

Razón y Palabra
ISSN: 1605-4806
octavio.islas@uhemisferios.edu.ec
Universidad de los Hemisferios
Ecuador

Ceballos González, Arianna; Marrero Santana, Liliam
De los medios masivos a las plataformas de comunicación en red. Apuntes sobre las concepciones de la categoría usos.
Razón y Palabra, núm. 92, diciembre, 2015, pp. 1-38
Universidad de los Hemisferios
Quito, Ecuador

Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199543036032

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

De los medios masivos a las plataformas de comunicación en red. Apuntes sobre las concepciones de la categoría usos.

Arianna Ceballos González (Cuba)[1] Liliam Marrero Santana (Cuba).[2]

Resumen.

El artículo sistematiza los presupuestos teórico-metodológicos de diversos autores y vertientes académicas que asisten a la noción de *usos sociales*, tanto desde los enunciados conceptuales y teóricos fundamentales de corrientes como los Estudios de Recepción (entre otras) como desde las investigaciones que abordan las reconfiguraciones de los procesos comunicativos mediados por las TIC. A partir del ejercicio teórico desarrollado se distingue *usos* como una categoría válida para afrontar dichas redimensiones y se plantea la investigación de los *usos sociales* de las Tic e Internet; en un posicionamiento que alberga la noción de *uso social* en un sentido que trasciende su tradicional ubicación en el polo receptor. Desde esta perspectiva, el uso social remite a modalidades de empleo, aprovechamiento, incorporación en lo cotidiano, interpretación, reconstrucción de significados, y también, a prácticas de producción comunicativa que se manifiestan y registran en las arquitecturas de redes.

Palabras Claves.

Usos, Usos sociales de Internet y las Tic, Medios de Comunicación Masiva, Reconfiguraciones en los procesos comunicativos

Abstract.

The article systematizes the theoretical and methodological assumptions of various authors and academic trends that contribute to the notion of social uses, from the conceptual and fundamental theoretical assumptions of the currents like Reception Studies (among others) and the studies that tackle the changes of the communication processes due to the emergence and development of Information and Communications Technologies. As part of the theoretical exercise developed the uses category is identified as a valid category for study the communicative processes mediated by the Information and Communications Technologies, from a position that understands social use in a way that transcends its traditional location in the Receptor figure. From this perspective, the social use refers to forms of employment, development, integration in everyday life, interpretation, reconstruction of meanings, and also, communicative production practices that are manifested and recorded in network architectures.

Keywords.

Uses, Social uses of Internet, Mass Communication Research, Changes in the communicative processes.

La recepción como objeto o puntos de partida para (re)pensar los usos.

El reconocimiento de la Comunicación como ámbito científico constituye una problemática vigente en los actuales debates académicos. Una amplia diversidad de argumentos refleja la complejidad de "lo comunicativo" como objeto de estudio, peculiaridad que el investigador Raúl Fuentes Navarro (2009) califica como "la cuestión central de la identidad teórica o conceptual, epistemológica de los estudios de comunicación".

El terreno de la Comunicación ofrece una delimitación disciplinar y epistemológica aún débil, que se disuelve en ejes de atención de otros campos más consistentemente estructurados, lo que al mismo tiempo dota a los estudios sobre la comunicación de una visible heterogeneidad en sus presupuestos teórico-conceptuales y metodológicos (Saladrigas & Olivera, 2009).

La complejidad del ámbito científico de la Comunicación se presenta como una premisa a tener en cuenta, debido a la dificultad que supone para el acceso a construcciones categoriales, teóricas y metodológicas consolidadas, en un área que se distingue por la diversidad de los abordajes en torno a disímiles objetos de atención.

Dentro de este ámbito, no obstante, las indagaciones relacionadas con la comunicación a través de los medios masivos conforman una zona de investigación y producción teórica con ciertos niveles de sistematicidad, si bien una de las problemáticas y equívocos más notables en el cuestionamiento del estatus científico de la Comunicación, radica en el entendimiento limitado de la comunicación como comunicación masiva (Scolari, 2008).

El desarrollo de las Teorías de la Comunicación de Masas no escapa a la pluralidad de enfoques y a las revisiones de sus bases conceptuales según tendencias o escuelas predominantes. La jerarquía de estos estudios debe mucho a la institucionalización impulsada desde Estados Unidos, en un proceso que se desplaza desde el protagonismo de

las visiones mediacentristas, hasta la comprensión de la comunicación desde la cultura, y de ahí el interés por su abordaje en los entornos cotidianos y asociado a los procesos de producción social de sentidos (Saladrigas & Olivera, 2009).

Estas mutaciones asoman como un referente fundamental a través del cual se refleja, en los predios de la Comunicación, la progresiva reconfiguración del *sujeto* como objeto de estudio de las Ciencias Sociales, entendido como actor activo, (re) productor de vínculos y realidades en un contexto histórico y culturalmente determinado (Krippendorff, 1993).

En el sendero de consolidación de las perspectivas sociales en el área de la Comunicación, resulta esencial el interés por el estudio del impacto de los mensajes mediáticos en los públicos y los modos de percepción, interpretación, construcción que estos desarrollan. La investigación de la recepción, en este sentido, deviene un territorio de producción científica con evidentes aportes que impulsan el crecimiento y maduración del propio campo comunicativo (Alonso, 1999).

La tradición de los Estudios de Recepción cuenta con una amplia variedad de concepciones determinadas por disímiles contextos científicos y sociales, que han establecido apropiaciones específicas de la recepción y de los propios receptores como actores de la comunicación. Esta realidad guarda estrecha relación con los rasgos distintivos de la Comunicación como escenario disciplinar y las complejidades de su constitución como área de estudio.

La referencia a esta línea de investigaciones es de especial interés, puesto que en ella se encuentran coordenadas fundamentales para el acercamiento a la categoría *usos sociales* y sus asideros conceptuales y teóricos en el entramado irregular y múltiple de los estudios de la comunicación, sobre todo, en un posicionamiento que valora el desplazamiento desde el énfasis en lo mediático hasta el protagonismo de la comunicación como producción cultural.

Los Análisis o Estudios de Recepción se agrupan sobre la base de perspectivas dominantes en el abordaje de ese fenómeno y la aproximación al receptor como actor comunicativo. Autores como Alonso (1999) y Orozco (2010) destacan como enfoques esenciales el *Modelo de Efectos*, la *Corriente de Usos y Gratificaciones*, las *Teorías Literarias*, el *Enfoque de los Estudios Culturales* y la *Investigación Crítica de Audiencias*. A través de estas vertientes se aprecian revisiones de máxima significación que apuntan no solo a la complejidad creciente de los procesos comunicativos y de los receptores, sino que traslucen la cuestión del *poder* como una problemática sustancial de las relaciones comunicativas (Orozco, 2010).

El *Modelo de Efectos* privilegia al ente *emisor* en tanto propietario o usufructuario legal del medio y en sus presupuestos la noción de audiencia se considera pasiva, masiva y limitada en relación con la oportunidad de interlocución, bajo un esquema comunicativo de orden lineal, difusivo y asimétrico (Orozco, 2010).

Por su parte, la *Hipótesis de Usos y Gratificaciones* se orienta hacia la utilidad atribuida por los receptores a la información mediática, desde una perspectiva individualista y "desempoderada" (Orozco, 2010, p.18) que explora procesos subjetivos de gratificación de las necesidades (García & Herrada, 2012). Es decir, se desplaza de la lógica de los efectos hacia la de las funciones de los medios frente a las demandas de la audiencia.

Con las *Teorías Literarias*, se valida la necesaria "iniciativa interpretativa" que preexiste en los textos, esto es, la exigencia de una comprensión activa para su puesta en función, si bien reconocen, con mayor o menor énfasis, un "margen suficiente de univocidad" en las opciones de interpretación (Alonso, 1999, c.p. Marrero, 2013). En palabras de Orozco (2010) el centro de estas miradas es el mensaje o el *texto* y la comprensión del proceso comunicativo se asocia a la *lectura*.

Los *Estudios Culturales* resitúan el énfasis en el contexto que está más allá de los aspectos claves tradicionales que distinguen la comunicación –emisor-mensaje-receptor-, de manera que postulan la oportunidad de balancear los poderes entre los polos fundamentales de los intercambios, pues reconocen procedimientos de negociación de las interpretaciones por parte de ambas instancias de la comunicación (Orozco, 2010).

A partir de estos estudios, la cultura adquiere un sentido más complejo e integrador al concebirse desde las noción de proceso de producción social de sentido que intermedia la propia dinámica de consumo mediático (Alonso, 1999). En esta línea de análisis, el sentido remite a la "apropiación subjetiva e intersubjetiva de la realidad que contribuye a mantener o subvertir, reforzar o debilitar las conexiones entre el significado de los medios y mensajes y las relaciones de dominación inscritas en ellos" (Rodríguez, 2012, p.36).

La perspectiva de la *Investigación Crítica de Audiencias* inaugura una nueva línea en los Estudios de Recepción, que "incorpora los diferentes componentes de las perspectivas anteriores, emisor, receptor, mensaje y contexto, pero agrega y privilegia el proceso mismo y sus diferentes etapas y escenarios por los que transcurre" (Orozco, 2010, p.19); propone una mirada a la recepción como proceso integrado en lo cotidiano, que se articula antes, durante y después del contacto directo con las ofertas mediáticas.

