

**DINÁMICAS QUE MOVILIZAN ACCIONES DE PARTICIPACIÓN  
CIBERCIUDADANA EN PRÁCTICAS CROSSMEDIÁTICAS DE  
COMUNICACIÓN DE LOS COLECTIVOS EN RED**

**Belky Fernández del Río  
Diana María Prada Romero  
Santiago Arley Pérez Monsalve**

**Luis Enrique Quiroga Sichacá  
Asesor**

**UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL  
CENTRO INTERNACIONAL DE EDUCACIÓN Y DESARROLLO HUMANO -  
CINDE  
MAESTRÍA EN DESARROLLO EDUCATIVO Y SOCIAL  
UPN 33**

**Bogotá, Cundinamarca, Colombia  
2015**

**Nota de Aceptación**

**Jurado**

---

---

---

---

**Jurado**

---

---

---

---

**Nota final**

---



## **Agradecimiento**

Porque hay caminos que no es suficiente la voluntad individual y es necesario estar con una compañía que impulse y sostenga el andar. Fuimos un equipo que día a día se logró conocer y recibió la bendición de grandiosa compañía:

Señor Todopoderoso

Nuestras Familias

Nuestro Director de Línea

Nuestros compañeros de UPN 33

Coordinadoras de la Cohorte UPN 33

Equipo de la Fundación CINDE que siempre estuvieron dispuestos.

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <small>Formación de Profesionales</small>	<b>FORMATO</b>	
	<b>RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN - RAE</b>	
<b>Código: FOR020GIB</b>	<b>Versión: 01</b>	
<b>Fecha de Aprobación: 10-10-2012</b>	<b>Página 2 de 194</b>	
<b>1. Información General</b>		
<b>Tipo de documento</b>	Trabajo de Grado	
<b>Acceso al documento</b>	Universidad Pedagógica Nacional. Biblioteca Central	
<b>Título del documento</b>	Dinámicas que movilizan acciones de participación ciberc ciudadana en prácticas crossmediáticas de comunicación de los colectivos en red.	
<b>Autor(es)</b>	Fernández del Río, Belky; Prada Romero, Diana María; Pérez Monsalve, Santiago Arley	
<b>Director</b>	Luis Enrique Quiroga Sichacá	
<b>Publicación</b>	Bogotá, Centro Internacional de Educación y Desarrollo Humano - CINDE Maestría en Desarrollo Educativo y Social, Universidad Pedagógica Nacional, 2015	
<b>Unidad Patrocinante</b>		
<b>Palabras Claves</b>	Ciberc ciudadanía, Crossmedia, Desarrollo Social, Colectivo en Red, Redes Sociales.	

<b>2. Descripción</b>
<p>El presente trabajo de grado da cuenta de la investigación adelantada en torno a las dinámicas que movilizan acciones de participación ciberc ciudadana en prácticas crossmediáticas de comunicación de los colectivos en red, abordando desde esta el estudio de caso del colectivo CafèSM de la ciudad de Medellín (Colombia), el cual desde su quehacer particular ejerce esta dinámica. Así, el colectivo hace la presentación de la ciberc ciudadanía como un llamado al desarrollo social. Se trata de una investigación de tipo Etnografía Virtual, realizada al colectivo mencionado, la cual se desarrolló entre los meses de mayo de 2014 y junio de 2015. Se trata de un trabajo de grado adelantado en el marco de la Maestría en Desarrollo Educativo y Social, realizada por el Centro Internacional de Educación y Desarrollo Humano – CINDE y la Universidad Pedagógica Nacional.</p>

<b>3. Fuentes</b>
<p>Castells, Manuel. (1999). <i>La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red</i> (Vol. 1). México: Siglo XXI Editores.</p>

- Castells, Manuel.(2009). *La Internet y la Sociedad Red*. Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento, UOC. Disponible en: <http://www.uoc.edu/web/cat/articulos/castells/castellsmain1.html>
- Castells, Manuel. (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- Hine, Christine. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Jenkins, H. (2008). *Cultura de la convergencia*. Barcelona: Paidós.
- Lozares, Carlos. La teoría de redes sociales. En: *Papers Revista de Sociología* (Barcelona, España). Vol. 48, 1996, pp.103-126. Disponible en: <http://papers.uab.cat/article/view/v48-lozares/pdf-es>
- Piscitelli, A. (2009). *Nativos Digitales*. Barcelona: Santillana.
- Rueda, Rocío; Fonseca, Andrés; y Ramírez, Lina (Ed.). (2014). *Ciberciudadanía, cultura, política y creatividad social*. Bogotá, Colombia: Universidad Pedagógica Nacional.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando los medios cuentan*. España: Deusto.
- Wenger, Etienne. (2001). *Comunidades de práctica. Aprendizaje significativo e identidad*. Barcelona: Paidós.

#### 4. Contenidos

La presente investigación asume la etnografía virtual como ruta de exploración de las prácticas crossmediáticas que promueven la participación ciudadana en el ciberespacio. Sobre este referente se genera el desarrollo del estudio de caso del colectivo CaféSM, y se indaga y da cuenta de las dinámicas de apropiación de las TIC, participación ciberciudadanía, prosumisión y tránsitos crossmedia del colectivo CaféSM. El lector puede en este aparte encontrar ejercicios descriptivos de los perfiles de los prosumidores; la caracterización del CaféSM como un colectivo en red; y la caracterización de los espacios de interacción del CaféSM (Blog - <http://cafesm.co>, Twitter - #CafeSMco, radio digital CaféSM) y sus apuestas por a crossmedia.

Este proceso partió de la indagación conceptual en torno a las aproximaciones teóricas más representativas de la contemporaneidad referidas a, en primer lugar, la cibercultura y la ciberciudadanía, profundizando en referentes relacionales como el ciberespacio y la cibercultura, la ciudadanía y la participación ciudadana, y la participación ciudadana en la red; en segundo lugar, a las prácticas transmediáticas, y en este campo ahondar en las nuevas narrativas, la convergencia mediática, las dinámicas que emergen en la construcción de mundos narrativos multimodales, las características de la transmedia, la crossmedia y la multimedia como nuevas formas de interacción; y en tercer lugar, los referentes para entender los colectivos en red, donde se indagan sus concepciones diversas y sus transformaciones a la hora de entenderlas como una forma de agrupamiento y acción de sujetos, individuales y colectivos, que remite no solo a lo no virtual sino también a lo virtual; las redes sociotécnicas y las otras formas de interacción, comunicación, participación y conformación de comunidades, en las que además está presente una forma de funcionamiento, organización, negociación en torno a las prácticas particulares. De esta manera se logra estructurar un proceso de observación, recolección de información mediante entrevistas y, la organización y análisis de la información para lograr los resultados mencionados en el primer párrafo de este apartado.

#### 5. Metodología

El proceso desarrollado se centró en un enfoque *Cualitativo*, que pretendió hacer un análisis de la

realidad centro de interés. Corresponde a dicho enfoque, en la medida que hizo la descripción de la realidad desde ella misma; es decir, desde el contexto propio de los sujetos, buscando identificar la esencia de estos, su naturaleza y comportamientos. Siendo esto su propósito, es claro que se da una orientación hacia el proceso más que a los mismos resultados, en tanto se persigue el acercamiento a los actores y su contexto.

Todo ello a partir de la interpretación de acontecimientos y el relato de los mismos actores. Con ello se pretende llegar a la comprensión de los hechos sin forzarlos o hacer una experimentación o control de la realidad, lo que hizo de este proceso un camino de construcción de conocimientos a partir de la realidad misma, contextualizado y con un carácter holístico e interpretativo.

El proceso investigativo se desarrolló mediante la implementación de la Etnografía Virtual, a partir de la cual se logró llegar a la interpretación puntual del caso CaféSM. Vale resaltar que los estudios de etnografía virtual son considerados una modalidad de etnografía acoplada a las emergencias de la sociedad, ya que es la traspolación de este método cualitativo al análisis de las nuevas realidades, como lo es Internet.

