

Autores:**Lic. Gustavo F. González – CICEOP – FPyCS – UNLP –**

Email: ggonzalezgalmes@gmail.com

Lic. Giorgi Mariela - CICEOP – FPyCS – UNLP -

Email: marielagiorgi80@gmail.com

Lic. Lanusse, Nazareno – CONICET-IdIHCS - CICEOP – FPyCS – UNLP

Email: nazarenolanusse@gmail.com

Lic. Barbero, José – CICEOP – FPyCS – UNLP –

Email: barb jose@gmail.com

Las prácticas en redes sociodigitales en el partido de La Plata**Resumen**

Estudios sobre redes sociodigitales destacan la constitución de nuevas subjetividades (Sibilia, 2008); una nueva sociabilidad (Morduchowicz, 2013); procesos de aculturación (De Moraes, 2013) una nueva espacialidad (Rovira Sancho, 2013); empoderamiento ciudadano (Viché González, 2015), capacidad de fusionar agendas (Calvo y Aruguete, 2018), revolución digital (Waisbord, 2020), sin embargo no dan cuenta de las prácticas concretas de la ciudadanía con sus dispositivos tecnológicos.

El objetivo de las investigaciones que desarrollamos en el partido de La Plata es analizar las prácticas en las RRSS considerando para su análisis los conceptos que Grillo et al. (2016) destacan de uso (la actividad forma parte de la vida cotidiana y sirve a finalidades pragmáticas, es una aplicación práctica), recepción (se refiere al acceso a la producción cultural o bien simbólico y a todas las operaciones cognitivas que supone su comprensión) y apropiación (se trata de una integración significativa a la vida de la persona en donde el/la receptora y el objeto mismo se transforman alcanzando un nuevo sentido a partir de ese proceso).

Mediante encuestas domiciliarias realizadas en las diferentes localidades del partido de La Plata (años 2017¹, 2019² y 2023³) y telefónicas (años 2017⁴ y 2021⁵), grupos focales (realizados en los años 2017⁶, 2019⁷ y 2023⁸) y entrevistas a informantes claves (2023⁹) confirmamos datos a partir de lo recabado con los métodos cualitativos y cuantitativos: el uso es la práctica más referida en las diferentes encuestas variando entre el 21% y el 46% de las respuestas; duplicando sus porcentajes a partir de la pandemia, debido a que se encuentra entre las posibilidades de respuesta comunicarse con familiares y amigos.

La recepción posee un porcentaje de respuesta que se mantiene entre el 14 y el 18% de las opiniones, destacando las personas que usan las redes sociodigitales para informarse.

Pero la apropiación de las RRSS mantiene porcentajes que fluctúan en el 4% de las respuestas en las distintas encuestas, verificándose estos escasos guarismos en los grupos focales y en las entrevistas a informantes claves; enfatizamos que es sustantivamente menor el porcentaje de personas que se apropian de las redes socio digitales para crear contenido y manifestar opiniones; la ciudadanía no ha podido apropiarse de los dispositivos tecnológicos para establecer poderes compensatorios o un contrapoder (Mora y Araujo, 2005) que visibilice sus posturas y proclamas en el espacio público virtual.

Palabras clave

Comunicación - Política - Redes Sociales - Uso - Recepción - Apropiación

¹ 367 casos, abril.

² 530 casos, septiembre.

³ 578 casos, junio.

⁴ 600 casos ponderados, diciembre, sistema IVR

⁵ 929 casos ponderados, mayo, sistema IVR.

⁶ 2 grupos focales (18 y 9 integrantes), alumnas/os de una Facultad de la UNLP, meses de mayo y junio.

⁷ 1 grupo focal (13 integrantes), habitantes de diversas localidades del partido de La Plata, de distinto género, edad, actividad y nivel educativo, julio.

⁸ 1 grupo focal (8 integrantes), habitantes de diversas localidades del partido de La Plata, de distinto género, edad, actividad y nivel educativo, junio.

⁹ 2 entrevistas a dos familias, noviembre (4 integrantes), diciembre (dos integrantes).