La sistematización de los enfoques principales de los Estudios de la Recepción no puede valorarse en toda su dimensión si se obvian los aportes que provienen de la región latinoamericana, con raíces en las corrientes culturales, entre los cuales resulta central el movimiento teórico-metodológico propuesto por el investigador Jesús Martín Barbero (1998): del objeto al proceso, de los medios a las mediaciones, de la comunicación a la cultura.

La especificidad de las contribuciones de la región a las investigaciones sobre la recepción, y sus fuertes lazos con el modelo de las mediaciones, conllevan a distinguir el Paradigma

Cultural Latinoamericano (García & Herrada, 2012) como un momento de gran significación en el crecimiento y profundización no solo de los Estudios de Recepción sino del área de la Comunicación en general.

Las disímiles trayectorias de los abordajes relativos al vínculo entre sujetos sociales y medios de comunicación concretan un desplazamiento notorio que afecta a las bases conceptuales y categoriales, teóricas y metodológicas del campo de la Comunicación. En los cruces que se producen en los numerosos senderos reflexivos acerca de los actores de la recepción y los modelos de pensamiento que orientan la concepción de este proceso, se encuentran matrices esenciales de la noción de *usos sociales*, una construcción que transita y se reconfigura de manera integral bajo el giro sociocultural de lo comunicativo.

Hacia la dimensión social de los usos.

El camino de los estudios sobre los sujetos de la recepción ofrece coordenadas de la progresiva articulación entre comunicación y cultura, en un sentido complejo y alejado de posturas simplistas o inflexibles. En estas profusas tramas conceptuales y teóricas asoma la problemática de los *usos*, anclada en su origen a los presupuestos del funcionalismo[3], y repensada posteriormente por el influjo de las lecturas sociales e interpretativas (García & Herrada, 2012).

Se identifican, en este sentido, dos vertientes o fuentes esenciales de aproximación a los usos sociales: la Hipótesis de Usos y Gratificaciones, y la variante latinoamericana propugnada desde el retorno al sujeto y el modelo de la Mediación Cultural, identificada como corriente de Usos Sociales de los Medios.

La categoría usos tiene su anclaje teórico-conceptual en la Corriente de Usos y Gratificaciones, cuyo principal rasgo se halla en el reconocimiento del receptor como un

ente más activo, en lugar de su condena a la pasividad. Los estudios asociados a esta corriente se enfocan en las funciones de los medios vinculadas a las necesidades de información y satisfacción de los individuos, pensados de forma atomizada.

"Desde esta perspectiva, los usos estaban determinados por necesidades que el individuo deseaba satisfacer" (García & Herrada, 2012), o sea, cada persona según sus motivaciones y personalidad, "asocia el uso de un medio con la gratificación de alguna necesidad" (Cantú, 1997).

> "A partir de producir conocimiento sobre gustos, expectativas y acumular experiencia con éxitos programáticos en sectores de audiencias, [la corriente de *Usos y Gratificaciones*] ha podido generar 'indicadores culturales' e información para tratar de ofrecer desde las pantallas aquello que las audiencias aparentemente buscan y de esta manera lograr el impacto deseado en ellas" (Orozco, 2010, p.18).

El abordaje del receptor desde su rol más activo, el enfoque hacia las relaciones que se producen entre necesidades y consumo, así como la concepción de este último como una entre otras fuentes de gratificación, se valoran como aportaciones importantes de los estudios de Usos y Gratificaciones. No obstante, sus limitaciones más significativas radican en el individualismo predominante de su enfoque, la mirada superficial a las condicionantes sociales, y la falta de consistencia teórica y metodológica de la noción de *necesidad* (I. Medina, 1995; Vidal, 2002).

La noción de usos en un sentido próximo al planteado por la Hipótesis de Usos y Gratificaciones es retomada en acercamientos posteriores realizados por autores como Dennis McQuail, y C. Rusnoni y S. Molina (Cantú, 1997).

Desde su modelo de los usos y efectos, McQuail (1989, c.p. Cantú, 1997) concibe el *uso* como: un proceso relativamente complejo, en el que un contenido es utilizado en ciertas condiciones, cumple ciertas funciones y está vinculado a ciertas expectativas de gratificación. (…) Las características individuales, las expectativas, la percepción de los

medios y el grado de acceso a éstos, darán lugar a las decisiones del individuo de usar o no usar el contenido de los medios de difusión.

Los investigadores Rusconi y Molina se basan esencialmente en la construcción de McQuail que, como se puede apreciar, no establece diferencias radicales respecto a los supuestos fundacionales de los *Usos y Gratificaciones* (Cantú, 1997).

Pese a que la corriente de Usos y Gratificaciones implica un importante desplazamiento teórico y metodológico en la investigación (García y Herrada, 2012) por la incorporación del receptor como sujeto activo, se resienten sus estudios por el excesivo énfasis que le atribuye a los significados individuales y psicológicos y por la intención de aislar el proceso comunicativo del resto de las interacciones sociales, así como a los individuos de sus contextos (Grandi, 1995).

Una redimensión cabal en cuanto a la noción de usos, opera a raíz de las revisiones promovidas por los Estudios Culturales sobre la base de la integralidad otorgada a los procesos de comunicación desde su reconocimiento como elementos constitutivos de prácticas culturales y sociales (Medina, 1995). Bajo estas miradas se afianza, junto con el foco primordial en los contextos de los intercambios comunicativos, la dispersión y el alcance de disímiles propuestas conceptuales y núcleos categoriales que atraviesan la problemática de la relación entre sujetos y medios, textos, géneros y/o formatos. Al decir de Cantú (1997), numerosas conceptualizaciones de interés dentro de esta línea de teorización y estudios no encuentran una definición precisa, unívoca y concordante. Términos como consumo, recepción, lectura y uso, multiplican sus apariciones en las contribuciones científicas sin que sea posible acotar rígidamente su "especificidad".

La notable influencia de los postulados de los *Cultural Studies* en los abordajes teórico-metodológicos de las investigaciones en América Latina, constituye una pauta central en la

superación de los enfoques iniciales, y en la expansión y consistencia conceptual que adquiere la denominación usos sociales.

Varias investigaciones (Cantú, 1997; González & Aguilera, 2007; Medina, 1995) hacen referencia a la consolidación de la corriente de los Usos Sociales en los años ’80, inaugurada por Jesús Martín-Barbero (1983; 1998) en el marco de los desplazamientos que el autor propone para el campo de la Comunicación. En franca complicidad con el Paradigma de la Recepción Activa en cuanto correlato de la legitimación del ser humano y su subjetividad como directrices en la investigación de los medios (Medina, 1995), la concepción de los usos sociales pasa por su carácter inalienable “de la situación socio-cultural de los receptores que reelaboran, resignifican, resemantizan los contenidos masivos conforme su experiencia cultural” (Jacks, 1996, c.p. Cantú, 1997).

Martín-Barbero (1998) considera que para comprender la perspectiva latinoamericana de los Usos Sociales, es necesario tomar distancia de la corriente de Usos y Gratificaciones y de su enfoque individualista y descontextualizado, cómplice con la percepción de lo comunicativo como circulación de mensajes, efectos y reacciones.

El investigador rechaza de forma tenaz la mirada al sujeto receptor como un actor pasivo, y emplea indistintamente los conceptos de recepción, consumo, lectura y uso para referir ese vínculo más complejo, de naturaleza sociocultural, que tiene lugar entre los receptores y los medios, sus programas y géneros, en los contornos de la vida cotidiana. La referencia a los estudios de la recepción es sustituida, en las contribuciones del investigador, por la de estudios sobre los usos populares de lo masivo (Medina, 1995), una propuesta que busca evidenciar las formas populares, los usos entendidos como tácticas enfrentadas a las estrategias de control y, por tanto, como producción de sentidos (González & Aguilera, 2007).

> Se trata de investigar la actividad que se ejerce en los usos que los diferentes grupos -lo popular tampoco es homogéneo, también es plural- hacen de lo que consumen, sus gramáticas de recepción, de decodificación. Porque si el

> producto o la pauta de consumo es el punto de llegada de un proceso de producción, son también el punto de partida y la materia prima de otro proceso de producción, silencioso y disperso, oculto en el proceso de utilización (Martín-Barbero, 1983, p.61).

La perspectiva latinoamericana de los Usos Sociales reivindica la asunción del receptor como sujeto social activo, al que atribuye la "capacidad de agencia en tanto condición de posibilidad para la negociación de significados" (Orozco, 2003). La noción de agencia, procedente de la Teoría de la Estructuración propuesta por el sociólogo británico Anthony Giddens (A. Mattelart y M. Mattelart, 1998), apunta hacia las posibilidades y habilidades para la reinterpretación y movilización de repertorios de esquemas culturales diferenciados a los repertorios de partida (Sewell, 1992, p.19). En este sentido, la comunicación abandona radicalmente su concepción transmisiva y se condensa en tanto proceso de (re)producción mediador y mediado culturalmente, de modo que "la figura del receptor desborda su anclaje conceptual y se integra en tramas sociales e históricas más complejas que superan la precondición de sometimiento al mensaje mediático" (Marrero, 2013).