La etnografía virtual, ruta de exploración de las prácticas crossmediáticas que promueven la participación ciudadana en el ciberespacio

Este trabajo se desarrolló principalmente a partir de la documentación de prensa, recuperación de comunicados, lectura de algunos relatos, crónicas sobre los hechos y una que otra entrevista.

## 6. Conclusiones

Hacer un recorrido por el mundo virtual, explorar el lenguaje que se utiliza en él, analizar las formas de interacción que priman en las redes, y tratar de ponderar los niveles de participación de acuerdo con los temas que se abordan es, sin dar muchas vueltas, un ejercicio que cuestiona sobre la apropiación de la tecnología para algo más que el ocio.

No es un secreto que la comprensión de las transformaciones sociales no se da con facilidad para toda la población, y menos aun cuando dichas transformaciones casi que alienan a una inmensa mayoría de personas. La apropiación de los espacios virtuales se da en una dinámica más cercana a la diversión que al ejercicio de la ciudadanía digital, es por ello que todavía no es posible hablar del ejercicio ciberciudadano como un común denominador en la sociedad de hoy.

Pero, ¿qué implicaciones tiene la baja participación ciberciudadana en el mundo real? Esta pregunta da pie a cuatro planteamientos que pueden dar cuenta de la relevancia de esa apropiación de los entornos virtuales.

En primer lugar es importante **recordar que participar no significa dar “me gusta” “favorito” o “retuitear”** como muchas personas piensan, y esto es un lastre que ha migrado de lo real a lo virtual, y la raíz más clara es la expresión común “yo sí participo como ciudadano porque el día que hay que votar, yo voy y voto”. La mera acción, en real o virtual, es tal vez el paso más pequeño de todo lo que implica participar.

En segunda instancia se debe pensar en el hecho de que **el ciberactivismo no es ciberciudadanía**. Es normal que se crea que el hecho de apoyar una causa compartiendo publicaciones, donando

dinero, o sentando una voz de protesta o de pensar frente a una situación que atente contra algo o alguien es suficiente para ejercer como ciberciudadanos; sin embargo, es necesario pasar “del trino al hecho” como lo dicen los integrantes del colectivo CaféSM, es necesario hacer algo más que criticar, lamentar o sentir pesar, es necesario hacer y ejecutar propuestas que le aporten a la superación de esas situaciones críticas o dolorosas que se difunden por la red virtual.

**La brecha de la participación en redes empieza en la escuela**, en donde un muy alto porcentaje de maestros han satanizado el uso de las tecnologías y los entornos virtuales de aprendizaje y participación, hecho que parte de la baja preparación que tiene el cuerpo docente frente al tema de las tecnologías. Este es un llamado urgente para que la educación se piense también desde la interrelación entre lo virtual y lo real, y el desarrollo educativo se apropie también de esa nueva ágora.

El cuarto planteamiento es otro llamado para que se entienda que **el desarrollo social debe darse también en los entornos virtuales**, no solo en lo “real” o no virtual. El mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de un país pasa igualmente por el acceso y la participación en los espacios digitales, la apropiación social del conocimiento, las oportunidades de empleo y educación que son mediadas por las nuevas tecnologías. El desarrollo social es también garantizar que ciudadanas y ciudadanos puedan aprovechar las ventajas de los espacios virtuales.

A partir de lo anterior, este ejercicio de investigación abre un panorama frente a las formas de participar y apropiarse de los espacios virtuales de interacción, las oportunidades que representan los colectivos orientados a la formación en los temas concernientes a la ciberciudadanía, y las posibilidades que emergen para el desarrollo social cuando el ciberespacio es utilizado en pro de este.

Tras esta investigación queda el desafío de promover un uso activo, proactivo y responsable de los espacios virtuales, un llamado para que se replanteen los procesos de apropiación social del conocimiento concerniente a la ciberciudadanía y, sobre todo, queda un llamado a no desconocer que la virtualidad es una oportunidad para apalancar nuevas formas de desarrollo personal, profesional y social.

<b>Elaborado por:</b>	Fernández del Río Belky Prada Romero Diana María Pérez Monsalve Santiago Arley
<b>Revisado por:</b>	Luis Enrique Quiroga Sichacá

<b>Fecha de elaboración del Resumen:</b>	04	09	2015
--	----	----	------



## Contenido

Introducción.....	11
Capítulo I. Preguntando por la crossmedia y la participación ciberc ciudadana.....	14
1.1. El Problema .....	14
1.2. Objetivos.....	16
1.2.1. Objetivo general .....	16
1.2.2. Objetivos específicos .....	16
1.3. Justificación.....	16
Capítulo 2. Aproximaciones teóricas a la cibercultura, desde la participación ciudadana, la crossmedia y los colectivos en red .....	19
2.1. Exploración de algunos antecedentes de la investigación .....	19
2.2. De la cibercultura y la ciberc ciudadanía .....	24
2.2.1. El ciberespacio y la cibercultura.....	24
2.2.2. La ciudadanía y la participación ciudadana.....	26
2.2.3. La participación ciudadana en la red .....	29
2.3. Prácticas Transmediáticas .....	38
2.3.1. Convergencia mediática .....	38
2.3.2. Mundos narrativos multimodales .....	43
2.3.3. Entre la transmedia y la crossmedia .....	45
2.3.4. Transmedia y crossmedia como nuevas formas de interacción.....	52
2.4. Colectivos en red .....	54
2.4.1. De las redes y las redes sociotécnicas .....	55
2.4.2. Nuevas formas de interacción y comunicación en/con las redes socio técnicas ....	59
2.4.3. La red 2.0.....	60
2.4.4. Mapa de las rede sociales virtuales.....	62
2.4.5. Interacción /participación en las redes sociales .....	65
2.4.6. Comunidades de práctica.....	72

Capítulo 3. La etnografía virtual, ruta de exploración de las prácticas crossmediáticas que promueven la participación ciudadana en el ciberespacio.....	77
3.1. Enfoque de investigación.....	77
3.2. Tipo de investigación .....	77
3.3. Recolección y análisis de la información .....	80
Capítulo 4. Apropiación de las TIC, participación ciberciudadanía, prosumisión y tránsitos crossmedia del colectivo CaféSM .....	83
4.1. Prosumidores del CaféSM .....	83
4.1.1. César Sanchez C. ....	85
4.1.2. Esteban Zapata.....	91
4.1.3. Gustavo Adolfo Pérez Ospina .....	97
4.1.4. María Elisa Rojas M. ....	113
4.1.6. Sury García Correa .....	127
4.1.7. Una lectura general.....	132
4.2. CaféSM, un colectivo en red .....	137
4.2.1. Constitución como colectivo .....	137
4.2.2. Dinámicas de funcionamiento .....	140
4.2.3. Comunidad de práctica .....	146
4.3. Espacios de interacción de CaféSM: apuestas por la crossmedia .....	153
4.3.1. El Blog CaféSM - <a href="http://cafesm.co">http://cafesm.co</a> .....	155
4.3.2. Twitter CaféSM <i>Social Media</i> , #CafeSMco.....	169
4.3.3. La radio digital CaféSM .....	174
4.3.4. Una lectura general.....	178
Conclusiones: La Ciberciudadanía, un llamado al desarrollo Social .....	183
Referencias .....	186

### **Lista de tablas**

Tabla 1. La interactividad.

Tabla 2. Categorías de análisis.

### **Lista de figuras**

Figura 1. La Ciberciudadanía.

Figura 2. Mapa de las redes sociales en Iberoamérica.

Figura 3. Mapa de las redes sociales y otros servicios en la nube.

Figura 4. Proyecto trayecto del blog CaféSM

Figura 5. Imagen de perfil de #CafeSMco

Figura 6. Proyecto trayecto del Twitter #CafeSM. Figura 7. Referencias de mensajes Twitter.

Figura 8. Proyecto de la radio digital CaféSM.

