenómenos. Nos preguntamos si este tipo de emprendimientos ¿deben ser incorporados en políticas culturales más institucionalizadas? ¿O desde el Estado, solamente se deben brindar las condiciones para que autónomamente sigan prosperando?, ¿cómo sostener su continuidad? ¿Cuál es el impacto en el desarrollo de las artes y en el público?

A partir de estas aproximaciones nos propusimos dar cuenta de emprendimientos creativos emergentes en contextos postraumáticos como fueron los durísimos años que rodearon al 2001, los cuales impugnan ciertas miradas absolutizadoras con respecto a una creciente burocratización de la vida social en la modernidad y de una mercantilización de las subjetividades. Alrededor del arte y la creación social surgen distintos modos de hacer cultura y reproducir la vida. Si bien esta tensión constituye un rasgo saliente en el mundo contemporáneo, el magma de significaciones imaginarias derivadas del acontecer social genera diversos derroteros y en Buenos Aires, el hacer en la cultura constituye uno de ellos.

Bibliografía general consultada

- Azevedo da Fonseca, Andre. “O valor do “egocard”: afetividade e violênciasimbólica na rede do Fora do Eixo. Consultado el 21 de junio de 2015. https://www.academia.edu/12657143/O_valor_do_egocard_afetividade_e_viol%C3%Aancia_simb%C3%B3lica_na_rede_Fora_do_Eixo
- Featherstone, Mike (2007). *Cultura de consumo y posmodernismo*. Paidós. Buenos Aires.
- Federación estatal de Asociaciones de gestores culturales, “El futuro de los centros culturales en la Europa Creativa” Consultado el 21 de junio de 2015 <http://procura.org/web/?p=9044>
- García Canclini, Néstor (1996). *El consumo cultural en México*. Gedisa, Buenos Aires
- García Canclini, Néstor (2008). ¿Síntomas o conflictos? Políticas e investigaciones urbanas* *Alteridades*, 18 (36): Págs.13-22 Consultado el 12/07/2015 http://www.uam-antropologia.net/pdfs/ceida/alte_36_2.pdf
- García Canclini, Néstor (2010). *La sociedad sin relato*. Gedisa, Buenos Aires
- García Canclini, Néstor y otros (2011). *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales. Prácticas emergentes en*

- las artes, las editoriales y la música. http://www.articaonline.com/wpcontent/uploads/2011/07/jovenes_culturas_urbanas_completo.pdf
- González, Leandro (2015). “La reconfiguración del espectáculo cinematográfico en Argentina 1980-2014” en http://jornadasdesociologia2015.sociales.uba.ar/altademesa/?acciones2=ver&id_mesa=25
- Hopenhayn, Martín, Franco, Rolando y de León, Arturo (2010). (Comp.). *Las clases medias en América Latina*, Siglo XXI, CEPAL, México.
- Wortman, Ana (2005). “Una tragedia argentina más. Ahora los jóvenes y niños de la República de Cromagnon” Consultado el 14 de julio de 2015 http://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/iigg-uba/20120627040810/5_5.pdf
- Wortman, Ana (2009). (comp.). *Entre la política y la gestión de la cultura y el arte. Nuevos actores en la Argentina contemporánea*. Eudeba, Buenos Aires
- Wortman, Ana (2009). “Redes como práctica: su impacto en el desarrollo cultural en América Latina” Cvjeticanin, Biserka (editor) *Networks, The evolving aspects of culture in the 21st Century. Culturelink* Imo Unesco, Zagreb.
- Wortman, Ana (2010). “Las clases medias en Argentina 1960-2008”, en Martín Hopenhayn, Rolando Franco y Arturo de León (coords.). *Las clases medias en América Latina*, México, Siglo XXI, CEPAL, 117-168.
- Wortman, Ana (2011). *Clases medias y democratización cultural en la Argentina: cine, TV y Centros culturales autogestionados* (policopiado). Título de Doctora en Ciencias Sociales, UBA.
- Wortman, Ana (2012). “Ir al cine era un acontecimiento”: la individualización del consumo en el contexto de una cultura audiovisual” en *Indicadores 2011*, EDUNTREF, Buenos Aires, pp118-127.
- Wortman, Ana (2015) “De la americanización a la globalización de los espectadores. Nuevas proyecciones del cine nacional” en *Revista Versión* Número 36, UAM: México. Disponible en la web http://version.xoc.uam.mx/busqueda.php?indice=AUTOR&terminos=Ana%20Wortman&pagina=1&indice_resultados=0

Fuentes primarias

Entrevistas a coordinadores de Centros culturales barriales como Vuela El Pez, Centro Cultural Matienzo. Bar cultural El Quetzal, Cineclubes emergentes. (Dinamo, Rosa, El camalote, Cineclub Núcleo)