Introducción

El presente trabajo se enmarca dentro del proyecto de investigación que lleva a cabo el Centro de Investigación y Capacitación en Estudios de Opinión Pública (CICEOP) de la UNLP, titulado: “Análisis del uso diferencial de las redes sociales por los integrantes del espacio de la comunicación política”, con el fin de indagar el uso diferencial de dichas plataformas que hacen los diferentes actores de la comunicación política: periodistas/medios de comunicación, la opinión pública y las y los políticos.

Por consiguiente, es preciso aclarar que este trabajo indaga las diversas prácticas que los ciudadanos y ciudadanas platenses implementan a través de sus dispositivos tecnológicos, considerando los conceptos de uso, recepción y apropiación. Entre dichas prácticas que los seres humanos llevamos a cabo a través de las redes sociales virtuales, se hace referencia al *uso* cuando las acciones entre las que se pueden destacar la lectura, la exposición a medios, la producción de selfies, la compra de un determinado producto, entre otras, “forma parte de la vida cotidiana y sirve a finalidades pragmáticas tales como aprender el funcionamiento de un aparato o encontrar una vivienda a partir de una dirección indicada. Se trata de una aplicación práctica”. (Grillo, M; et al., 2016. p. 45) Sin embargo, el “uso adquiere una significación precisa en diferencia de los conceptos de recepción y apropiación”. (González, G, 2021, p. 109)

En tanto “la recepción tiene que ver con una finalidad inespecífica; se refiere al acceso a la producción cultural o bien simbólico y a todas operaciones cognitivas que supone su comprensión: Se trata de un logro hermenéutico”. (Thompson, 1998).

Puede haber recepción sin uso, pero no uso sin recepción...El uso excede a la recepción en

tanto implica una suerte de aplicación o transferencia; es una acción, es una intervención

en el mundo que supone la integración significativa del objeto/pieza cultural en la vida

cotidiana. Es un logro habilidoso. (Grillo, M et al., 2016. p. 45)

Mientras. que la apropiación sería el modo en que las evocaciones de una producción cultural penetran en las subjetividades y se convierten en nuevas claves en relación con las cuales el

receptor realiza una interpretación de sí mismo y del mundo. La apropiación sería como la consecuencia de un proceso que hace que nadie interprete exactamente lo mismo que otro:

Pero a diferencia de la *recepción*, que puede pasar sin dejar huella evidente, en la *apropiación* la producción cultural se integra a la vida sumando una dimensión más: un gesto creador hecho posible por o a partir de ese proceso. Y a diferencia del *uso*, esta incorporación no se manifiesta en un acto objetivo; tiene un recorrido sutil que se entrelaza con la subjetividad.

(Grillo, M et al., 2016. p. 46)

Pero en este punto es posible coincidir con las investigadoras Susana Morales y Elizabeth Vidal quienes afirman que en:

el discurso instalado acerca de la apropiación de tecnologías por parte de personas, comunidades y grupos invisibiliza la existencia en esta etapa del capitalismo de una disputa que se fue haciendo cada vez más evidente, en relación a quiénes se benefician de la expansión y uso de tecnologías digitales, que no son solamente los y las usuarias, que son quienes lo hacen de manera más precaria. En esa desigual disputa, lo que hay que dilucidar también es cuál es el objeto de la apropiación, quiénes se apropian, es decir quiénes son productores de tecnologías, que son los verdaderos beneficiarios de su expansión. (Morales y Vidal, 2022, p. 12)

Cultura, nuevas tecnologías y redes sociales

El presente análisis comprende la tecnología desde su “materialidad institucional” y en su “espesor cultural”; tal como propone Jesús Martín-Barbero (1987, p. 177) es necesario estudiar los medios. Además, es indispensable agregar que “los inventos técnicos se dan siempre dentro de las sociedades, y que las sociedades son siempre algo más que la suma de relaciones e instituciones de las cuales los inventos técnicos han sido excluidos mediante una definición falsamente especializada”. (Williams, 1992, p. 184)

Es por ello que el investigador galés instauró que las tecnologías de la comunicación transformaron las relaciones entre las instituciones. Por ejemplo, la creación de la imprenta en el siglo XV, por parte de Johannes Gutenberg, produjo tensiones entre la Iglesia y los nacientes Estados-Naciones por el control de la palabra y del saber (Williams, 1992). En este

sentido es posible confirmar que las tecnologías no son estériles, neutrales, no son simples aparatos. Sino que surgen en un contexto al que modifican y por el que son modificadas.