El entendimiento del receptor como agente social posibilita apreciar con toda profundidad la dimensión productiva de los procesos de consumo mediático y cultural. Sobre esta base, las aportaciones del investigador Néstor García Canclini (1993) constituyen una plataforma esencial entre las coordenadas conceptuales y teóricas que sustentan la construcción en torno a los usos sociales y su expansión hacia los bienes y procesos culturales de manera general.

García Canclini (1993) matiza de forma notoria las interpretaciones del consumo atadas a la comercialización de bienes "espirituales", y revitaliza esta concepción al observar que los bienes "no son consumidos solamente por su valor de uso, sino también por su potencial favorecedor de la construcción de sentidos" (González & Aguilera, 2007, p.29).

La noción de consumo cultural refiere, a raíz de estos análisis, el "conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores

de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica" (Canclini, 1993, p.34).

De acuerdo con Aldazabal (2011), por este camino las investigaciones sobre el consumo y la recepción de bienes culturales se interesan por los usos sociales como un espacio donde es posible verificar el modo particular en que cada sujeto resemantiza las propuestas que le son ofertadas. A través de los usos, reafirman González &y Aguilera (2007), "se observa la heterogeneidad inherente a los diversos entornos socioculturales en los que se insertan los sujetos, toda vez que estos determinan la existencia de disímiles maneras de usar" (p.31).

> Aunque la propuesta de [Jesús Martín Barbero] se centra en los usos de la televisión, específicamente de la telenovela, bien podría extenderse esta conceptualización hacia el uso de los bienes culturales (…). Esto, teniendo en cuenta que la dimensión del entorno sociocultural está presente en todos los procesos que acontecen en el tejido social y que el valor propiamente social de los usos proviene justamente de esa relación con el entorno en tanto determinante de particularidades diversas que los dotan de riqueza y complejidad (González & Aguilera, 2007, p.31).

A raíz de estos presupuestos, González & Aguilera (2007) definen los usos sociales como un sistema de prácticas, atravesado por particularidades socioculturales de los sujetos y peculiaridades de una situación sociocultural específica, a partir del cual se realiza la apropiación de los bienes culturales en un lugar y un momento determinados.

Como parte de los ejes conceptuales que asisten a la noción de usos sociales, la apropiación[4] asoma como una construcción categorial de importancia, porque en ella puede albergarse el sentido máximo de la actitud transformadora posible de los agentes sociales y de los procesos de recepción, entendidos desde su redimensionamiento cultural (Alonso, 2010; Crovi, 2012).

Las apropiaciones sociales de medios, tecnologías, instituciones, lugares, sucesos, etc., están "mediadas por asociaciones de sentido socialmente configuradas", y conforman "un

doble proceso práctico/subjetivo, en el cual convergen usos y nociones/ ideas/valores, como dos dimensiones paralelas e interrelacionadas" (Bacallao, 2010).

El sentido de las apropiaciones se relaciona con las maneras en que los sujetos hacen suyo un artefacto o proceso cultural y lo incorporan de modo creativo a las dinámicas cotidianas (Crovi, 2012).

Los procesos de apropiación implican el dominio de un objeto cultural, pero involucran también el reconocimiento de la actividad que condensa ese instrumento y con ella los sistemas de motivaciones, el sentido cultural del conjunto. En otros términos, al apropiamos de un objeto cultural nos apropiamos también del régimen de prácticas específico que conlleva su uso culturalmente organizado. De allí que en los procesos de apropiación resulte crucial la apropiación de la naturaleza y el sentido de la actividad que encarna el objeto (Crovi, 2012, p.156).

Algunos investigadores (Neuman, 2008, c.p. Crovi, 2012) atribuyen a la apropiación un significado más radical, es decir, argumentan que la apropiación social se produce cuando el contacto con lo apreciable produce un cambio no sobre el objeto o proceso sino sobre las prácticas asociadas a este. "En todos los casos, el proceso de apropiación está inserto en la dinámica de construcción identitaria, ya que modifica al sujeto que la experimenta y, por lo tanto, transforma también su relación con los demás y su entorno" tanto de manera individual como colectiva (Crovi, 2012, p.157).

Si se retoma la dispersión conceptual que caracteriza a las plataformas teóricas en el campo de la Comunicación y, especialmente, en los Estudios de la Recepción, es posible comprender las múltiples posiciones que modelan la relación entre las nociones de usos sociales y apropiación, en el marco de los acercamientos al vínculo entre los sujetos y los medios. Por un lado, la dimensión social de los usos en toda su magnitud se concibe a partir, precisamente, de la capacidad de apropiación, aprovechamiento y transformación de

los individuos y grupos (Alonso, 2010; Fuentes, 2000); de otro, los usos se entienden como precondición o componentes de los propios procesos de apropiación (Aldazabal, 2011; Serge Proulx, 2001 cp. Siles, 2005).

Establecer límites definitivos o asociaciones causales entre las construcciones relativas a los usos sociales y las apropiaciones, deviene un ejercicio espinoso que ignora las complejas interdependencias que atraviesan la relación entre ambas propuestas, sobre todo en un sentido de los procesos comunicativos en tanto procesos sociales determinados histórica y culturalmente. Desde las dinámicas de los usos fraguan modos y niveles distintos de apropiación, al tiempo que esta última interviene en las formas en que son realizados, (re)creados, transformados o subvertidos los usos sociales.

Las referencias a estos conceptos aparecen con frecuencia en las contribuciones científicas del área desde los enfoques culturales latinoamericanos, y se manejan como dimensiones estrechamente imbricadas, al punto que suelen emplearse de forma combinada para identificar esta línea de teorización e investigaciones de la recepción, llamada por varios autores Usos Sociales y Apropiación de los Medios (Alonso, 2010).

Desde la antropología cultural, el investigador francés Michel De Certeau (1995), constituye otro de los principales autores con aportes significativos para la producción latinoamericana sobre los usos sociales. Al interesarse en el proceso productivo que acontece como parte del acto de consumo, De Certeau (1995) valora críticamente el término consumidor por estar marcado por un prejuicio de orden social y cultural, y propone, en su lugar, la noción de practicantes para destacar los usos que dichos actores realizan tanto del espacio urbano, de los sistemas de productos organizados por el supermercado, como de los relatos y pies de ilustraciones distribuidos por el periódico.

En los practicantes De Certeau aprecia “la capacidad para desviar [y] rodear la racionalidad de los dispositivos colocados por el orden estatal y comercial” (A. Mattelart & M.

Mattelart, 1998, p.106). Para el autor, "el uso define el fenómeno social mediante el cual un sistema de comunicación se manifiesta en realidad; (…) remite a `una manera de hacer´ (de hablar, de caminar, etcétera) (…) como tratamiento singular de lo simbólico" (De Certeau, 2000, p.112).

En su libro *La invención de lo cotidiano,* el investigador reconoce que los usos predeterminados de los bienes son reconfigurados por el contexto donde se realiza el consumo, y que los productos impuestos son objeto de manipulaciones por parte de los practicantes (agentes de uso) que no son sus fabricantes: "(…) la producción del practicante está enmascarada por el producto que utiliza sin haberlo fabricado. Por la manipulación que hace del producto, el practicante es el autor de una producción secundaria que se oculta en el proceso de utilización" (De Certeau, 2004, c.p. Aldabazal, 2011, p.27).

> "De Certeau plantea una *teoría de los usos sociales como operadores de apropiación* que, siempre en relación a un sistema de prácticas, pero también a un momento y a un lugar, instauran una relación del sujeto con los otros" (Martín-Barbero, n.d). Desde esta perspectiva, es necesario estudiar las prácticas cotidianas de los agentes de uso para conocer las apropiaciones que hacen de los bienes recibidos (Aldabazal, 2011, p.27).

El recorrido hacia la dimensión social de los usos, permite corroborar el desplazamiento esencial de ejes conceptuales y teóricos asociados a la comunicación y a los actores de los procesos de recepción. El movimiento cualitativo que se produce entre las nociones de usos aportadas por la Hipótesis de Usos y Gratificaciones y la corriente latinoamericana de Usos Sociales de los Medios, es expresión de la revalidación del sujeto como agente social en tanto superación de los modelos basados en la asimetría de poderes entre las instancias de emisión y recepción.

El estudio de los usos sociales y sus condicionantes.

El estudio de los usos sociales desde la región de América Latina se distingue por la diversidad de enfoques investigativos y los múltiples objetos que se abordan desde esta

plataforma categorial. Se trata de una noción flexible, a la cual acuden numerosas líneas de indagación que exploran fenómenos variados vinculados a la producción y consumo mediático y cultural.

González y Aguilera (2007) sistematizan las aproximaciones principales a los usos sociales desde la investigación en el continente y sus autores más representativos:

Los estudios que se centran en los usos sociales de los medios de comunicación, sobre todo de la televisión, cuentan con cierta tradición en las universidades latinoamericanas. Las investigaciones de James Lull en torno al medio televisivo, de Martín-Barbero acerca de la telenovela, así como los proyectos de Jorge González y Jesús Galindo sobre usos y apropiaciones de este género, se encuentran entre las aportaciones más destacadas.

