

Entrevista

Rosalía Winocur

 Por Ângela Felippi¹

Autora do livro *Robinson Cruose ya tiene celular* (Siglo Veintiuno, 2009), Rosalía Winocur é professora pesquisadora do departamento de Educação e Comunicação da Universidade Autónoma Metropolitana, em Xochimilco, México. Doutora em Antropologia, a argentina residente no México tem estudado a apropriação das tecnologias de comunicação e informação - em especial do celular e das redes sociais - pelos jovens e as alterações que as pessoas fazem dos usos previstos para as TICs, sob a perspectiva dos estudos da cultura.

 **Em suas publicações, a senhora tem afirmado a necessidade da pesquisa em Comunicação deslocar a atenção dos meios e das tecnologias de comunicação e de informação para os espaços de consumo quando se trata de pensar seus usos. Ou dito melhor, observar os espaços de vida dos sujeitos e sua importância na definição dos usos das TICs. Essa proposição, de certa maneira, já vem sendo feita há quase três décadas. É preciso ainda fazê-la? A pesquisa em Comunicação mira preferencialmente para os meios?**

Desde hace más de tres décadas los estudios de comunicación realizaron un viraje impulsados por la escuela culturalista inglesa que, por una parte, permitió comprender mejor cómo actuaba la cultura y la ideología en diversas mediaciones de sentido que operaban entre la producción de los mensajes y su recepción, y, por otra, reconocer el valor heurístico de la vida cotidiana y del espacio doméstico como espacios claves para entender la dinámica de apropiación simbólica en el consumo mediático. En esa perspectiva, cada vez se advierte con mayor claridad, la naturaleza socio antropológica de los objetos de investigación en comunicación, en la medida que fueron reintegrados para su observación, análisis e interpretación a la vida cotidiana. Esta incorporación ha sido fundamental para producir una ruptura epistemológica que alude al reconocimiento de que los públicos desempeñan una función esencial en la producción del significado y que las variaciones de significado atribuidas a los medios, no sólo dependen de los productores y las subjetividades de los consumidores sino también de los contextos de utilización. En el caso de la TIC el primer supuesto acerca de la pasividad se descartó desde el comienzo, ya que parecía obvia su manipulación por parte de los usuarios. No obstante, hasta finales de los años noventa los estudios se centraron más en estudiar las interacciones en el

¹ A entrevista foi realizada por e-mail. As questões foram formuladas em português e respondidas pela entrevistada em espanhol. Na edição, optou-se por manter perguntas e respostas na língua original em que foram formuladas.

ciberespacio como experiencias paralelas al mundo real, que en su condición de *artefacto cultural* (HINE, 2004, p. 43). Lo cual tenía como consecuencia directa que la comprensión de lo que allí ocurría empezaba y terminaba en la red, reduciendo la importancia de reconstruir el tipo de apropiación práctica y simbólica que realizan los usuarios en relación con el conjunto de sus actividades cotidianas y en el marco de sus realidades socio-culturales. En la última década esta tendencia se ha revertido y actualmente proliferan los estudios que dan más su peso a los contextos de utilización de la TIC y a la interdependencia entre los mundos *off line* y *on line*. Sin embargo, en la mayoría de dichas investigaciones existe un sesgo dominante, que es el de atribuir a la tecnologías una capacidad de transformación de la vida cotidiana por sí misma, como antes se le adjudicaba esa capacidad a los mensajes mediáticos de moldear las consciencias de las audiencias. En ese sentido, conciben que la apropiación de las TIC se limita al aprendizaje y dominio de las competencias digitales, lo cual supone un proceso que está determinado por las posibilidades que brinda la tecnología y no por las posibilidades de los sujetos. Superar las dicotomías entre el mundo *off line* y el mundo *on line*, por una parte, y por otra entre cultura y artefacto cultural, implica asumir que el agente de cambio no es la tecnología en sí misma, sino los usos y la construcción de sentido alrededor de ella. Asimismo, entender la “apropiación” de una nueva tecnología, como el conjunto de procesos socio-culturales que intervienen en el uso, la socialización y la significación de las nuevas tecnologías en diversos grupos socio-culturales, implica reconocer que ésta se realiza desde un *habitus* determinado e involucra un capital simbólico asociado al mismo. Y en esta configuración es central la experiencia anterior de relación con otras tecnologías, y también lo que se considera socialmente relevante en términos de acceso al conocimiento, sociabilidad, prestigio, reconocimiento y entretenimiento en cada grupo social.

Seja por meio de políticas públicas, seja pelo mercado, o acesso às TICs têm proporcionado aos jovens das classes populares inclusão social, acesso ao conhecimento, ampliação da participação cívica e dos laços sociais?