Pero es preciso indicar que en las últimas décadas se comenzó a gestar la gran transformación tecnológica que supone el cambio de una comunicación de masas; que puede ejemplificarse como un mensaje unidireccional que se emitía de un emisor hacia muchos receptores, a través de soportes tecnológicos como la radio y la televisión; hacia un modelo comunicacional de muchos hacía muchos, donde los usuarios de internet y las redes sociales virtuales son los propios productores de contenido a través de diferentes modalidades. Esta transformación en el orden comunicacional también se manifiesta en el orden social, económico, político y cultural de las sociedades occidentales que las diferentes investigaciones empíricas intentan explicar.

Por otra parte, es preciso afirmar aquí que el término redes sociales virtuales no cuenta con una definición común dentro del campo académico, las mismas pueden entenderse como redes que producen nuevas formas de socialidad, información, lazos afectivos a partir del surgimiento de la web 2.0 y más específicamente a partir del año 2004. Es por esto que en esta investigación adherimos a la definición que brinda la investigadora holandesa, Jose Van Dijck, quien en su libro “La cultura de la conectividad” las define como “sistemas que facilitan o potencian dentro de la web, redes humanas, es decir, entramados de personas que promueven la interconexión como un valor social” (...), y “en igual medida, los medios sociales son sistemas automatizados que inevitablemente diseñan y manipulan las conexiones” (Van Dijck, J, 2016).

Pero además es preciso aclarar que se las puede precisar al mismo tiempo como “plataformas” individuales o como “microsistemas”. Por un lado, una plataforma, “antes que un intermediario, es un mediador: moldea la performance de los actos sociales, no sólo los facilita.” (Van Dijck, J, 2016, p. 34) En tanto, entendidas como “microsistemas”, define características comunes como la “competencia” y la “colaboración” que hacen que pertenezcan al “ecosistema de medios conectivos”. (Van Dijck, 2016, p. 44)

El espacio digital es un espacio virtual creado por la actividad tecnológica del ser humano, que tiene propiedades distintivas ya que se rige por leyes que le son propias. Por ejemplo, todos los objetos están producidos por el mismo código de ceros y unos; los desplazamientos son acelerados; y una propiedad del espacio digital es la ubicuidad: un objeto digital alojado

en un servidor se hace visible al mismo tiempo en distintos puntos del espacio digital, aunque los lugares de acceso estén muy alejados unos de otros. (Cabello, R. 2022, p. 23)

Resultados del Trabajo de Campo

El uso es la práctica más referida en las diferentes encuestas variando entre el 21% y el 46% de las respuestas; dentro de esta categoría se encuentran las opciones “compartir información” y “trabajar y/o estudiar”; la opción “para comunicarse con familiares y/o amigos” casi duplicó sus porcentajes entre la encuesta 2019 y 2021 (19% - 36%) debido a las restricciones de confinamiento por la pandemia del COVID; en la encuesta del año 2023 representó el 24% de las respuestas, es decir que la referencian como principal actividad poco menos de 1 de cada 4 personas.

La recepción posee un porcentaje de respuesta que se mantiene entre el 14 y el 18,5% de las opiniones en las distintas encuestas, destacando las personas que usan las redes sociodigitales para informarse.

Pero la apropiación de las RRSS mantiene porcentajes que fluctúan en el 4% de las respuestas en los diferentes estudios de campo realizados, verificándose estos escasos guarismos en los grupos focales y en las entrevistas a informantes claves; enfatizamos que es sustantivamente menor el porcentaje de personas que se apropian de las redes sociodigitales para crear contenido y manifestar opiniones; la ciudadanía no ha podido apropiarse de los dispositivos tecnológicos para establecer poderes compensatorios o un contrapoder (Mora y Araujo, 2005) que visibilice sus posturas y proclamas en el espacio público virtual.