Otra línea de indagaciones, aunque con menor presencia en el área, es la orientada al estudio de los usos de medios como la radio y la prensa. La investigadora Rosa María Alfaro sobresale en este sentido por sus acercamientos a los usos populares de la radio comercial en Perú.

La categoría usos sociales ha sido empleada igualmente para desarrollar investigaciones enfocadas en las prácticas culturales y modos de apropiación de espacios públicos urbanos. Los estudios de Armando Silva a propósito de los imaginarios urbanos en ciudades latinoamericanas, son muestra de esta vertiente.

Los usos de los bienes culturales conforman otra línea de investigación que se interesa por manifestaciones culturales como la música y la literatura, pero con una presencia aún más limitada.

Una contribución común que emerge de estas rutas de investigación es el cambio del punto de mira hacia la producción de sentidos, en detrimento de la centralidad histórica de las

estructuras textuales como entidades de significación. Así se reconocen y abordan múltiples referentes culturales polisémicos, tales como el género, la raza o etnia, las clases sociales, las franjas etarias, entre otros, que median las interacciones comunicativas (Orozco, 2003).

Otro rasgo compartido por estos estudios es el predominio de la investigación cualitativa. Las influencias del método etnográfico alcanzan de forma global a los diseños del instrumental metodológico, y se comprueba en técnicas como la entrevista en profundidad, o semiestructurada, los grupos focales, además de la observación participante y la Investigación Acción Participativa. Además de ellos, se mezclan técnicas e instrumentos de investigación cuantitativos y cualitativos; y se fundan estrategias metodológicas más novedosas apoyadas en el empleo de técnicas expresivas, psicológicas y de participación, de mucho valor para el estudio en contextos familiares, escolares o barriales (Medina, 1995; Orozco, 2002).

La investigación de la recepción latinoamericana y específicamente los estudios acerca de los usos sociales de medios, lugares, bienes y sucesos culturales, presenta como una de sus aportaciones sustantivas, la asunción de la problemática de las mediaciones como punto culminante de las relaciones entre la complejización de los mapas conceptuales del área y los modos de concebir los procesos investigativos.

La jerarquía de las interrogantes sobre el agente receptor y los usos sociales de los medios priorizan los procesos de socialización y las prácticas cotidianas como núcleos de atención de las indagaciones y, en ese marco las mediaciones emergen como elemento consustancial. Desde los enunciados de Martín-Barbero, apunta Medina (1995), estudiar los fenómenos reales de comunicación significa estudiar la mediación cultural que se interpone entre los medios y los públicos, significa estudiar cómo esas mediaciones intervienen en los procesos de recepción y apropiación que los públicos hacen de lo masivo y significa ubicarse en el estudio de la cultura popular.

Martín-Barbero (2012) denomina mediaciones "a las densas pero secretas conexiones de los procesos de comunicación con las dinámicas culturales y con los movimientos sociales"; este concepto no indica que "los medios median", sino que "los medios entran en relación: medios y sociedad, medios y vidas cotidianas, medios y movimientos sociales, medios y estructuras de producción" (p.30).

La teoría o modelo de las mediaciones no puede entenderse como una edificación estática, se trata de un conjunto dinámico y plural de aproximaciones que conjugan diversos enfoques epistemológicos, conceptuales y metodológicos (Gámez, 2007), entre los cuales se destacan autores como John B. Thompson, Jesús Martín Barbero, Guillermo Orozco y Enrique Sánchez Ruíz[5], entre otros.

Específicamente el Modelo de la Mediación Múltiple, propuesto y construido progresivamente por Guillermo Orozco, deviene un referente especial, debido a que representa el ejercicio de operacionalización de los procesos de mediación más avanzado de los Estudios de Recepción en Latinoamérica, a partir de la investigación empírica de las audiencias (Alonso, 1999).

Las mediaciones son concebidas por Orozco (1993) como "procesos estructurantes que configuran y reconfiguran, tanto la interacción de la audiencia con la TV, como la creación por ellos del sentido de esa interacción" (p.6). Aunque sus aportaciones se vinculan directamente a la televisión, algunas de las mediaciones que construye han sido adaptadas de forma general a disímiles indagaciones sobre los usos sociales de otras tipologías mediáticas.

Orozco establece cuatro grupos de mediaciones fundamentales: Individuales (provenientes del propio sujeto cognoscente, miembro de una cultura y sujeto sociopolítico históricamente situado, de género, edad y raza especificas); Situacionales (las manifiestas en la situación particular de la recepción); Tecnológicas (las relacionadas con el medio de

comunicación de que se trate, género programático o sistema comunicativo) e Institucionales (provocadas por las instituciones sociales en las cuales los miembros de la audiencia participan, como escuela, trabajo, familia, religión, grupo de amigos o pares y, por supuesto, la mediación de la cultura o subcultura de las que los segmentos de audiencia forman parte) (Vassallo De Lopes, 1995). El autor incluye, en estrecha relación con la mediación situacional, las condiciones espaciales del acto de exposición como una mediación de gran importancia, pues afirma que la soledad o compañía en el momento de enfrentarse al mensaje; así como los límites físicos del espacio implican una apropiación diferenciada en cada caso.

La integración teórico-empírica que subyace en la propuesta de Orozco y el enfoque dialéctico sobre la recepción y sus determinantes socioculturales, se mencionan como sus valores más significativos; y entre algunas de sus limitantes más notables se encuentran la no jerarquización de las mediaciones, la subordinación de los factores socioeconómicos y el énfasis en los procesos microsociales (Alonso, 1999).

Si bien las bases conceptuales y teóricas de la propuesta de Orozco parten de las reflexiones de Martín-Barbero, investigadoras como Jacks y Escosteguy (2005) consideran que la asunción de las mediaciones en el Modelo de la Mediación Múltiple parte de supuestos diferenciados. Se trata de una mirada desde la noción de las mediaciones como influencias, condicionantes, factores intervinientes en el proceso de recepción, una arista que se distancia de la concepción de Martín-Barbero, cuyo principal valor heurístico "es su utilidad para teorizar sobre la creciente complejización de las sociedades contemporáneas al dar cuenta de articulaciones complejas entre procesos, estructuras y agentes sociales" (Gámez, 2007, p.209).

Esta diferenciación permite comprender enunciados desde los cuales la construcción categorial en torno a la mediación no es considerada como un concepto operatorio, y su condición es equiparable a la de los conceptos de sociedad y cultura. No obstante, son

legitimados los estudios empíricos de los procesos mediadores que se apoyan en formulaciones categoriales sistemáticas relacionadas con dimensiones específicas de esos procesos (Alonso, 2010).

La perspectiva de las mediaciones contribuye a entender que "los usos no son el resultado de una relación inmediata y lineal entre los sujetos y el producto que consumen", sino que son modelados (habilitados, constreñidos) de diversas maneras por la presencia de "factores y/o procesos -provenientes tanto de los individuos como del entorno, en relaciones de interdependencia" (González & Aguilera, 2007, p.36). Esos factores o condicionantes se instituyen en dimensiones básicas para la comprensión cabal de los objetos de estudio y, por ende, para los diseños conceptuales y metodológicos de las investigaciones acerca de los usos sociales.

Teniendo en cuenta los presupuestos conceptuales y teórico-metodológicos que asisten a la noción de usos sociales y orientan sus ejes principales de investigación, el presente texto propone, a partir de las contribuciones de varios autores como Martín-Barbero (1983, 1998), De Certeau (1995), Crovi (2012), Fuentes (2000), Alonso (2010), González y Aguilera (2007) y Aldazabal (2011), entre otros, definir los usos sociales como un sistema de prácticas que integra la capacidad de apropiación, el aprovechamiento y transformación de artefactos y procesos culturales en un lugar y un momento determinados histórica y socialmente. Este sistema de prácticas está mediado por esquemas de significación socioculturalmente articulados.

Reconfiguraciones de lo comunicativo en los ambientes digitales. Emergencia de los *usuarios* y trayectorias reticulares de los usos.

Nuestro tiempo puede ser clasificado como una época excepcional de cambios en la comunicación, ocasionados por el creciente desarrollo y convergencia de las tecnologías en los campos de las telecomunicaciones, la informática y la electrónica (Moragas, 1997).

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación constituyen un "conjunto de tecnologías relacionadas con la capacidad de generar, procesar, transmitir y acceder a información en forma digital o analógica" (León, 2002, p.73), que se involucran de forma creciente tanto en los escenarios económicos, políticos y sociales a nivel global, como en los espacios y actividades de la vida cotidiana.

Tradicionalmente las plataformas conceptuales acerca de las tecnologías han estado ancladas a visiones instrumentales que defienden la noción de lo tecnológico como algo material, externo y neutral, ajeno a procesos de (re)construcción sociocultural (Rodríguez, 2012)[6]. Estas miradas han recibido fuertes cuestionamientos que validan a las tecnologías no solo en un sentido artefactual, como instrumento o herramienta, sino también, y sobre todo, en un sentido social, es decir, como construcción que no puede desligarse de los contextos, prácticas y actores de su producción y empleo (Osorio, 2002).