### **Lista de anexos**

- Anexo 1. Guía de entrevista integrantes de CaféSM
- Anexo 2. Matriz entrevista a prosumidores de CaféSM
- Anexo 3. Matriz descriptiva medios CaféSM
- Anexo 4. Matriz entrevista a prosumidores integrantes de CaféSM – César Sánchez
- Anexo 5. Matriz entrevista a prosumidores integrantes de CaféSM – Esteban Zapata
- Anexo 6. Matriz entrevista a prosumidores integrantes de CaféSM – Gustavo Adolfo Pérez
- Anexo 7. Matriz entrevista a prosumidores integrantes de CaféSM – María Elisa Rojas
- Anexo 8. Matriz entrevista a prosumidores integrantes de CaféSM – Santiago Villegas
- Anexo 9. Matriz entrevista a prosumidores integrantes de CaféSM – Sury García
- Anexo 10. Entrevista César Sánchez
- Anexo 11. Entrevista Esteban Zapata
- Anexo 12. Entrevista Gustavo Adolfo Pérez
- Anexo 13. Entrevista María Elisa Rojas
- Anexo 14. Entrevista Santiago Villegas
- Anexo 15. Entrevista Sury García
- Anexo 16. Matriz descriptiva medios CaféSM - Blog
- Anexo 17. Matriz descriptiva medios CaféSM - Twitter
- Anexo 18. Matriz descriptiva medios CaféSM - Radio

## Introducción

Remitiéndonos a las palabras de Finkelievich (2000), la sociedad de la información que es nuestra circunstancia, la ciudad, *locus* de producción y difusión de innovaciones tecnológicas y nodo estructural de esta nueva sociedad, es también el nuevo escenario predominante de las redes informáticas. Estas determinan en ella nuevas formas de producción y distribución, nuevos hábitos y modos de vida, relaciones afectivas, formas de gestión de infraestructuras y servicios, administración ciudadana, formación de organizaciones participativas, de comunidades virtuales, de modos innovadores de asociación y de uso del espacio urbano. Estas transformaciones, por ahora aparentemente invisibles, repercuten significativamente en la forma urbana y en la organización social. La ciudad ya no sólo integra diferentes redes: *ES*, a su vez, un conjunto de redes. Habitamos en la ciudad-red, y nuestras vidas transcurren enredadas en múltiples conjuntos de interacciones (p. 5).

Es así han emergido nuevas formas de interacción que configurando los nuevos hábitos de los ciudadanos y, por ende, la apertura a nuevas dinámicas sociales englobadas desde la red. De esta manera, Internet se ha tornado en generador de formas de vida, productor de otros mundos y, a su vez, múltiples mundos que confluyen y se enriquecen o decrecen. De ahí la apertura por el conocimiento de estas nuevas dinámicas que permiten la configuración

de posibilidades sociales para un mejor aprovechamiento de la creciente vida en el ciberespacio.

Es de reconocer entonces que desde la sociedad de la información, cuyo eje principal son las maneras de comunicación que permitan la optimización de los medios para el mayor y más productivo uso de la información, se viene produciendo una gama de formas que dan lugar a usos multimodales de la comunicación y en ellos surgen dos de mayor auge como son las prácticas transmediáticas y las prácticas crossmediáticas.

Por ello es pertinente que, quienes aspiran a la formación para lograr profundizar en el conocimiento de la dinámica social, no se alejen de estas nuevas realidades que han ido absorbiendo grandes esferas dándole otro modo de ser. En este orden de ideas la presente investigación, *Dinámicas que movilizan acciones de participación ciber ciudadana en prácticas crossmediáticas de comunicación de los colectivos en red* busca atender a un aspecto que ha venido resaltando en este devenir de la configuración de una nueva sociedad a la luz de la generación de nuevas ciudadanías.

En esta línea se logró recopilar elementos que permitieron la comprensión de Internet como manera de construcción de posibilidades para la reconfiguración social y cultural, a partir de la utilización de diversas maneras de comunicación, por lo que se convoca al análisis de un caso de implementación de la crossmedia como herramienta para el acercamiento a los cibernautas y, con ello, a la construcción de ciudad, sea de manera directa o indirecta, como lo es el colectivo CaféSM en Medellín.

Así, en el presente documento se presenta el informe que da cuenta del proceso de identificación de este colectivo, iniciando por la presentación de sus integrantes y lo que los caracteriza como prosumidores y ciberciudadanos; esto fue dando forma a la configuración del colectivo, y finalmente se muestra el análisis a las prácticas de comunicación que sostienen en el ciberespacio y en otros medios como la radio y la televisión, tornándose estas últimas en prácticas crossmediáticas realizadas con el fin de generar y fortalecer el uso y apropiación de los *Social Media* y, con ello, la configurar entre los sujetos y el colectivo ejercicios particulares de ciberciudadanía.



## **Capítulo I. Preguntando por la crossmedia y la participación ciberciudadana**

### **1.1. El Problema**

Partir de reconocer las cambiantes dinámicas sociales y las múltiples influencias económicas, políticas y culturales, implica evidenciar la complejidad con la que se tejen estas estructuras y generan unas particulares formas de ser, estar y existir de los sujetos y los colectivos. Algunos de esos cambios sustanciales que van generando dinámicas diversas ha sido el promovido por la incursión de Internet. Más allá de considerarse una herramienta tecnológica, este medio de comunicación se convirtió en un dispositivo o artefacto cultural que entró a modificar las estructuras y formas de comunicación, socialización e interacción. Cada día vemos la adhesión a este espacio para la continuidad y fortalecimiento de procesos sociales. La vinculación a la World Wide Web (www) se ha postulado como un requisito en la apertura de comercios, en el establecimiento de relaciones sociales, en la comunicación familiar y, sobre todo, en la participación política y ciudadana.

Cada vez son más las personas que estructuran, diseñan o crean su identidad en el entorno virtual, lo cual ha hecho que se incremente de forma significativa la participación de estos “sujetos virtuales” en los debates que se tejen en el ciberespacio, generando así nuevas dinámicas de interrelación discursiva, las cuales conllevan, en algunos casos, al activismo

desenfrenado, un sinnúmero de mensajes disparados al azar que entran a engrosar las interminables listas de interacciones o, simplemente, de palabras que circulan en las redes.

Contrario a un grueso porcentaje de los mensajes difundidos en el ciberespacio, algunos grupos que tienen una fuerte presencia en la nueva autopista de la información, se han encargado de generar ritmos distintos en las discusiones y las situaciones que tocan las fibras más sensibles de los seres humanos. En esta línea aparecen acciones que van buscando impactar en los diferentes escenarios sociales, encontrando aquellas apuestas por su construcción.

Precisamente es en este ámbito de la ciberciudadanía, en el que centra su atención el presente estudio, en aras de identificar características de espacios, maneras de promoción de la participación ciudadana a partir de prácticas diversas en la comunicación que son generadas e impulsadas por los denominados colectivos en red. Para lo que se ha identificado el caso específico de un colectivo surgido en la ciudad de Medellín, el cual se ha dado a conocer por trabajos en torno a los medios sociales, conocidos como *Social Media*, en Inglés, en tanto se mueven en varios espacios, constituyendo un repertorio tecnológico muy diverso y rico para la configuración como colectivo, pero además para dinamizar las relaciones con los diferentes públicos.

Es por ello que surgió la pregunta por las características que tienen las prácticas crossmediáticas promovidas por el colectivo CaféSM para movilizar la participación ciberciudadana.

## 1.2. Objetivos

### 1.2.1. Objetivo general

Caracterizar las prácticas crossmediáticas promovidas por el colectivo CaféSM para movilizar la participación ciberciudadana.

### 1.2.2. Objetivos específicos

- Describir los perfiles de los sujetos prosumidores integrantes del CaféSM como ciberciudadanos.
- Identificar las características de CaféSM como colectivo en red.
- Analizar las prácticas crossmediáticas del colectivo CaféSM.

## 1.3. Justificación

La investigación *Dinámicas que movilizan acciones de participación ciberciudadana en prácticas crossmediáticas de comunicación de los colectivos en red* se desarrolló mediante la implementación de un proceso de etnografía virtual que permitió la comprensión más próxima al evento, en tanto que, atendiendo a sus principios, “abre el abanico de posibilidades de cercanía a un suceso social que se mueve en diferentes espacios y cuya principal herramienta es la virtualidad” (Hine, 2004). Es así como se adelantó la observación desde

diferentes ángulos o espacios, entre ellos los virtuales y algunos no virtuales, lo que para los investigadores hizo más compleja, pero a la vez completa, la investigación.