El **Gráfico 1** también muestra la dinámica de las redes sociales, porque opciones de respuesta como “para chatear, mandar y recibir mails” debieron ser discontinuadas; otra pregunta de acción en redes sociales “para Facebook u otra red social” fue suprimida al comenzar a analizar los criterios de uso, recepción y apropiación, dejando de lado la nominalización de las diversas redes para pasar a analizar las acciones y en especial el empoderamiento; la opción “para hacer compras” fue suprimida dado el bajo nivel de respuestas recibidas; finalmente la opción “para otras cosas” fue modificada adaptando un genérico “muchas cosas”.

Como puede observarse en el gráfico, los diversos trabajos de campo permitieron establecer variables que hicieron mermar a menos de la mitad de las respuestas el genérico “para muchas cosas”; recordamos que los diversos registros luego se analizan en los grupos focales.

La posibilidad de respuesta en cuanto a identidad de género tenía las opciones “masculino”, “femenino” y “otra identidad de género”, ésta última categoría tuvo una escasa respuesta del 0,3%, por lo cual se prescindió de ese guarismo por la baja tasa; en cuanto a lo binario las personas que señalan producir contenidos son del 4% en los dos casos, siendo levemente superior las encuestadas en la opción de utilizar las redes sociales “para muchas cosas” (un 34%) que los encuestados (30%); en el resto de las variables no es significativa la diferencia. En cuanto a la edad, a partir de la cohorte de edad 63-70 años es nulo el porcentaje de personas que señalan producir contenidos, no obstante en la franja 41-47 años también es del 0% y en 48 a 54 años sube escasamente al 1%; la franja etaria donde se dan los casos de mayor producción de contenidos con las redes sociales es en 23 a 27 años y 28 a 33 años con el 8% en ambos casos.

En referencia al nivel educativo, las personas sin estudio y con primaria incompleta o completa destacan que no producen contenidos en redes sociales; se manifiestan de igual manera las personas desocupadas, las y los jubilados y pensionados; como contrapartida es el estudiantado con el 7% quienes manifiestan producir contenidos en redes sociales; las personas que destacan poseer universitario incompleto o completo y posgrado también son quienes producen más contenido en redes sociales.

Destacamos que se realiza la pregunta “para qué usas las redes sociales” en el mismo sentido que realiza la pregunta el INDEC en sus informes técnicos de la EPH, acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación¹⁰ y desde la comprobación en nuestros estudios de campo que esa pregunta permite recabar las prácticas que lleva a cabo la ciudadanía con sus dispositivos electrónicos, por más que en nuestro análisis “uso” se refiere a una de las posibilidades de la práctica concreta.

¹⁰ [INDEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina](https://www.indec.gov.ar/)