Las concepciones a propósito de las TIC también son portadoras de los "enfoques convencionales que han identificado a la tecnología con herramienta", (Rodríguez, 2012, p.13). Frente a esos posicionamientos se esgrimen argumentos que reivindican apropiaciones más complejas de las info-tecnologías y sus vínculos con el escenario social (Fumero, 2010).

Martín-Barbero (2002), remite a la noción de cambio de *sensorium* propuesta por Walter Benjamin, para inscribir los cambios sociales que se suceden a partir del desarrollo y uso de las TIC en los contornos de una transformación de la experiencia cultural, desde los que opera una mutación de la sensibilidad colectiva, de los modos de percibir, sentir, ver y oír.

Siguiendo a Rodríguez (2012), es necesario un desplazamiento del valor a la reconquista de los sentidos de lo tecnológico y en ese movimiento la tecnología se instituye en un núcleo de convergencia de lo relativo a su condición como herramienta, pero también a las atribuciones de significados que los sujetos hacen como parte de los procesos de uso y

apropiación. Así, como refiere la autora, es preciso emprender el estudio de las TIC y las reconfiguraciones que con ellas y a través de ellas se producen, desde el reconocimiento de su doble naturaleza instrumental y simbólica. Solo desde este posicionamiento es posible la comprensión de los profundos cambios de los procesos comunicativos que identifican a las sociedades del siglo XXI.

Según Manuel Castells (1999), un nuevo sistema de información y comunicación de alcance universal, integrador de medios y lenguajes, e interactivo, se genera por medio de la expansión de las red de redes y las info-tecnologías de manera general. Este sistema se diferencia de los medios de comunicación tradicionales en función de dos rasgos principales: la estructura reticular y la digitalización.

El concepto de red ha estado vinculado históricamente al de comunicación (Rodríguez, 2012). Las redes se configuran como formas o estructuras de la actividad humana; tal y como refiere Castells (1999), los esquemas reticulares asoman como estructuras comunicativas en la vida social que procesan flujos informativos entre nodos interconectados. El investigador emplea la metáfora de la Sociedad Red al apreciar que su estructura social se compone de redes activadas por mediación de las tecnologías digitales.

Si se asume esta dimensión comunicativa y social del concepto de red, además de la conceptualización de las tecnologías en su sentido instrumental y simbólico, se hace imprescindible un concepto de Internet y los ambientes digitales que trascienda los aspectos asociados a su naturaleza técnica. De ahí que la red de redes no solo implica la interconexión de redes informáticas a escala global, sino que constituye un entorno multidimensional donde se encuentran actores sociales muy diversos (Rodríguez, 2012).

La digitalización, por su parte, indica un proceso de codificación de señales en lógica binaria que a través de dispositivos electrónicos posibilita la realización de numerosas operaciones sobre la información (amplificación, modulación, archivo, identificación,

reconversión, reproducción), a mayor velocidad y tamaño que lo permitido por la tecnología analógica. El proceso de digitalización reduce las imágenes, sonidos y palabras a una masa de bits que pueden ser manipulados por los sujetos mediante instrumentos sencillos y fáciles de usar (Scolari, 2008).

Las TIC, Internet, la Word Wide Web en su "versión" 1.0 y en especial a partir del fenómeno 2.0, [7] propician una notable transformación de los espacios y procesos comunicativos, cuyos rasgos o cualidades más importantes pueden resumirse, de acuerdo con el investigador Carlos Scolari (2008), a partir de "la transformación tecnológica (digitalización), la configuración muchos a muchos (reticularidad), las estructuras textuales no secuenciales (hipertextualidad), la convergencia de medios y lenguajes (multimedialidad), y la participación activa de los usuarios (interactividad)" (p.78).

Teniendo en cuenta estas características esenciales de la comunicación en red, no es posible concebir las redes digito-reticulares en términos excluyentes de artefacto, fuente informativa, repositorio, soporte o canal. Las visiones sobre Internet y las TIC como medios de comunicación refrendan la linealidad del desarrollo tecnológico y no atienden a los entornos digitales más que desde una lectura de continuidad. En esa perspectiva, la concepción de Internet queda supeditada a su condición de "nuevo" medio en un sentido predominantemente instrumental (Marrero, 2013).

No se trata de negar la condición mediática de Internet y las TIC, sino de proponer una concepción integradora de estos dispositivos. En la consideración de investigadores como Castells (1999) y Scolari (2008), es necesario pensar Internet y el universo global de las TIC como un entorno o ambiente donde acontecen intercambios, producciones y consumos, conversaciones, recorridos, prácticas y convocatorias de toda índole, que incluyen desde las dinámicas sociales de un pequeño grupo, hasta la conformación de comunidades locales-globales según intereses comunes y acciones colaborativas, que pueden gestionarse al

margen de las producciones mediáticas tradicionales, es decir, sin su tradicional y hegemónica intermediación.

Para Guillermo Orozco (2010b) la condición comunicacional de nuestro tiempo consiste en ese posible desplazamiento en el que las sociedades como audiencias pierden paulatinamente su estatus anónimo y pasivo en los procesos de recepción, y pasan a un estar y ser activos, al involucrarse en prácticas de producción y emisión comunicacionales.

> Es esta "condición comunicacional" la que permite a los participantes en los procesos comunicativos mediados por pantallas, deconstruir de manera real o material, y no solo reinterpretar, o deconstruir simbólicamente, como de hecho siempre ha sido posible, los objetos y referentes de su intercambio comunicativo. Y es también esta condición comunicacional la que modifica las posibilidades de transformación, de creación y de participación real posible (y deseable) de los sujetos audiencia desde y a partir de sus interacciones con las pantallas (Orozco, 2010b).

A raíz de esta condición o mediación comunicacional (Orozco, 2011b), desde el área de los estudios de la comunicación y de la Investigación de la Recepción, en especial, se generan posturas que cuestionan la validez de conceptos tradicionales como receptor o audiencia para nombrar a estos actores híbridos que emergen en la red de redes.

Sonia Livingstone (2003) estima que la idea de audiencia reducida a los ejercicios de ver y escuchar, es insuficiente para abordar las relaciones entre los públicos y las redes digitales, pues en ellas de desarrollan otras prácticas como el juego, la navegación, las búsquedas, las charlas, las descargas, entre otras actividades.

Investigadores como Martín-Barbero (2011) subrayan que la palabra/idea audiencias implica un lastre, porque desde sus matrices conceptuales y teórico-metodológicas está unida a la noción de lector de periódico, escucha de radio o espectador de televisión eminentemente pasivo; y esa aproximación se aleja mucho de los intercambios y prácticas sociales que se manifiestan en las redes.

A diferencia de estos autores, Orozco (2011) plantea que existen nuevos modos de *estar* y *ser* audiencia que no eliminan las viejas formas, sino que conviven con ellas. Aunque las TIC favorecen esquemas de comunicación más simétricos, la participación real, advierte el autor, no es una cualidad natural de los ambientes digitales, de ahí que las interacciones en las pantallas no conllevan siempre a la conversión del consumidor en productor.

La investigadora Anidelys Rodríguez (2012) invita a pensar las reconfiguraciones de lo comunicativo y sus actores emergentes desde "lo posible de la tecnología y lo probable de las influencias y usos sociales y culturales". Solo desde las condiciones de posibilidad, es posible asumir que la ruptura entre producción y recepción es un esquema superado. Según valora Rodríguez, en las redes digitales se halla una "propuesta transversal de comunicación que se constituye desde la articulación de flujos de comunicación horizontal y comunicación vertical; la articulación entre producción artesanal y producción profesional y la articulación entre lo global (entendido como lo regional o mundial) y lo local" (p.27).

De este análisis se desprende, como argumento fundamental para entender la especificad de los procesos de comunicación en red, que las instituciones mediáticas habituales pierden, ante la expansión y uso social de las TIC, el patrimonio de la "producción y circulación de formas simbólicas" (Rodríguez, 2012, p.27).

La pérdida potencial de este patrimonio se comprende en toda su profundidad desde la referida peculiaridad de las TIC frente a tipos tecnológicos y mediáticos precedentes. En palabras de Clemencia Rodríguez (2010, c.p. Rodríguez, 2012), a través del empleo de una cámara fotográfica, o de video, una consola de edición –se pueden mencionar también un teléfono móvil, una computadora, una tableta electrónica, entre otros-, los sujetos sociales pueden acercarse al universo de la producción simbólica con un alcance antes impensado. Las TIC constituyen, entonces, tecnologías diseñadas para convertir a los sujetos "en

artesanos de productos simbólicos" (p.11), esto es, que permiten afianzar versiones de la realidad, posibilitan articular y hacer públicas versiones (visiones) *otras* de la realidad.

El potencial interactivo y participativo de los entornos reticulares y digitales, sirve de sustento principal para cuestionar las bases históricas y predominantes a propósito de la figura del receptor desde los enunciados de la Comunicación de Masas. Scolari (2008) recurre a la noción de usuario para cubrir la diferenciación cualitativa entre los procesos comunicativos de los mundos analógico y digital: "lo que diferencia al viejo receptor del usuario es la dimensión interactiva del consumo digital" (p.246).