En este sentido, la presente investigación es pertinente, en tanto se aproxima a la indagación y comprensión de las transformaciones sociales y culturales que se generan la irrupción de las TIC, dimensionando con ello más allá de unas condiciones de desarrollo tecnológico, las oportunidades y quiebres que da para la visualización de otras ciudadanías o de otras prácticas ciudadanas que vienen emergiendo en nuestra sociedad tan dinámica.

Así mismo, al hablar de estas nuevas ciudadanías rescatamos las palabras de Rocío Rueda et al (2013), quien propone que si bien las tecnologías han ido cobrando espacios en nuestra cambiante sociedad, ellas requieren de ese agenciamiento social que les dé un significado para nuestra cotidianidad y con ello la emergencia desde nuestro mundo tan fragmentado que nos da un grito desesperado por la configuración de identidades.

En el caso del uso de las tecnologías, estas no valen por sí mismas, sino en cuanto agenciamiento cultural, al vehicular lenguajes, actualizar nuevos soportes, movilizar a los ciudadanos, articular expresiones creativas, generar nichos a las obras, ensamblar realidades que desbordan los medios tradicionales de comunicación (más bien los actualizan y los remezcla como son las radios alternativas on-line) (p. 13).

En esta medida el presente proceso investigativo se convierte en un importante aporte al análisis de los diferentes factores y elementos que dan forma al desarrollo social, ya que se

enfocó en la identificación de aspectos que, hoy por hoy, se gestan en la dinámica social y que han ido dando un vuelco a las interacciones y con ello al desarrollo humano. Allí se ubicó el análisis de estas esferas, y fue ahí donde los investigadores centraron su atención.

Si bien en la indagación por estudios adelantados en torno a los ejes de este trabajo, se identificaron diversos que retoman la participación ciudadana en el ciberespacio, el abordaje de las prácticas comunicativas crossmediáticas representa una novedad y un aporte para los procesos investigativos, adelantados desde el CINDE y la Universidad Pedagógica Nacional.

Es así como la visión desde estas nuevas prácticas comunicativas multimodales que buscan la construcción de ciudad y ciudadanía, le da fortaleza a los investigadores como egresados de la Maestría en Desarrollo Educativo y Social, ya que les aportó elementos propios del análisis de la actualidad del contexto social, para el enriquecimiento de su capacidad para dimensionar lo social y para realizar una comprensión interdisciplinar del contexto, que en la presente investigación se generó desde diferentes espacios tanto virtuales como no virtuales.

## **Capítulo 2. Aproximaciones teóricas a la cibercultura, desde la participación ciudadana, la crossmedia y los colectivos en red**

### **2.1. Exploración de algunos antecedentes de la investigación**

La ciber ciudadanía ha entrado a ser un tema que, por su propia tendencia de rápido crecimiento y dinamización de procesos diversos, ha ido generando inquietudes profundas. Así vale resaltar estudios como el desarrollado en el marco del convenio entre la Universidad Pedagógica Nacional y la Universidad del Valle con el apoyo de Colciencias, liderado por Rocío Rueda Ortiz, Andrés David Fonseca Díaz y Lina María Ramírez Sierra, entre 2007 y 2009, cuyo objetivo fue comprender cómo las tecnologías de información y comunicación, en tanto ciberculturas, son un escenario complejo de interacción entre sujetos y tecnologías, en el que se están produciendo nuevas modalidades de constitución de sujetos que configuran nuevas formas de cultura política y de educación. El consolidado de los resultados de este proyecto se plasmó en el libro *Ciber ciudadanía, cultura política y creatividad social* y se convirtió en uno de los textos guías y fundamento del presente proceso investigativo.

En la misma línea buscando la profundización en el término *ciber ciudadanía* y la dinámica de transición hacia ella, se encuentra Alexis Castellsanos Escobar, quien en 2015 presenta su investigación: *¿Desplazamientos de la ciudadanía a la ciber ciudadanía?*

*Asimetrías, tensiones e implicaciones*; la cual se genera con el propósito de evidenciar uno de los debates más intensos de los últimos años con respecto a los tránsitos, cambios y diversas transformaciones de la sociedad contemporánea en relación con la tecnología, la comunicación y la política.

Así mismo, se identifica a José Pereira Fariña, quien en 2013 presenta la tesis doctoral, titulada: *Redes sociales y comunicación en internet: medio ambiente y participación ciudadana en internet*; mediante la cual pretendió conocer las estrategias de comunicación en Internet de las organizaciones que promueven actividades relacionadas con el medio ambiente en busca la participación ciudadana.

Otra de las categorías claves dentro de esta investigación fue la crossmedia; sin embargo, esta categoría se reconfiguró cuando se avanzaba en el desarrollo investigativo, ya que el primer acercamiento al asunto multimodal se da a través de la pregunta por las narrativas y las prácticas transmediáticas, concepto que sirvió como referente hasta llegar a la crossmedia.

En la exploración primaria sobre formas narrativas multimodales se encontró que entre el 2010 y el 2011, Mar Guerrero, Candidata a doctora del Departamento de Comunicación en la Universidad Pompeu Fabra de España, desarrolló el proyecto de investigación “Narrativas transmediáticas, convergencia audiovisual y nuevas estrategias de comunicación”, el cual estuvo enmarcado en la VII Convocatoria de Ayudas para Proyectos de Investigación del Consell de l’Audiovisual de Catalunya (CAC).

Dicho proyecto se enfocó en el análisis de las prácticas transmediáticas llevadas a cabo a partir de la cultura audiovisual española. De forma concreta en uno de los ejercicios, Guerrero analiza la práctica de la narrativa transmedia en el contexto de la ficción femenina, a través de los casos de dos series televisión: *Infidels* (TV3, Televisió de Catalunya) y *Mistresses* (BBC). De acuerdo con la autora, la investigación se fundamentó metodológicamente en la unión de la semiótica y la narratología, las cuales posibilitaron “detectar y describir estrategias narrativas e interpretativas aplicables a las características de la ficción femenina y de obras que muestren una amplia variedad de personajes y arcos argumentales”.

Para el 2014 y también en una universidad española, la Universidad Politécnica de Valencia, Joaquín Gil Royo presenta su trabajo final de máster “¿Cómo crear un proyecto de narrativa transmedia?, análisis, planificación y producción de la experiencia”, el cual fue puesto a consideración en el marco del Máster Oficial en Artes Visuales y Multimedia. En este caso concreto, Gil Royo se preguntaba por el potencial de las narrativas transmedia y sus modos de extensión con fines de entretenimiento, divulgación o sociales.

En el ejercicio de investigación, Gil Royo plantea que pese a que del tema se empezó a hablar desde principios de los 90, era escasa la bibliografía que diera cuenta de un derrotero claro para la creación transmedia, la práctica de la misma o el análisis juicios de su contexto de aplicación.



El abordaje de la categoría colectivos en red nos llevó en esta investigación a indagaciones por los estudios que en torno a las redes sociales se han adelantado, fundamentalmente en Iberoamérica. Lo anterior, implicó evidenciar en primer lugar los desarrollos teóricos que se tienen del concepto: redes sociales. En segundo lugar, revisar la categoría, a la luz de una contextualización social, de transformaciones culturales mediadas por la apropiación de las TIC. En tercer lugar, tuvo que ver con los estudios que en torno a colectivos en red, tecnomediados, se han adelantado con la perspectiva metodológica de la etnografía virtual, retomada en el presente estudio. Por razones de la amplitud de estos estudios, retomados fundamentalmente desde sus desarrollos en las ciencias sociales, en este aparte se describen los más relevantes y pertinentes para el estudio.

Para los desarrollos teóricos que se tienen del concepto: redes sociales, Rivoir (1999) desde la preocupación por la banalización en el uso de esta categoría, aporta una mirada desde la pregunta por si las redes sociales pueden ser entendidas como un instrumento metodológico o categoría sociológica, que para el caso de la investigación antropológica y sociológica está llena de sentido. Por su parte, Lozares (1996), brinda un panorama general en relación con el desarrollo en torno a la teoría de redes sociales, identificando sus influencias desde la antropología, la psicología, la sociología y la matemática.