¿para qué usas las redes

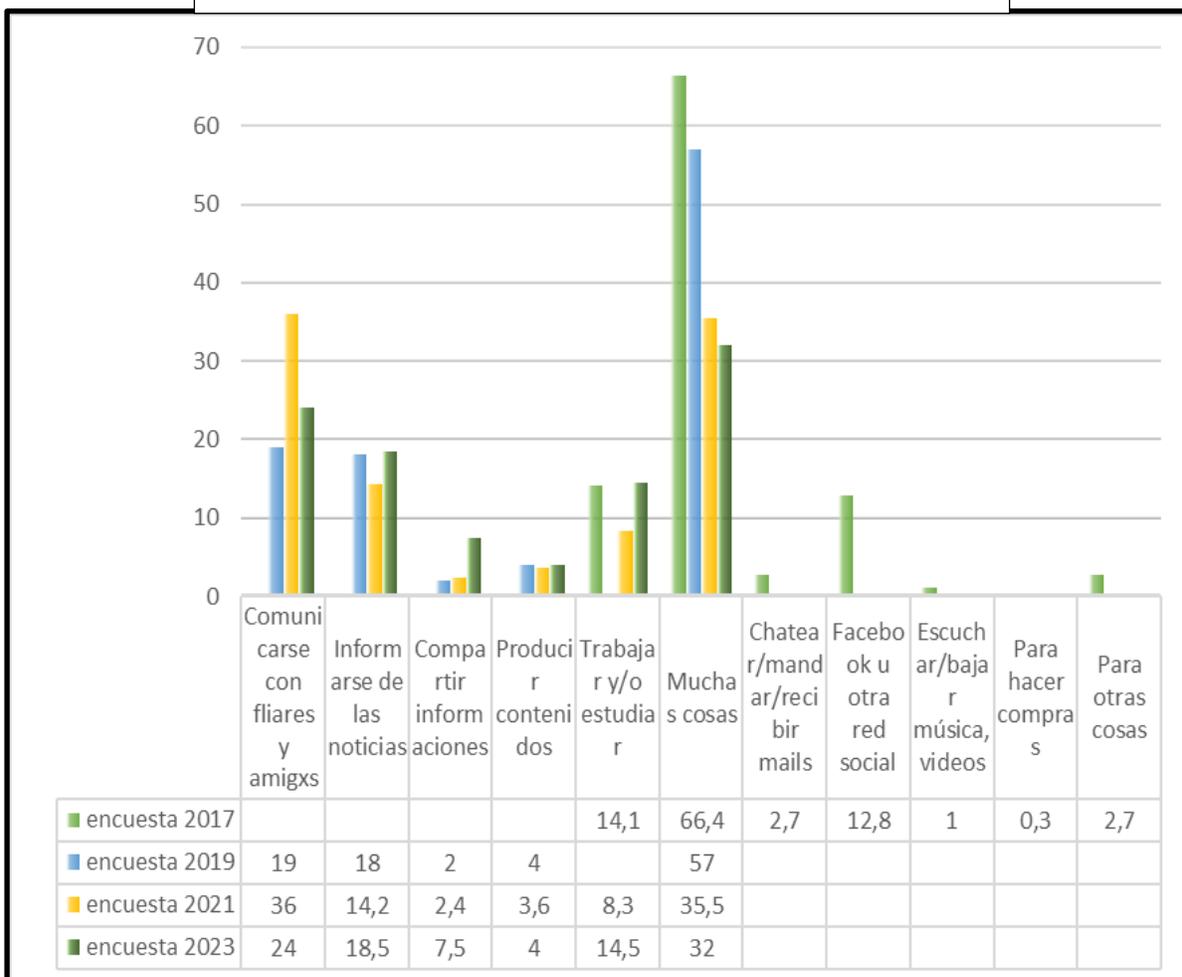


Gráfico 1. Elaboración propia. Año 2024- CICEOP-FPyCS-UNLP

En los grupos focales y en las entrevistas a informantes claves encontramos discursos que son los que construyen el mundo social (Angenot, 2010), la pregunta qué es el celular anclada con imágenes dispara la afirmación de Silvia (42 años) quien destaca que “es una extensión del cuerpo”, para agregar Camilo (33) que en ese dispositivo “esta todo”; para García Hodgson (2005) “El sujeto no se sirve de los objetos técnicos, sino que se ve atravesado por ellos, por la proliferación que lo captura más allá de sus elecciones” (p.45).

Ese dispositivo tecnológico lleva a la afirmación de María Luz (24 años) “mi vida es el teléfono” y al que según Camilo (33 años) “apagarlo ya no podemos” posee otras vivencias,

distintas reflexiones, porque “intentamos explicar involucramientos que tienen diferentes formatos porque la implicación misma de los agentes es de alcance variable” (Thevenot, 2016, p. 71).

Para Angélica (30 años) “yo no soy tanto con el celular ni las aplicaciones, hay días que no lo agarro al celular”, podemos encontrar en la interseccionalidad el marco para analizar “la densidad multidimensional en la que se articulan los vínculos” (Gaona, 2021, p.72).

También registramos en las diversas voces lo que podemos definir como condicionamientos culturales, sociales y económicos como por ejemplo lo registrado con María Luz (24) y Angélica (30), la primera estudiante de medicina y psicofísica, la última solo de medicina, la primera de Neuquen y la segunda de Salta; María Luz posee computadora, tablet y teléfono celular; Angélica sólo teléfono; destaca María Luz que “yo empecé a tener teléfono como a los 12 (años)... y a tener redes sociales a los 13”, para agregar que “tengo una hermana más chica que va a cumplir 10 años y le dieron un teléfono”.