Ya es sabido que la socialización de las nuevas tecnologías de información y comunicación en el caso de los jóvenes de sectores populares no depende fundamentalmente de la posesión de una computadora o de una conexión a Internet en el hogar sino del acceso a las mismas en otros ámbitos como los cibercafés, las escuelas y las universidades. Pero tener acceso a un celular o a Internet no garantiza necesariamente la igualdad de oportunidades para informarse, pertenecer, debatir, o simplemente jugar. El capital cultural y simbólico y los procesos de socialización tecnológica de jóvenes de diversa pertenencia socio-cultural, crean distintos contextos de apropiación de la cultura Internet: “Algunos jóvenes, provisionados en un recorrido previo por el ‘circuito mediático’ en el que se mueven con fluidez, llegan hábiles y preparados para transitar en la red y, en una fusión total con la máquina, se vuelven los más diestros navegantes; otros jóvenes, y la mayoría de sus ma-

estros, por su parte, extraviados entre la dificultad técnica, el poco entrenamiento en ámbitos tecnológicos y un bajo equipamiento en su capital cultural, naufragan con prontitud, facilidad y angustia” (CABRERA PAZ, 2001, p. 40). No obstante, la universidad pública, independientemente del origen socio cultural de los jóvenes, constituye un ámbito privilegiado de socialización informática vinculado no sólo a las exigencias curriculares sino también a la cultura universitaria. La universidad constituye un universo simbólico que establece códigos de pertenencia sobre la base de privilegiar ciertos símbolos y circuitos de consumo cultural, de alimentar aspiraciones de superación personal, y de crear expectativas de desarrollo profesional exitoso. Varios estudios demuestran que entre los jóvenes de familias pobres y de baja escolaridad que acceden a la universidad, y los pertenecientes a las capas medias, no se encuentran diferencias significativas en los usos, competencias y preferencias en la red. Las diferencias se presentaron en la disponibilidad de recursos tecnológicos en los hogares y en la posibilidad de actualizarlos regularmente. Los de sectores populares tienen computadoras más antiguas, con menor capacidad y velocidad, y la muchos aún no dispone de conexión a Internet en su hogar. Los de clase media poseen computadoras más modernas y mejor equipadas, y todos tienen acceso a Internet.

Como podemos analisar as manifestações que têm ocorrido em vários pontos do mundo, inclusive o Brasil, nos últimos anos, com grande participação de jovens, cujo meio mobilizador é a internet e nela as redes sociais?

Es comprensible el entusiasmo que genera en muchos politólogos y activistas la gran capacidad de organización y convocatoria de las redes sociales em los movimientos de jóvenes, no obstante me parece importante advertir que no es la plataforma tecnológica em si misma la que provoca su participación masiva, sino el malestar social producto de ciertas condiciones sociales y culturales que afectan particularmente a los jóvenes. La esfera de lo público en las nuevas condiciones de convergencia mediática, no define un espacio intrínsecamente democrático, sino un lugar de intercambio de experiencias de variada índole, significativas en términos de la comunicación y socialización de los asuntos que competen a cada grupo. En esa perspectiva, el interés de muchos jóvenes por los asuntos colectivos, coexiste con las reivindicaciones contrapuestas de diversos grupos culturales, y la emergencia del yo, como sujeto productor de opinión a partir de su necesidad de trascendencia social e individual en las redes sociales. Veamos por ejemplo el caso del movimiento juvenil #Yo soy 132 en México. El #Yo soy 132 nació en una universidad privada, a donde concurren los hijos de las clases más acomodadas de México. Luego se extendió a otras universidades privadas a través de las redes sociales, y las públicas -tradicionalmente las más contestatarias y radicalizadas-, se sumaron al último porque se dieron cuenta que si no se subían al tren de la protesta en las redes sociales y en la calle, se quedarían saludando en la estación. El movimiento se distinguió desde el comienzo por unas características inéditas en el escenario político mexicano. A raíz de que

un grupo de estudiantes de la Universidad privada Iberoamericana sabotaron el intento de los organizadores de un acto, del entonces candidato a presidente, Enrique Peña Nieto, (porque le exigió a La universidad que recinto que la mitad del auditorio se llenara con seguidores del PRI, actual partido em El poder), el presidente del PRI declaro, y la principal televisora Televisa se hizo eco, que estos jóvenes habían sabotado el acto porque no eran estudiantes sino “porros” (patotas contratadas para reventar actos públicos). Los 131 jóvenes señalados subieron sus credenciales a *Youtube* para demostrar su condición de estudiantes, y desde allí parte uno de los famosos fenómenos virales de réplica de la protesta a partir de un hash tag en twitter convocando a otros jóvenes que se sumaran a ser el #yo soy 132 que derivó en plantones frente a Televisa y marchas multitudinarias en las calles. Curiosamente, el movimiento se volvió inclusivo y masivo porque los líderes no eran los tradicionales, las consignas trascendieron el ámbito universitario (democratización de los medios de comunicación y No a Peña Nieto), y la convocatoria se organizó a través de las redes sociales. Cuando esos jóvenes subieron sus fotos a la red, no solo estaban reivindicando su condición de estudiantes, sino su individualidad, su pertenencia socio-cultural, su derecho a la diversidad y probablemente sus aspiraciones “burguesas” de consumo y superación personal. La necesidad de ser parte del movimiento y expresar colectivamente la protesta, fue tan genuína, como la necesidad de mostrarse y trascender individualmente.