Manuel Castells es el referente central para esta investigación, en lo que se refiere a los estudios de contextualización social, de transformaciones culturales mediadas por la apropiación de las TIC. El contexto de la sociedad de la información y las dinámicas red, se tienen amplios desarrollos en todas sus obras; particularmente para la comprensión de esta

categoría, se consideran: *La sociedad red*, que corresponde al volumen I, de *La era de la información. Economía, sociedad y cultura* (1999) y *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet* (2012).

*Sociología en las Pantallas*, de Cardoso (2013), se trata de un trabajo de observación y análisis en varios países del continente en torno al cómo comprender el papel de las pantallas y la mediación en la cultura y la sociedad. En Gallego (2012) se ofrece una perspectiva comprensiva de las comunidades y redes social. Por su parte en los desarrollos investigativos de León et al (2001), se enfatiza en los movimientos sociales en la red, dando cuenta del debate que se da en torno a las dinámicas de Internet, dando cuenta de sus potencialidades y limitaciones, así como de los efectos que produce en las lógicas organizativas. Gladys Acosta y Claudia Maya (2012), dan un referente de indagación de los mecanismos discursivos de la participación *política en redes sociales, que interactúan en la plataforma Facebook*.

De otro lado, se identificado estudios que desde la perspectiva de la etnografía virtual, aportan a la comprensión de nuestro objeto de conocimiento. Hine (2004), en las obra *Etnografía virtual*, nos remite a desarrollos teóricos y metodológicos, así como a ejercicios etnográficos como estudios de caso. Contreras (2004) en *Me llamo Kohfam. Identidad hakcer: un aproximación antropológica*, aporta desde el estudio del mundo *craking*, una mirada a la realidad tecnocultural en la que este se expresa, generando ideales, valores y actitudes en las comunidades que habitan el ciberespacio.

De otro lado, se tiene el estudio de Martínez (2006), desde *Homodigitalis: etonografía de la cibercultura*, cuya perspectiva indaga por la influencia y el impacto que prácticas comunicativas mediadas por Internet pueden tener en la constitución de subjetividades de jóvenes permanentemente expuestos, en interacciones sociales, a las TIC.

A partir de estos hallazgos, y al contemplar el estado del arte, fueron pocas las referencias directas o profundas a la crossmedia, razón por la cual se incrementó la inquietud frente a esta investigación, de la cual presentamos algunos resultados en este informe.

## 2.2. De la cibercultura y la ciber ciudadanía

### 2.2.1. El ciberespacio y la cibercultura

El término «interactividad» designa generalmente la participación activa del beneficiario de una transacción de información (ver Tabla 1). En este sentido, la interactividad refleja un proceso de comunicación activa.

Tabla 1. *La interactividad*

<b>RELACIÓN DEL MENSAJE</b>	<i>Mensaje Lineal no modificable en tiempo real</i>	<i>Interrupción y reorientación del flujo informacional en tiempo real</i>	<i>Implicación del participante en el mensaje</i>
<b>DISPOSITIVO DE COMUNICACIÓN</b>			
<i>Difusión unilateral</i>	Prensa Radio Televisión Cine	Bases de datos multimodales Hiperdocumentos fijados Simulaciones sin inmersión ni posibilidad de modificar el modelo	Videojuegos monoparticipativos - Simulaciones con inmersión (Simulación de vuelo) sin modificación posible del modelo
<i>Diálogo, reciprocidad</i>	Correspondencia postal entre dos personas	Teléfono Videoteléfono	Diálogo por mundos virtuales, cibersexo

<i>Multidiálogo</i>	Red de correspondencia Sistema de publicaciones en una comunidad de investigación Correo electrónico Conferencias electrónicas	Teleconferencia o videoconferencia multiparticipativa Hiperdocumentos abiertos accesibles en línea, fruto de la escritura/lectura de una comunidad Simulaciones (con posibilidad de actuar sobre el modelo) como soportes de debates de una comunidad	Juegos de rol multiusuario en el ciberespacio Videojuegos en <realidad virtual> multiparticipativos Comunicación a través de mundos virtuales, negociación continua de los participantes sobre sus imágenes y la imagen de su situación común
---------------------	---	---	---

Fuente: Levy, Pierre. (2007, p. 69).

Ahora bien, la tecnología ha avanzado a gigantescos pasos, y su principal incursión y ampliación ha sido a nivel de la comunicación, generando nuevas maneras, lo que ha hecho de la sociedad y las interacciones algo cada vez más amplio. En este orden de ideas emerge el ciberespacio, considerado como un “dispositivo de comunicación interactiva y comunitario, se presenta justamente como uno de los instrumentos privilegiados de la inteligencia colectiva” (Levy, 2007, p. 13). De esta manera, se logra ver el enriquecimiento de espacios de interacción académica y/o meramente social a partir del uso del ciberespacio, por ello se ha convertido en centro de interés de diversos trabajos que han buscado ahondar en sus dinámicas.

No obstante para efectos del presente trabajo, se apelará al ciberespacio en el marco de la generación de interacciones sociales que se van configurando y, de la misma forma, suscitando la construcción de identidades y/o elementos para el desarrollo de las mismas. Así las cosas entran a configurarse un mundo propio de esta interactividad que converge entre las personas que le alimentan, tal es Cibercultura, que “designa, el conjunto de las técnicas (materiales e intelectuales), de las prácticas, de las actitudes, de los modos de pensamiento y de los valores que se desarrollan conjuntamente en el crecimiento del ciberespacio” (Levy,

2007, p. 1). En esta medida, Levy la señala como el conjunto de sistemas culturales que nacen de la dinámica interactiva de las tecnologías digitales.

Son estas nuevas formas de construir cultura, entendida esta como esa creación e interacción humana, la que ha dado lugar a otras maneras de vivir la sociedad y de hacerla, por lo que es en el marco de las nuevas tecnologías que se vienen dando grandes transformaciones en la cotidianidad. Al punto que desde el intercambio de información en el ciberespacio y en esa nueva cultura se han ido transformando y enriqueciendo maneras sociales requiriendo a las mismas ciencias acoplarse a ella e indagar por las mismas; también las políticas públicas y formas de configuración de estados han variado a la luz de la cibercultura.

### **2.2.2. La ciudadanía y la participación ciudadana**

Si bien la cibercultura ha llegado a todos los ámbitos de la vida, es tema central de este proyecto su ámbito social, específicamente, lo concerniente a la participación ciudadana y la configuración de otras ciudadanías. Ahora bien, qué es la ciudadanía y a qué se refiere la participación política, son puntos de partida para la comprensión de esas otras maneras de ser ciudadano que han ido emergiendo.

El estudio del concepto Ciudadanía, así como los lugares teóricos, ha sido objeto de indagación desde tiempo atrás. Aún en la actualidad sus referentes son diversos, y hoy se debe dar cuenta de las transformaciones que el mismo ha tenido conforme a las realidades vigentes. En este sentido, vale empezar por retomar la concepción que se tiene del ciudadano desde

Atenas. Allí, se entiende el ciudadano como un sujeto con derechos, fundamentados en los principios de igualdad ante la ley, libertad de expresión ante la asamblea y con ello la participación, no obstante sólo eran considerados bajo esta calidad, los hombres mayores de edad y nacidos en Atenas y, además, que pudiesen comprar armas para la guerra ameritando un recurso económico para su adjudicación.

Durante la Edad Media se muestra la comprensión de un ciudadano vista más desde su ser espiritual y la purga de culpas, antes que desde la participación estatal. Sin embargo, había un reconocimiento de los habitantes de la ciudad a título de súbditos ante un señor feudal. No obstante, durante el renacimiento se retoman las ideas atenienses y resurge el ciudadano dentro de las *ciudades estados*, en donde dicho reconocimiento sólo lo tenían unos cuantos. En cualquier caso, concernía a la toma de decisiones en el gobierno de estas ciudades y dependía de la capacidad económica.