De padres separados, la madre de María Luz es docente “supervisora en la parte de plástica, de artes visuales”; el padre de Angélica “está aprendiendo a llamar¹¹ viste, o cuando yo llamo a atender las llamadas, porque no sabía antes... pero no es su celular, pero el de mi hermanita por ejemplo tiene que aprender a manejar”.

Es Angélica quien afirma “yo soy cero tecnología, es más creo que nunca tuve un celular hasta que tuve 22 años más o menos, o sea porque mi papá no lo consideraba necesario, o sea nunca optó por comprarme un celular, una económicamente tampoco podía hacerlo, y si tenía algo de dinero no lo iba a gastar en comprar un celular, entonces cuando yo tuve una beca recién pude comprarme un celular, pero era muy grande ya, 22 años, no entendía nada...”.

La extensa transcripción del párrafo anterior de Angélica pone las prácticas sociales individuales, en este caso de dispositivos tecnológicos, en el plano de lo social, de lo grupal, de lo familiar; como señala Becerra (2003) “La apropiación social y económica de la tecnología no es idéntica en todos los países ni es equitativa entre todos los distintos sectores y estamentos sociales en cada uno de los países.” (p.135)

Afirma Angélica que “la familia influye mucho con el tema de la tecnología, por ejemplo mi mamá y mi papá no tienen celular hasta ahora ninguno de los dos, se comunican siempre

¹¹Se refiere al teléfono celular

hablando y eso es lo que nos transmitieron a nosotros y a mí se me hace muchísimo más fácil comunicarme con la persona en contacto que estar a través de un mensaje...”

Es distinta la experiencia de María Luz quien destaca que “yo con mi abuela soy muy apegada... hay videollamadas de diez horas, porque a la mañana la llamo y desayunamos, almorzamos, merendamos todo junto, con el teléfono para todos lados...”; Angélica, por el contrario, señala que “cuando me llama le digo no, mejor cuando llegue a Salta me lo comunican en vivo y en directo porque quiero verte cuando me comuniquen eso, qué sentiste en ese momento”, para agregar que “a mí no me gusta el exceso de comunicación tampoco”. Destaca García Canclini (2010) que “Las nuevas formas de desigualdad comunicacional entre países centrales y periféricos, así como entre los estratos económicos y educativos dentro de cada sociedad, engendran nuevas injusticias en el desarrollo social” (p.49); no obstante no hay una manifestación encarnada en Angélica de una otredad beneficiada, hay una afirmación de identidad, de cultura, de prácticas y formas en el marco de un saber sostenido, de una conciencia “de que el mundo consiste en realidades múltiples” (Berger y Luckmann, 2001, p. 38).

En ese espacio social “que es un espacio pluridimensional de posiciones, donde toda posición actual puede definirse en función de un sistema con multiplicidad de coordenadas, cada una de ellas ligada a la distribución de un capital diferente” (Gutiérrez, 2011, p.20) Angélica conoce y se reconoce en una praxis; María Luz en un hacer sustancialmente diferente.

Para Hernán (52) y Santos (53) la función del teléfono celular es más laboral que recreativa o de ocio, para Silvia (42) “no hay discriminación”, es indistinto; agregando Hernán que “quizás los chicos lo utilizan más para jugar”.

Verificamos en los registros cuantitativos y cualitativos que no hay apropiación de las redes sociales en términos de disputa de poder, de empoderamiento; la sociedad en su conjunto no ha logrado constituir a las herramientas digitales en un contrapoder, quizás somos nosotros y nosotras a partir de nuestras prácticas quienes nos impedimos de empoderarnos.