Orozco (2012) se apoya en los aportes de Scolari, y califica la interactividad como la dimensión que establece las bases para la posible transformación del estar como audiencia, y en esa modificación se concreta en el universo de las redes digitales el actor EMIREC; "la audiencia en la interactividad –reafirma- se reconvierte en usuario" (p.71).

> Ser usuario o emirec (…) conlleva una diferencia cualitativa en relación con el solo ser audiencia. Ser usuario-emirec implica la agencia de la audiencia. Y agencia (…) supone reflexión, no solo acción o reacción. Es justo esta dimensión de elaboración cognitiva consciente y de decisión, la que la distingue de la mera reacción a un estímulo o de cualquier modificación solo conductual o solo sensorial (Orozco, 2012, p.71).

Como se puede apreciar, en la concepción de usuario se retoman presupuestos que de alguna manera están planteados desde los Estudios de la Recepción, y de forma notable, en la corriente latinoamericana de los Usos Sociales. Si bien el término usuario se asocia más directamente al empleo de tecnologías informacionales, no es posible ignorar que en su conceptualización presenta rasgos comunes con los enfoques socioculturales sobre la comunicación y el carácter activo del actor de la recepción y –también ahora- del uso de los nuevos dispositivos y pantallas.

No obstante, como elemento diferenciador sustantivo, resulta válido advertir que en los ambientes de redes la dimensión productiva de los usos y el consumo cultural se hace más visible, a causa de la capacidad de la Web de registrar de forma simultánea las "acciones"

de los internautas. Al decir de Scolari (2008), "al participar en el control de los contenidos, el usuario de los medios interactivos termina por convertirse en parte de ese contenido. Parafraseando a McLuhan, podría decirse que en las nuevas formas de comunicación digital el usuario es el mensaje" (p.98).

> El consumidor no sólo deja de ser un consumidor individual, sino que también abandona el rol de simple consumidor para convertirse en prosumidor [productor-consumidor]. Incluso las formas o acciones más básicas de la navegación -buscar un término en un motor de búsqueda o vagar por las páginas de un sitio- implican la producción de información por parte del usuario que el sistema recupera, procesa y utiliza (Scolari, 2008, p.148).

Es preciso reconocer que existen múltiples aproximaciones a la problemáticas de los actores de la comunicación mediada por las TIC y la potencial confluencia de los roles de productor-consumidor. Los debates en torno a las categorías así como las propuestas de términos para nombrar las "nuevas" realidades están en pleno proceso de desarrollo. De acuerdo con Cogo y Dutra (2011) las denominaciones pueden cambiar según circunstancias particulares de las investigaciones, lo que permite a la vez escapar de preciosismos conceptuales que enclaustran los debates. Las exploraciones conceptuales deben reflejar el alcance de los cambios en los ambientes digitales de cara al análisis del polo no emisor. Las limitaciones del estudio de la comunicación en función de la separación de las fases de emisión o recepción, se acrecientan aún más si se reubican acríticamente en el ciberespacio.

Usos sociales de Internet y las TIC.

La historia completa de las denominadas Ciencias de la Comunicación, es coincidente con la etapa de máxima aceleración de las transformaciones asociadas al desarrollo e implicación social de las tecnologías de la información y la comunicación. No obstante, "la irrupción de Internet en este campo de estudios parece haber sido extremadamente sorpresiva, al grado de que los modelos y métodos adecuados para estudiarla están por proponerse y lejos de consolidarse" (Fuentes, 2000).

Del mismo modo en que las aproximaciones a los usos sociales de medios masivos, espacios públicos y procesos culturales se caracterizan por una amplia gama de matices conceptuales y bases teóricas y metodológicas; la noción de uso vinculada a las TIC en general, pero sobre todo a Internet, comprende diferentes significados y está sujeta a numerosas plataformas de pensamiento e investigación tanto habituales como edificadas a raíz del desarrollo de la red de redes.

Es posible apreciar que las distinciones entre las perspectivas de uso asociadas a la gratificación de necesidades y la mirada social a los procesos de apropiación y uso se reeditan en los acercamientos a las tecnologías y redes digitales.

La presencia de la Hipótesis de Usos y Gratificaciones en las formulaciones conceptuales sobre los usos de las TIC es apreciable. Bajo esta mirada se suele identificar el uso con aquello que hace el usuario frente a la pantalla (Sandoval, 2000, c.p. Barrios, 2009), una lectura que está muy ligada a la comprensión de Internet en términos de fuente de información, entretenimiento, o medio de consumo, sin que se valoren los espacios digitales en un sentido más social e integrador. Así, el uso se reduce a la búsqueda de beneficios por parte de los sujetos.

El investigador mexicano Raúl Fuentes Navarro (2000) defiende la necesidad de refrendar la dimensión social de los usos para acceder a una investigación sobre Internet desde una perspectiva sociocultural. El autor sugiere una serie de goznes o articulaciones metodológicas imprescindibles para lograr la superación de enfoques simplistas a propósito de los escenarios y procesos comunicativos mediados por las TIC. Uno de estos goznes atraviesa, precisamente, la categoría usos, pero no solo como la lectura de un mensaje por un sujeto, sino como la incorporación y modificación de los sistemas comunicativos, constituidos, a su vez, por sistemas de transmisión y procesamiento de información y por sistemas de significación, en un contexto determinado social y culturalmente.

La propuesta de Fuentes (2000) otorga legitimación a los presupuestos de la corriente latinoamericana de los Usos Sociales y supera el entendimiento de las tecnologías desde su mera dimensión instrumental. Asimismo, esta aproximación social a los usos se adentra en una concepción más integral que no reduce el alcance del uso a la interacción con los artefactos, sino que comprende la condición mediadora de las TIC en procesos de apropiación y uso que abarcan también la información, los tipos de intercambios, las prácticas que se dan en la red.

Al tener en cuenta las contribuciones de la perspectiva de los Usos Sociales así como las alteraciones esenciales de lo comunicativo y la emergencia de los usuarios-emirec, se comprueba no sólo el alto nivel de complejización que adquiere la concepción de los vínculos entre sujetos sociales y TIC, sino la imposibilidad de atrapar el uso social a partir únicamente de las tácticas interpretativas y las formas de (re)construcción del significado de los mensajes e, incluso, a partir de modos de incorporación de los medios y formatos a la vida cotidiana. A todo ello es necesario añadir la comprensión del sujeto como emisor consciente y activo, de manera que su propia producción comunicativa –hipertextual, multimedial, interactiva- planificada o resultante de las "huellas" (Barbero, 2009, c.p. Marrero, 2013) que sus senderos reticulares crean, se integran asimismo como parte constitutiva de los usos y apropiaciones, tanto de la tecnología en general, como de las plataformas, los dispositivos de acceso, los servicios, las aplicaciones y la información, en particular.

Las exploraciones conceptuales a propósito de los usos sociales de Internet y las TIC se encuentran ante un desafío notable, porque a las complejidades que provienen de un objeto de estudio eminentemente social, abordado desde múltiples perspectivas teóricas y de investigación en el campo comunicativo, se suman las redimensiones que imponen los ambientes digitales de cara a los modelos tradicionales de la comunicación, de conjunto con

la potencial emergencia del actor *usuario-emirec* que atenta contra las divisiones históricas entre emisión y recepción.

Los objetos de estudio que deben replantearse no son los nuevos productos tecnológicos, sino "los cambios inducidos en las relaciones socioculturales entre sujetos y sistemas, en la organización de la vida cotidiana y de sus representaciones cognitivas, en la distribución de las posiciones de poder y del control de los espacios y los tiempos en que se sitúa toda actividad humana" (Fuentes, 2000).

Internet y las TIC como objetos de uso en la investigación.

Las existentes aproximaciones teórico-conceptuales y metodológicas a los usos sociales de las TIC e Internet, constituyen exploraciones aún preliminares que no pueden sistematizarse en términos de tendencias definidas o zonas de indagación articuladas. Mientras en algunos casos la tradición de los Estudios de Recepción aparece como una plataforma principal, en otros las fuentes teóricas y metodológicas provienen de otras zonas de saberes reconfiguradas a tono con la transformación tecnológica, científica y social de nuestro tiempo.

La investigadora María Margarita Alonso (2006) avanza en la sistematización de algunas de las más relevantes rutas de investigación vinculadas a la temática de los usos de Internet. De manera general la autora perfila tres líneas fundamentales: los Estudios de usuarios con fines comerciales, los Estudios enmarcados en el diseño centrado en el usuario y la interacción persona-ordenador, y los Estudios académicos.

Los Estudios de Usuarios con fines comerciales constituyen una extrapolación de las visiones clásicas de la audiencia o público, aplicados a la caracterización del usuario, entendido como consumidor o miembro de un público objetivo, y basados en diseños

metodológicos predominantemente cuantitativos. Entre las variables empleadas en estos análisis se encuentran el número de usuarios; el tiempo promedio de navegación; los hábitos de navegación vinculados a indicadores sociodemográficos como el sexo, la edad, la profesión; el lugar desde donde se realiza el acceso a Internet; los medios digitales y sitios web más visitados, entre otras (Alonso, 2006).