Solo hasta el desarrollo de las revoluciones Francesa y de América se suscita la idea de generalizar el estatus de ciudadano a toda la población. Independiente de su condición económica, se les reconocería como seres con derecho. De esta manera, se convoca a una ciudadanía que va a quedar consignada en el marco de la declaración de derechos, a través de cartas y la declaración Universal de los Derechos Humanos. Así las cosas, se abre paso a la vinculación de los ciudadanos en la toma de decisiones y el reconocimiento de derechos, por lo que dan lugar a suscitarse diversas acepciones del concepto en torno a la visión de un ser integral.

Ahora bien, tradicionalmente se concibe la ciudadanía como un reconocimiento jurídico a partir de la mayoría de edad, lo que sesga el sentido de la participación y lo hace relativo a un reconocimiento a través de un documento que le acredite. En la actualidad la ciudadanía no es una condición, es un derecho. Para Feizi Milani (2004), ciudadanía es, una actitud de vida proactiva que busca mejorar las condiciones de vida propias y de la colectividad. Esta postura significa algo más que votar y luchar por sus derechos, es también asumir sus responsabilidades y deberes.

En ese sentido, un ciudadano es una persona consciente de ser parte de un todo y de que el beneficio al colectivo siempre repercute en el individuo, que tiene el compromiso de contribuir a la mejoría de la sociedad. En esta medida el grupo investigador asume al ciudadano como un ser libre con derechos que ejerce la ciudadanía, la cual corresponde a la condición de un sujeto activo de derechos que nace en un territorio específico pero que la ejerce en diferentes espacios, con un ímpetu de sentido por sí mismo a partir del reconocimiento de la colectividad, buscando incidencia de beneficios comunes que le permitan construirse a sí mismo.

En este orden de ideas, emerge el concepto de Participación Ciudadana, el cual al igual que el de Ciudadanía ha sido ampliamente indagado. Para efecto y aceptación de la presente investigación se apela a Maribel Jaén (2013), quien la resalta como “un derecho humano fundamental que garantiza la acción deliberada y consciente de la ciudadanía, tanto de manera individual como colectiva, a través de los distintos instrumentos contenidos en la Constitución Política, y la ley con la finalidad de incidir en las tomas de decisiones en asuntos

políticos, administrativos, y de interés general que mejore la calidad de vida de la población” (p. 2).

Tal concepto no circunscribe la ciudadanía y, mucho menos, la participación ciudadana a un espacio específico, pero sí un individuo inmerso en una colectividad, ambos con intereses y búsqueda de un bienestar común. Y la aleja de meros requisitos ceñidos a un reconocimiento por un documento y alineándola a un reconocimiento desde la identidad de un ser social.

### **2.2.3. La participación ciudadana en la red**

Convocando ese ejercicio ciudadano más allá de un espacio físico y apelando a una interacción y un propósito en común desde identidades propias y diversas, y el análisis de los discursos en la historia nos hemos venido enfrentando a transformaciones de actitudes que se reflejan en estos discursos, precisamente, pero además muestran la vida y la cotidianidad misma de otra manera.

Esa desterritorialización de la ciudadanía ha implicado muchos cambios de mentalidades y de actuaciones. Cobrando sentido visualizar, incluso, una ciudad más allá de los ladrillos que genera otras dinámicas sociales que han de provocar otros modos de vida. De esta manera es pertinente mencionar a Rocío Rueda et al (2013) que en el marco de sus investigaciones y el estudio al detalle de diversos autores, logra identificar diversas maneras de vivencia de la ciudadanía.



Andrés Fonseca (Rueda et al, 2013) ha definido que la ciudad misma ya no se visualiza ni sustenta únicamente entre muros, abriéndose, de esta manera, otros espacios que provocan acciones y generan actitudes que llegan a movilizar transformaciones considerablemente sustanciales en la sociedad. En este contexto emerge entonces ese concepto del ciudadano, que asumido como ese ser que día a día se va haciendo ciudadano, que su percepción ya no es limitada (como en la antigua Grecia) únicamente a su vida en la política descrita desde la actividad gubernamental, desde el Estado, íntimamente ligada a un territorio físico.

En línea con lo dicho hasta aquí, inician a aparecer elementos que van siendo valorados e implementados de diferentes maneras. Por lo que cobra sentido afirmar que hoy por hoy ser ciudadano o ciudadana es poseer una identidad como persona que da lugar a la participación en la toma de decisiones en todos los ámbitos de la vida cotidiana desde el hogar, el grupo de amistades y el barrio hasta esferas institucionales como la escuela y el Estado.

Desde esta concepción y como también se ha mencionado en líneas anteriores, la ciudadanía, se muestra entonces abierta y se reafirma, desterritorializada, ya que no se ejerce únicamente en un territorio específico sino que su campo de acción se amplía a realidades no necesariamente presenciales. Ahora bien, en esa desterritorialización de la ciudadanía ha sido necesaria la generación de cambios, en lo que a las mentalidades y las actuaciones se refiere, lo que permite retomar la interactividad y el fortalecimiento de las tecnologías generadoras de cibercultura, por lo que empiezan a aparecer elementos como la virtualización de relaciones,

la eliminación de fronteras y la perpetuación de nuevas prácticas y con ello nuevas identidades. Ello va generando nuevas concepciones, como lo plantea Andrés Fonseca quien afirma que:

La ciudad no está hecha sólo de ladrillos, de redes físicas y estructuras, sino que también tiene adherida una piel digital, ubicua, de flujos caóticos que si se vinculan con redes sociales que hoy en día son usufructuadas por los ciudadanos con intensidad, pueden lograr efectos sociales insospechados. Además, las herramientas de visualización no solo nos ayudan a comprender la realidad, sino que posibilitan un diseño abierto de la ciudad, movilizan en las personas actitudes y acciones y son siempre una apelación constante a la contribución, a la actuación responsable, implicada y ciudadana (2013, p. 48).

Así mismo, es de reafirmar la importancia que cada día ha ido cobrando el uso de las nuevas tecnologías en nuestra sociedad actual, al punto que hemos llegado a la tan nombrada sociedad de la información, de la que uno de sus medios principales es la Internet, a partir de la cual se han logrado propiciar nuevas maneras de relacionarnos, de acercarnos, de poder y de desestimación. No todo es positivo, pero de igual manera, no todo es negativo, como casi todo en la sociedad tiene sus pros y sus contras.

De hecho, señala Rocío Rueda et al (2013) citando a Hermes (2006), Internet puede servir a las metas de la ciudadanía más tradicional ligada a los partidos políticos, como se ha encontrado en algunas estudios donde jóvenes activistas de estos visitan las

páginas de sus rivales para iniciar discusiones con ellos, afinar sus habilidades de debate y argumentación, construyen sus propias comunidades, definen lo qué es ser miembro competente dentro de estas y se relacionan con otros grupos con convicciones similares (p. 92).

No obstante hay espacios en la virtualidad que se constituyen en espacios de apoyo y desarrollo, como son los grupos de apoyo a personas con discapacidad y/o enfermedades terminales, entre muchas otras. En este marco sobresalen los retos para los ciudadanos de hoy. Rocío Rueda et al (2013), citando a Valderrama (2007, pp. 34-35) explicita que:

Uno de ellos se instala en la esfera pública global que implica un ejercicio de participación cualitativamente diferente, con horizontes de referencia más amplios, con criterios que integran lo local y lo global. El segundo se refiere a la esfera pública y a los nuevos escenarios de lo político, que requieren un sujeto autónomo y crítico. El tercero tiene que ver con los nuevos entornos de construcción de subjetividades que pasan por escenarios que tienen una alta densidad comunicativa (entendida como circulación a altísimas velocidades de una gran masa de saberes, la semiotización de la vida cotidiana y la información en la construcción de identidades) (Rueda et al, 2013, p. 93).

Lo político, entonces, no es algo que pre-exista a la vida cotidiana de los sujetos, un ente abstracto, sino una construcción social que adquiere su carácter político debido al lugar que se ocupa en las relaciones intersubjetivas en un momento histórico específico, y donde se

revalora el papel de la vida cotidiana, entendiéndose como una fuente continua de producción de sentidos sobre la realidad.