Bibliografía

- Angeles, M. (2010). El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible. Siglo Veintiuno editores.
- Barbero, J. M. (2005). Los oficios del comunicador. Co-herencia. Revista de Humanidades-Universidad Eafit, 2.
- Becerra, M. (2003). *Sociedad de la información: proyecto, convergencia, divergencia*. Grupo Editorial Norma.
- Berger, P. L y Luckmann, T. (2001). La construcción social de la realidad. Amorrortu editores.
- Calvo, E. y Aruguete, N. (2018). Medios tradicionales y fusión de agenda en redes sociales. *Inmediaciones de la comunicación*. Vol. 13. (Nº1). En línea [Vista de #Tarifazo. Medios tradicionales y fusión de agenda en redes sociales \(ort.edu.uy\)](#)
- Cabello, R (2022) Comunicación Interpersonal en el Espacio Digital. En Morales, S y Vidal E, (Coords) Clasco. Buenos Aires. Capital Intelectual. Bs. As.
- De Moraes, D. (2013). Sistema mediático y poder, en Denis De Moraes, Ignacio Ramonet y Pascual Serrano. Medios, Poder y Contrapoder. De la concentración monopólica a la democratización de la información. Editorial Biblos. Buenos Aires. Argentina.
- Gaona, M. Interseccionalidades: alcances de la teoría y versiones de la práctica política en el presente. Revista electrónica de estudios latinoamericanos, núm. 76, 2021 Universidad de Buenos Aires, Argentina
- García Canclini, N. (2010). Imaginarios urbanos. Eudeba.
- García Hodgson, H. (2005). Foucault, Deleuze, Lacan. Una política del discurso. Editorial Quadrata.
- González, G. (comp.). (2017). Comunicación política, periodistas, políticos y la opinión pública: Definiciones, conceptos e investigación de campo. EPC Ediciones. [Comunicación política, periodistas, políticos y la opinión pública](#)
- González, G. (comp.). (2019) “Las Redes Sociales y las Opiniones Políticas Individuales”. En Comunicación Política & Redes Sociales. Editorial UNLP. [Comunicación política y redes sociales](#)
- González, G. (comp.). (2021) Comunicación y política Reloaded. Las redes sociales en contexto de pandemia. Editorial UNLP. [Comunicación y política reloaded](#)

- González, G. et. al. (2023). Taller de Comunicación Política III. Cuaderno de estudios. EPC Ediciones de Periodismo y Comunicación. Comunicación y política reloaded
- Grillo, M; Papalini, V; Benítez Larghi, S. (2016). Estudios sobre Consumos Culturales en la Argentina Contemporánea. Pisac, Clacso.
- Gutiérrez, A.B. (2011). Clases, espacio social y estrategias. Una introducción al análisis de la reproducción social en Bourdieu en Pierre Bourdieu, las estrategias de reproducción social. Siglo XXI.
- Mora y Araujo, M. (2005). *El poder de la conversación. Elementos para una teoría de la opinión pública*. Editorial La Crujía.
- Morales, S. y Vidal, E. (Coords) (2022). ¿Quién se apropia de que? Tecnologías Digitales en el Capitalismo de Plataformas. Clacso. Buenos Aires.
- Morduchowicz, R. (2013). Los adolescentes y las redes sociales: La construcción de la identidad juvenil en Internet. FCE. Buenos Aires
- Rovira Sancho, G. (2013). De las redes a las plazas: la Web 2.0 y el nuevo ciclo de protestas en el mundo. *Acta Sociológica*. (N°62). 105-134. De las redes a las plazas: la web 2.0 y el nuevo ciclo de protestas en el mundo - ScienceDirect
- Sibilia, P. (2008). La intimidad como espectáculo. FCE. Buenos Aires. Argentina.
- Thévenot, L. (2016). La acción en plural. Una introducción a la sociología pragmática. Siglo XXI Editores.
- Thompson, J (1998). Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Barcelona Paidós Comunicación.
- Van Dijck, J (2016) La cultura de la conectividad. Siglo Veintiuno Editores. Buenos Aires
- Viché González, M. (2015). El empoderamiento de los ciudadanos internet. Revista
- Waisbord, S. (2020). Epílogo: lecciones para la investigación en comunicación política. En Siles González, I. (E). Democracia en digital: Facebook, comunicación y política en Costa Rica. 289-293. *Universidad de Costa Rica*. Publicaciones - Democracia en digital: Facebook, Comunicación y política en Costa Rica (ucr.ac.cr)Internacional de Pensamiento político. I Epoca. Vol 10.
- Williams, R. (1992) Historia de la Comunicación. Vol 2. Bosch, Madrid.