Desde el área de investigación de la Human-Computer Interaction (HCI), una "corriente de estudio multidisciplinar que investiga la interacción entre las personas y los ordenadores desde diferentes puntos de vista: procesos psicológicos, comunicativos, físicos, ergonómicos, etc.", (De Vilar, 2004 cp. Alonso, 2006) se impulsan los Estudios enmarcados en el diseño centrado en el usuario y la interacción persona-ordenador. Los objetivos claves que orientan esta tipología de indagaciones están relacionados con el perfeccionamiento de los sistemas tecnológicos –disminución de los clics, ampliación de posibilidades de acceso, reducción de tiempos de descarga- en una mirada que se distancia notablemente del reconocimiento de los sujetos como actores sociales (re)constructores de los propios programas y artefactos tecnológicos.

Los Estudios académicos tienen un propósito científico interpretativo y se caracterizan por la variedad de enfoques teóricos y plataformas categoriales provenientes de diversas disciplinas como la Economía Política Crítica, los Estudios Culturales, el Pensamiento Complejo, la Psicología, la Antropología, la Sociología, la Telemática y otras.

Dentro de las corrientes que se inscriben en estos estudios se encuentra la Comunicación Mediada por Computadoras (CMC), que se centra en el análisis de Internet no como una red de redes de computadoras, sino como una red de redes humanas mediadas por computadoras, detrás de las cuales existen sujetos sociales interconectados a partir de las estructuras de redes de comunicación, que posibilitan disímiles modos de agrupamiento y proyección de las identidades. Se estudian las aplicaciones de la web que implican la comunicación con otros usuarios en tiempo real o diferido, atendiendo fundamentalmente al

correo electrónico, el chat y las listas de discusión –especialmente en su período inicial-. La mayoría de las investigaciones sobre la CMC se centra en el examen de estas modalidades de comunicación y su capacidad para generar formas alternas de interacciones socio-comunicativas y en qué sentido lo hacen.

Otra de las líneas de análisis de los *Estudios académicos* se dirige hacia la conceptualización del nuevo Modelo Comunicativo que se instaura en el universo de las redes digitales. Varios autores (Colle, 2003; Peña, 2002, c.p. Alonso, 2006) señalan la estructura reticular como base esencial para una aproximación a los puntos de giro más significativos de la comunicación respecto a medios y contextos tradicionales. En palabras de Raymond Colle (2003), en la nueva concepción del modelo comunicativo no existe un "receptor puro" y la centralidad del usuario supone un importante desplazamiento: del carácter productor de sentidos del receptor (propio del paradigma de la Recepción Activa) a la naturaleza constructiva de los sujetos sociales en red, en tanto constructores potenciales de los múltiples discursos que se erigen a partir de disímiles prácticas comunicativas.

Alonso (2010) incluye, además, como ámbito de investigación de los usos y apropiaciones de Internet, las investigaciones apoyadas en las categorías de representaciones e imaginarios sociales. Estas indagaciones se adentran en el entramado simbólico de imágenes e ideas que las personas construyen en torno a la tecnología y su vínculo con ella, la predisposición afectiva, las percepciones sobre quién las utiliza y con qué fines, así como la visión sobre el impacto de las mismas en la vida cotidiana.

También se encuentra el enfoque relacionado con las nuevas competencias (lingüísticas, normativas, de producción y diseño, tecnológicas, de interacción social, de trabajo cooperativo, de búsqueda y recuperación de información, etc.) que se requieren en Internet. En este sentido se presta especial atención a los procesos y aprendizaje que constituyen condicionantes de los modos de uso y las dinámicas de apropiación de las TIC y sus ambientes.

Los Estudios Críticos de Cibercultura se añaden igualmente como una corriente de investigación que retoma algunos postulados de los Estudios Culturales ingleses. Esta perspectiva se plantea el análisis de la Cibercultura en términos de las mediaciones sociales, económicas y culturales que explican tanto las interacciones de los individuos y grupos con los medios online como el acceso de los diferentes actores, históricamente situados, a dichas interacciones. Para los estudiosos de esta línea, el abordaje teórico-metodológico de los usos socioculturales de Internet no puede realizarse al margen de las lógicas tecno-económicas y sociales que condicionan la apropiación de dicha tecnología, de ahí el hecho de que muchos trabajos se planteen el estudio de la brecha digital[8], que marca un diferenciado acceso a Internet y condiciona por tanto los usos y apropiaciones de este medio.

La investigación de los usos sociales de Internet y las TIC reedita los complejos vínculos entre las nociones de uso y apropiación, que son abordadas de forma segmentada o integrada según diferentes puntos de vista. Siles (2004) plantea como una perspectiva que tributa al análisis de la problemática de los usos de la tecnología la Apropiación social de objetos tecnológicos, que se interesa por las formas por medio de las cuales los usuarios hacen suya la tecnología y la incorporan creativamente a sus dinámicas cotidianas.

Para el canadiense Serge Proulx (2001 c.p. Siles, 2005), en el proceso de apropiación deben darse tres condiciones en particular: el manejo técnico y cognitivo del artefacto concreto por parte del usuario; la integración de la tecnología en la vida cotidiana del usuario y la creación de nuevas prácticas a partir del objeto técnico, es decir, las acciones distintas a las prácticas habituales que surgen por el uso del objeto.

Se evidencian así las contribuciones de Michel De Certeau a propósito de la concepción de las operaciones de los usuarios en tanto prácticas de creatividad cultural, pues los sujetos usan los productos de formas alternativas a las esperadas por sus productores. Sobre esta base, los enfoques en torno a la apropiación consolidan la comprensión de los usos de las

tecnologías y los ambientes digitales como actos de creación, invención y producción (Siles, 2005).

Como puede apreciarse, la investigación sobre los usos sociales de Internet y las TIC presenta una gran variedad de enfoques y trayectorias de estudios en las que es posible determinar bases conceptuales y teóricas que se mueven desde enfoques más simples y centrados en la tecnología con un sentido instrumental, hasta perspectivas más integradas que intentan acercarse a la relación entre la tecnología y los sujetos con una mirada sociocultural.

Para autores como Proulx y Breton (2002, c.p. Siles, 2005), la tarea prioritaria que moviliza actualmente a los investigadores interesados en el estudio de los usos sociales de las TIC consiste en elaborar un marco teórico integrador, resultante de la complementación entre los problemas abordados empíricamente y la hibridación entre diversas aproximaciones teóricas.

Precisamente, el fin que ha guiado a las autoras del presente texto ha sido el de realizar un ejercicio integrador, que atienda a los enunciados conceptuales y teóricos fundamentales que sustentan la aproximación a los estudios de los usos sociales frente a la potencial mutación de los modelos clásicos de la comunicación masiva. A partir de ello se distingue *usos* como una categoría válida para afrontar las redimensiones de los procesos de comunicación mediados por las TIC, pese a su pluralidad conceptual y su relación histórica con los medios tradicionales de comunicación.

Desde una legítima orientación sociocultural que pretende integrar las especificidades de lo tecnológico desde su doble condicionamiento instrumental-simbólico y la particularidad del usuario-emirec como "nuevo" agente de uso, es posible plantearse la investigación de los usos sociales de las Tic e Internet; en un posicionamiento que alberga la noción de uso social en un sentido que trasciende su tradicional ubicación en el polo receptor, y lo valora

como coordenada esencial para el abordaje de procesos interactivos mediados tecnológicamente.

El uso social, sobre esta base, remite a modalidades de empleo, aprovechamiento, incorporación en lo cotidiano, interpretación, reconstrucción de significados, y también, a prácticas de producción comunicativa que se manifiestan y registran en las arquitecturas de redes. Propuesta que configura necesariamente una construcción aproximativa e inacabada, debido a la ininterrumpida trasformación de los procesos comunicativos, y a las múltiples trayectorias teóricas que se presentan como plataformas válidas desde las cuáles abordar el tema.

Referencias

Aguilera Simón, A., y González Escalona, N. (2007). Flow activismo. Usos sociales de los conciertos de Hip-Hop en Ciudad de La Habana. *Tesis de Licenciatura en Comunicación Social. Facultad de Comunicación de la Univerisdad de la Habana*.

Alonso Alonso, M. (1999). Recepción de telenovelas: Un enfoque teórico-metodológico para su estudio. Tesis de Doctorado no publicada, Universidad de La Habana, Cuba.

Aldazabal Manzano, R. (2011). Descargas sincopadas… Usos sociales del jazz en La Habana, por parte de los públicos concurrentes a los conciertos de los jóvenes jazzistas.

Alonso, M. y García, V. (2006). Internet: modelar el presente, para disfrutar el futuro. *Glossa*, *2*(1). Recuperado el 9 de mayo de 2013 desde http://librarylogin.suagm.edu:84/login?url=http://bibliotecavirtualut.suagm.edu/Glossa/Journal/vol1num2/Internet_Modelar_el_Presente.pdf.

Bacallao Pino, L. M. (2010). Representaciones mediáticas de las redes sociales: un estudio de casos. Revista Latina de Comunicación Social, n.65. pp. 114-125. La Laguna: Universidad de La Laguna. Retrieved from http://www.revistalatinacs.org/10/art/887_UZaragoza/09_Lazaro_Bacallao.html

Barrios Rubio, A. (2009). Los jóvenes y la red: usos y consumos de los nuevos medios en la sociedad de la información y la comunicación. *Signo y Pensamiento*, *XXVIII*(No. 54), 265-275.