Maurizio Lazzarato (2006), citado por Rocío Rueda et al (2013) sugiere que, en estas nuevas condiciones complejas y globales, el primer objetivo de la acción política no es satisfacer las necesidades sino construir, mediante intervenciones controladas, los laboratorios de experimentación social. Esta idea de laboratorios de experimentación social es sumamente clave, de cara a la cuestión de las subjetividades contemporáneas y las redes sociales que interactúan por afinidades comunes. Este tipo de estrategias, en donde se conspira y se experimenta, goza actualmente de potencia y contrasta con otros formatos de encuentro tradicional donde la recepción, la representación y la quietud priman sobre la producción colectiva de la realidad (Rueda, 2013, p. 27, 37-38).

En este contexto surgen nuevas maneras y conceptualizaciones de la política que dan lugar a la visualización de esta, más allá de un proceso electoral y una campaña para el mismo fin. Por lo que es importante mencionar que desde estos espacios virtuales o ciberespacio la ciudadanía se hace cada vez más expandida y menos cohibida, pero sí puede llegar a ser más coercitiva.

Dando lugar a las organizaciones de movimientos sociales y la promulgación de activistas que logran abarcar grandes masas y finiquitar procesos de manera contundente, casos como los de la Primavera Árabe, el Movimiento M15 de España, entre muchos otros

que han dejado ver sus efectos. Sin embargo ellos mismos han mostrado algunas características que suele primar en este espacio y es el vivir las eventualidades o los momentos de coyuntura, por el contrario hay otras organizaciones menos expandidas pero más consolidadas que por medio de Internet van cobrando cada vez más sentido en la sociedad.

En esta medida llegamos a la configuración de la Ciberciudadanía que (ver gráfico 1), bien sea tan solo como una práctica moderna de ciudadanía o una nueva ciudadanía como tal, se va reafirmando y va generando nuevas pautas en la sociedad y, con ella, en los gobiernos. Así, Rocío Rueda (2013) nos expresa que:

Podemos comprenderlas como Castells (1999) propone, esto es, unas ciudadanías que transitan por identidades de resistencia y de proyecto, es decir, que luchan contra la lógica de dominación, en el primer caso, y en el segundo, basándose en dimensiones culturales, construyen una nueva identidad que redefine su posición en la sociedad y, al hacerlo, buscan la transformación de toda la estructura social.

En este sentido sobresale las ciudadanías y desde el ámbito de la ciberciudadanía, diversidad de manifestaciones y uniones o acercamientos desde diferentes razones y maneras de movilidad, por que aparecen ciberciudadanos que propenden por mantener grupos sociales de crítica y otros de construcción. En esta línea sobresalen los ciberciudadanos catalogados por Rocío Rueda (2013):

[...] aparecen sujetos sociales de proyecto-trayectos: se trata de sujetos que no tienen solo un proyecto que pretende reformar la estructura social; estos

recorren diferentes tramos, trazas de diversos proyectos culturales, políticos [...] sujetos sociales que construyen vínculos en la cercanía de la significación, en redes de amistad donde cada sujeto participa desde su individualidad. Sus formas de articulación social, de agrupación, parecen ocurrir gracias a prácticas de autoorganización y autodeterminación que beben a veces de modelos jerárquicos y, otras, arriesgan formas inesperadas de articulación de acciones, no previstas y horizontales. Adicionalmente, es importante señalar que en la mayoría de estos colectivos, el entorno cibercultural y por lo tanto el ejercicio ciberciudadano está ligado a la producción cultural independiente, alternativa, a derechos de autor del tipo Creative Commons y Copyleft, que hacen resistencia a los modos de legitimación, autoría y producción de conocimiento en la sociedad de la información contemporánea (2013, pp. 13-14).

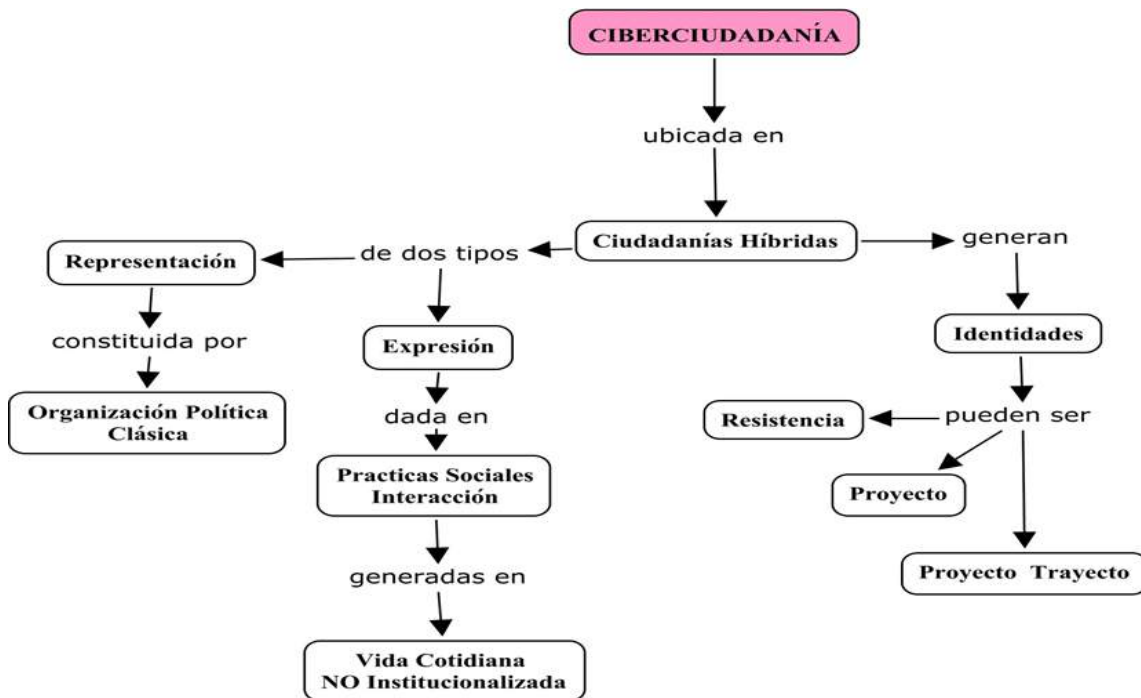


Figura 1. La Ciberciudadanía.  
 Fuente: elaboración propia del grupo de investigación.

Del mismo modo, entrar a analizar la ciberciudadanía es mirar esa dinámica social, ya mencionada en párrafos anteriores, que va emergiendo entre líneas de nuevos procesos y vivencias. Como consecuencia, apelando a Bourdieu, encontramos nuevos habitus y nuevos campos, ya que los modos de actuación y los espacios de los mismos son diferentes y no contemplados en décadas anteriores. Así la ciberciudadanía es asumida como la fuente de esos nuevos habitus, producto de las variadas manifestaciones y tendencias sociales actuales, y la Internet y sus componentes se constituyen en ese nuevo campus social. Ester Finquelievich (2000) lo expresa así:

Desde una lectura bourdesiana, las Tecnología de la Sociedad de la Información plantean la emergencia de un nuevo campus. El campo es una red, o una configuración de relaciones objetivas entre posiciones. Estas posiciones son definidas objetivamente en su existencia y en las determinaciones que imponen a sus ocupantes, agentes o instituciones, por su situación actual y potencial en la estructura de distribución de las diferentes especies de poder (o de capital) cuya posesión determina el ingreso a los beneficios específicos que están en juego en el campo y, al mismo tiempo, por sus relaciones objetivas con otras posiciones (dominación, subordinación, homología, etcétera) (Tenti, 1994).

El nuevo campo es el de la Sociedad de la Información, con su propia estructura de relaciones entre posiciones, con las determinaciones señaladas y con una distribución de poder aún no definitivamente consolidada, por cuanto no responde a la lógica política de la ciudad

continúa sino a un nuevo modo del que aún no se ha logrado su completa apropiación, a pesar de la dominación de las empresas de teleservicios.