Quienes suscriben la perspectiva democratizadora de las potencialidades de la red, solo ven en las interacciones virtuales horizontalidad, ejercicio de la libre expresión y democracia directa; por su parte, quienes suscriben la postura contraria, únicamente observan banalidad, ausencia de debate, y falta de sentido crítico en la mayoría de los comentarios que se realizan online. En nuestra opinión, resulta poco adecuado utilizar esos preceptos clásicos para valorar en sentido positivo o negativo la calidad de la opinión en la Red, y no porque hayan dejado de tener vigencia, sino porque la manera cómo fueron aplicados para calificar la participación en los medios de comunicación tradicionales (TV, prensa y radio), resultan insuficientes para valorar los nuevos intercambios en la Red. Tal vez ya no tenga sentido hacer el esfuerzo de discriminar qué asuntos de todo lo que se publica corresponden al interés común o al interés particular, y sea más productivo política y conceptualmente hablando, considerarlos como espacios en permanente tensión y renegociación del contrato entre lo público y lo privado, que como bien dice Alejandro Grimson, actúan a través de suturas coyunturales que nunca llegan a ser clausuras.

A senhora tem falado em *domesticidade* do espaço público no uso das TICs na comunicação entre familiares, na rua e em outros locais públicos. Como interpretamos esta quebra de limites entre o espaço público e o privado, inclusive no efeito reverso, o público que adentra a casa, o trabalho que invade o ambiente doméstico? Seria uma desterritorialização das relações? A que isso nos levará? Podemos prever o futuro?

Los escenarios donde se desarrolla la comunicación familiar han trascendido

con mucho a los espacios domésticos y fijos enclavados en lo local. Ahora se produce en lugares cambiantes, en movimiento y rompe con todas las definiciones de carácter formal que establecían los límites de lo que era un acto privado, familiar, o íntimo, respecto a uno público, laboral, escolar o institucional. No obstante, el centro regulador y gravitacional de estas “privacidades nomádicas” que se ejercen en el espacio público, sigue siendo el hogar sedentario, y todavía, en muchos casos, bajo el cobijo de la madre. Cuando las parejas, o los padres e hijos se encuentran separados, en ocasiones en la misma ciudad, la utilización del teléfono celular, del correo electrónico, del *Messenger*, de *Skype*, la *webcam* y otros recursos informáticos, recrean virtualmente las rutinas familiares y domésticas. Cuando se plantea la situación de que un hijo emigra de una localidad o del país, los padres y abuelos están dispuestos a aprender a usar el correo electrónico, el *Messenger* o el *Skype* para poder seguir en comunicación. A pesar de las diferencias horarias y los miles de kilómetros que los separan, comparten las rutinas e intimidades hogareñas de un lado y del otro. El espacio para encontrarse no es el inmenso océano informático atemporal y deslocalizado, sino el espacio conocido y acotado de la casa, la mesa, la recámara o la sala que compartieron en muchas ocasiones cara a cara. Cuando los miembros de una familia se comunican en la calle, el supermercado, el autobús, o en la fila del banco, más que un acto de privatización del espacio público, ejercen un acto de *domesticidad*. Al atender el móvil se desconectan de las miradas del exterior y se conectan con la intimidad del espacio familiar o de la pareja. Esta cuestión plantea una cuestión interesante acerca del estatus que asume lo público y lo privado con estas interrupciones constantes de voces que gritan asuntos domésticos, personales o laborales, sin ningún pudor en espacios que tradicionalmente se asumen como de uso público. A diferencia de otras modalidades de privatización de lo público (topes, tiendas de campaña, mesas de restaurantes en las aceras, ocupación de predios y calles por vendedores ambulantes o manifestantes, etc.), el celular no impone una marca de propiedad en el espacio público, sino que amplía el área de influencia de lo privado en compartimentos virtuales que funcionan como extensión del hogar. Difícilmente podemos hablar entonces de que el uso del teléfono celular privatiza los espacios públicos cuando su uso *en público* ya ha sido legitimado socialmente. Parece más apropiado hablar de una fragmentación en pequeñas esferas en el sentido de Keane (1997). Algunas de estas esferas son altamente restrictivas del uso del celular, como muchas empresas que ya obligan a sus empleados a dejarlo en una mesa fuera de la sala de juntas, los profesores exigen que se apague antes de entrar a la clase, o los hospitales, gasolineras y bancos prohíben su uso dentro de sus instalaciones. Otras operan con ciertas restricciones y prescripciones sobre su uso, como en el cine que se admite dejarlo en vibrador, o en la iglesia que suele colocar avisos como el siguiente: “Dios no te llama al celular, por favor apágalo antes de entrar a la iglesia”². Mientras que la calle, las plazas, los centros comerciales, los mercados o el transporte público, se consideran territorio libre. Lugares todos, que además de públicos y “libres” son de circulación constante. Es interesante observar que las restricciones siempre se imponen en espacios fijos, cerrados y organizados según cierta lógica institucional. Tal vez, lo que realmente se ha vuelto público no sea tanto el espacio en sí mismo como la posibilidad de circular por él.

² Aviso pegado en la puerta de una iglesia en México.