Cantú, A. (1997). Consumo, recepción y usos. Un juego de implicaciones.

Castells, M. (1999). La cultura de la virtualidad real: la integración de la comunicación electrónica, el fin de la audiencia de masas y el desarrollo de las redes interactivas. En *La era de la información* (Vol. I, pp. 359- 408). México: Siglo Veintiuno Editores.

Certeau, M. D. (1995). La invención de lo cotidiano. I. Artes de hacer. México: Universidad Iberoamericana.

Colle, R. (2003). La "mediación" de los sistemas de expresión y la intervención del ordenador. *Revista Latina de Comunicación Social*. Retrieved from http://www.ull.es/publicaciones/latina/20035515colle.htm.

Crovi, D. (2012). Apropiación: una aproximación conceptual. En M. Portillo y P. Cornejo (Eds.). Comunicación posmasiva? Revisando los entramados comunicacionales y los paradigmas teóricos para comprenderlos. México: Universidad Iberoamericana.

De Moragas Spá, M. (1997). Las ciencias de la comunicación en la «Sociedad de la Información». Retrieved from Direccion de moragas sobre sociedad información http://www.felafacs.org/files/2Moragas.pdf .

Fuentes, R. (2009). Campo académico, formación profesional y proyecto social… ¿Desde dónde replantearse la utopía de la comunicación? *Alcance*, *Revista Cubana de Información y Comunicación*, *1*(1). Recuperado el 25 de junio de 2010, de http://www.uh.cu/sitios/alcance/invitado/209.

Fumero, A. (2010). Tecnologías sociales en una sociedad tecnológica. *Razón y Palabra*, (73). Recuperado el 24 de febrero de 2012 desde http://razonypalabra.org.mx/N/N73/MonotematicoN73/09- M73Fumero.pdf.

Gámez, N. (2007). El paradigma de la mediación: crítica y perspectivas. Mediaciones Sociales, (1), 195-213. Retrieved from http://www.ucm.es/info/mediars.

Jacks, N. y Escosteguy, A. C. (2005a). Comunicação e Recepção. En N. Jacks y A. C. Escosteguy (Eds.), *Comunicação e Recepção*. São Paulo: Hacker Editores

Krippendorff, K. (1993). The past of communication´s hoped-for future. Journal of Communication, 43(3), 42-52.

León, G. (2002). El papel de la tecnología como catalizador del desarrollo de la Sociedad del Conocimiento. En J. Sinova (Coord.), *La tecnología de la información y sus desafíos* (pp. 67-97). Madrid: Sociedad Estatal España Nuevo Milenio.

Marrero, L. (2013). Cuando los mapas se convierten en redes. (Tesis de Maestría). Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana. La Habana. Cuba.

Martín-Barbero, J. (1998). *De los medios a las mediaciones*. *Comunicación, cultura y hegemonía*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau.

Martín-Barbero, J. (1983). Memoria narrativa e industria cultural. Comunicación y Cultura (10), pp.54-73.

Martín-Barbero, J. (2012). Jesús Martín Barbero: "Yo no fui a buscar los efectos, sino los reconocimientos." En J. Bonilla, M. Cataño, O. Rincón y J. Zuluaga (Eds.), De las audiencias contemplativas a los productores conectados. Mapa de los estudios y de las tendencias de ciudadanos mediáticos en Colombia (pp. 19-38). Colombia: Sello Editorial Javeriano

Mattelart, A. y Mattelart, M. (1998). Historia de las Teorías de la Comunicación. La Habana: Pablo de la Torriente Brau.

Mcquail, D. (1987). De la masa a las perspectivas de la comunicación masiva.

Medina Hernández, I. (1995). Desde el otro lado: una aproximación teórica a los estudios latinoamericanos sobre la recepción de la Comunicación de Masas. Tesis de Licenciatura, Universidad de La Habana. Facultad de Comunicación.

Orozco, G. (1993). Hacia una dialéctica de la Recepción televisiva: la estructuración de estrategias por los televidentes. Comunicao & Politica na America Latina, (25), 57-73.

Orozco, G. (2002). Travesía y desafíos de la investigación de la recepción en América Latina. Comunicación y Sociedad, (38), 11-36 Recuperado el 2 de marzo de 2011 desde http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=download&ID=2640&N=1.

Orozco, G. (2003). Los estudios de recepción: de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a muchos modos. Intexto, 2(9), 1-13. Retrieved from http://www.seer.ufrgs.br/intexto/article/download/3629/4400

Orozco, G. (2010). La investigación de las audiencias viejas y nuevas. ALAIC, Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, 7(13), 12-29. Retrieved el 5 de octubre de 2012 desde http://alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/316/200.

Orozco, G. (2011a). Hacia una investigación integral de audiencias y sus procesos variados frente a viejas y nuevas pantallas. *Educación Mediática*. Recuperado el 20 de mayo de 2013 desde http://www.educacionmediatica.es/comunicaciones/Eje 4/Guillermo Orozco G%C3%B3mez.pdf.

Osorio, C. (2002). Enfoques sobre la tecnología. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación*, (2). Recuperado el 29 de agosto de 2012 desde http://www.oei.es/revistactsi/numero2/osorio.htm.

Rodríguez Brito, A. (2012). Artesanías de Sentidos. Acercamiento a las concepciones sobre las prácticas emergentes de ciudadanía en plataformas de Comunicación en red. Tesis de Maestría no publicada, Universidad de La Habana, Cuba.

Saladrigas, H. y Olivera, D. (2009). El Campo de la Comunicación en Cuba. Un recorrido preliminar. Alcance, Revista Cubana de Información y Comunicación, 1(1). Recuperado el 25 de junio de 2010, de http://www.uh.cu/sitios/alcance/dossier/190.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva* (Primera ed.). Editorial Gedisa

Sewell, W. H. (1992). A Theory of Structure. Duality, Agency and Transformation. American Journal of Sociology, 98(8), 1-29.

Siles González, I. (2005). Sobre el uso de las tecnologías en la sociedad. Tres perspectivas teóricas para el estudio de las tecnologías de la comunicacación. *Revista Reflexiones*.

Vassallo De Lopes, M. I. (1995). Recepción de medios, clases, poder y estructura. Cuestiones teóricometodológicas de investigación cualitativa de la audiencia de los medios. *Comunicación y Sociedad*, (24), 85-96. Recuperado el 5 de abril de 2012 desde www.publicaciones.cucsh.udg.mx/.../85-96.pdf.

Vidal, J. R. (2002). Medios y públicos: un laberinto de relaciones y mediaciones. La Habana: Pablo de la Torriente Brau.

[1] Licenciada en Periodismo por la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana (2013), en la línea investigativa Comunicación Hipermedia, Tecnología y Sociedad. Correo electrónico: ari901031@gmail.com

[2] Obtuvo el grado de Máster en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de La Habana en 2013 y el título de Licenciada en Periodismo en 2008. Correo electrónico: liliammarrero@gmail.com

[3] El funcionalismo constituye una doctrina o corriente que analiza la sociedad como un todo integrado por partes constituyentes diferenciadas e interdependientes, cuyas funciones específicas garantizan la estabilidad social. La teoría sociológica del Estructural-Funcionalismo de Talcott Parsons (1967) aprecia en la sociedad un sistema con tendencia al equilibrio pendiente de subsistemas funcionales, entre ellos, los medios de comunicación (Vidal, 2002; Wolf, 1987).

[4] "La categoría apropiación parte de las aportaciones de Alexei Leontiev y Lev Vygotsky, quienes trabajaron los procesos educativos desde la perspectiva de la psicología, profundizando en conceptos referidos a la memoria, la atención y el desarrollo del ser humano" (Crovi, 2012, p.155).

[5] Para un acercamiento detenido a los aportes de estos autores, véase la contribución de Diz & Saladrigas (2011).

[6] Para una aproximación a los enunciados fundamentales del pensamiento social en torno a la tecnología, véase la investigación de Rodríguez (2012).

[7] Según L. García & D. Díaz (2009) la Web 2.0 remite a "nuevas concepciones centradas en el usuario como eje del proceso comunicativo que determinan la evolución de las aplicaciones web tradicionales. Esta actitud estimula la creación y publicación de contenidos, la generación de valor por los usuarios, el intercambio de información entre ellos, y la participación a través de plataformas más dinámicas, interactivas y de fácil navegación" (p.86). Las concepciones *2.0* apuntan hacia actitudes, puesto que la web se entiende como espacio de socialización donde confluyen múltiples capitales culturales, y los usuarios se empoderan potencialmente como productores y editores de contenido. Las aplicaciones *2.0* se basan en tecnologías informáticas que asisten a la generación de aplicaciones participativas.

[8] "El concepto brecha digital refiere un proceso multidimensional con al menos tres aristas –económica, política y cultural-. Su efecto acumulativo en la ciudadanía actúa como limitante para el ejercicio de ciertos derechos y capacidades de modificar su posición en la sociedad" (Rodríguez, 2012, p.69).