Observando la experiencia latinoamericana se puede decir que en este nuevo campo, ni las ciudades ni los ciudadanos cuentan aún con el capital que les permita existir, lo que remite a la necesidad de generar el *habitus* como condición necesaria para poseer un capital, es decir, para poder actuar adecuadamente en la Sociedad de la Información (p. 43).

Así pues, la misma autora nos presenta que para ser ciudadano en esta sociedad de la información, con los derechos y deberes construidos en su propia dinámica, es necesario atender a unas características, en este sentido:

1. La presencia, otorgada por la dirección electrónica, por lo que el derecho a la dirección electrónica sería un derecho básico de la nueva sociedad, el pasaporte de existencia.
2. El acceso, otorgado por un servidor que funcione en red.
3. El capital, lo que implica poseer los conocimientos adecuados para actuar en esta plataforma.
4. El *habitus*, lo que implica tener incorporados los mencionados conocimientos a —los modos de hacer las cosas—. No es suficiente contar con el conocimiento, es necesario integrarlo a los modos de percibir, pensar y actuar, lo que tampoco nos remite al corto plazo (p. 47 -49).



## **2.3. Prácticas Transmediáticas**

### **2.3.1. Convergencia mediática**

Las múltiples formas en que los seres humanos se comunican pueden considerarse como una de las principales diferencias entre el homo sapiens y otras especies de seres vivos. La evolución explicada por Darwin da una idea más clara de cómo los homínidos fueron avanzando de forma significativa hacia una transformación radical que los empujaba cada vez más a explorar nuevos métodos, medios y formas para generar relaciones. Esa capacidad para crear, desarrollar, aprender y aplicar estructuras lingüísticas complejas, para imaginar y materializar ideas o soportes comunicacionales, y para explorar los usos y aplicaciones de los diferentes medios, dieron cabida a los avances estructurales y estrepitosos que agitan las aguas de esta sociedad líquida, como la denominó Zygmunt Bauman (2004).

Esa relación entre el hombre y las máquinas (o las formas de tecnología) data de miles de millones de años, desde la rueda y el fuego hasta el bosón de Higgs y la nanotecnología. En esta historia de construcción social, avances científicos y tecnológicos, los seres humanos han hecho esfuerzos ingentes por aprovechar al máximo cada herramienta, artefacto o tecnología a la que han llegado, dando como resultado la apropiación, el uso y el abuso del vademécum de soportes y medios que se convierten en escenarios para la interrelación y la interacción, y es aquí en donde se hace necesario reconfigurar el constructo social de las comunidades.

Cada momento de la historia ha sido signado por un medio o un servicio de comunicación. A mediados del siglo XIX fue el telégrafo inventado por Samuel Morse, y perfeccionado posteriormente por Graham Bell; la transmisión de voz por cable ingenada por el mismo Bell en compañía de Thomas Watson; los tubos incandescentes descubiertos por Alva Edison y que se constituyeron en la base técnica de la proyección de imágenes; la transmisión radiofónica patentada por Marconi; la grabación magnética de audio inventada hacia 1942; el diseño del MARK1, el primer computador programable desarrollado por Howard Aiken y su equipo a mediados del siglo XX; el nacimiento de las comunicaciones digitales en la década del 60; el nacimiento de la telefonía celular en la década del 70; el desarrollo de la internet a finales de los 80 por el científico inglés Tim Berners-Lee. Cada época ha vivido lo que significa la migración tecnológica, lo que significa aprender y reaprender sobre medios.

Frente a este panorama de desarrollo acelerado, el nuevo siglo ha generado nuevas necesidades, las cuales han impulsado (y casi que obligado) al rediseño no solo de los artefactos, sino también de las tecnologías que los habitan. Cada vez son más las formas narrativas o de comunicación que se posicionan del mismo soporte; ya el teléfono móvil, por ejemplo, no es sólo para hacer llamadas, sino también para tomar fotografías, grabar audio y video, conectarse a Internet, monitorear las funciones del cuerpo humano, controlar otros dispositivos electrónicos y hasta administrar complejos sistemas de seguridad.

Ahora bien, el punto no es solamente que los dispositivos tecnológicos sean multitarea, el punto son los niveles casi de dependencia o de invasión que esos dispositivos generan en la

vida de los seres humanos, “la discusión se basa en el análisis de las prácticas expandidas que tienen lugar en los nuevos espacios tecno-sociales, definidos como entornos de hibridación, donde las tecnologías están encastradas (embedded) en la vida física de los sujetos” (Domínguez, 2012).

Hibridación, esa palabra casi posmoderna y aplicada de forma más contundente por García Canclini (2001) en el campo de las ciencias sociales, se ha convertido en un camino de tránsito obligado cuando se habla de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) dado que éstas parecen depositadas en un gran tazón y mezcladas como si de preparar un pastel se tratara.

En la misma esfera conceptual de la hibridación, la ubicuidad constituye una dimensión analítica que explica la capacidad expansiva de lo digital que sucede cuando tecnologías y procesos sociales entran en resonancia. Un entorno ubicuo podría definirse como un tipo de escenario concreto para la práctica social cuya materialidad tiene un componente híbrido, ya que ocupa un lugar intermedio entre la realidad física y la virtual. La ubicuidad tiende a difuminar los límites entre ambas realidades, pero lo hace de un modo que facilita la convergencia en torno a nodos locales dotados de rasgos identitarios específicos (Monge y Contractor, 2013; Benkler, 2006) (Domínguez, 2012).

Los nuevos escenarios, en los que convergen los medios de información, comunicación y entretenimiento, se han ido convirtiendo en los lugares a explorar y explotar

por las industrias que le apuestan a un crecimiento exponencial de sus públicos y sus contenidos. Y es que ya esos contenidos no pueden deslocalizarse para ubicarse solo en el margen de un mundo virtual o no virtual, esos contenidos deben transitar entre el uno y el otro, pues las dinámicas de interacción social están separadas por una línea cada vez más estrecha entre esos dos mundos.

Sin lugar a dudas, el impacto digital no da lugar a la indiferencia, especialmente entre los profesionales de la comunicación como son los periodistas, los expertos en marketing y anunciantes, los nuevos *entrepreneurs* (empresarios), que observan con atención la espectacular incidencia de Internet en los hábitos de una gran mayoría de jóvenes, y de muchos adultos, “enganchados” a la era de las multipantallas, a la de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) (Martínez, 2012).

Esa hibridación es la que da pie a la era de la convergencia mediática, aplaudida por algunos y criticada por otros ante el temor de una inminente invasión a la intimidad y la privacidad, dos elementos que podrían considerarse casi que extintos en una sociedad en la que la producción de contenidos ya no depende únicamente de los profesionales en los diferentes campos, sino que es una consecuencia de las interacciones sociales en la autopista digital del mundo actual.

A razón de esa libertad de producción de contenidos surge la figura del prosumidor, término acuñado por Alvin Toffler (1980), y que es descrita como esa persona que no solo consume los contenidos que circulan en los medios de comunicación (del mundo real o el

virtual) sino que también los produce y los comparte en los mismos lugares. Ahora bien, si como contenido se entiende desde una fotografía compartida en alguna red social hasta una novela, un cuento o una crítica hecha a una noticia, el prosumidor puede ser cualquier persona que interactúe en el mundo virtual.

Esa facilidad de acceso a las plataformas virtuales abre la puerta a la generación de nuevos contenidos, así como a la adaptación o transmutación de los mismos a diversas formas de contarlos, esa capacidad narrativa que caracteriza a los ciberhabitantes se expande de forma significativa beneficiando tanto a las industrias, como a los mismo prosumidores.

En la llamada era de la convergencia se ha producido la eclosión de nuevos tipos de narrativas que, basadas en las nuevas tecnologías, ponen un énfasis especial en la actividad del lector/espectador/usuario.

La industria audiovisual se ha beneficiado de estas nuevas formas de contar historias, en particular, de aquellas que se valen de diferentes soportes y lenguajes para construir un relato unitario. Expresiones como multiplataforma, crossmedia o transmedia se utilizan con frecuencia para designar esta tipología de proyectos a los que se puede acceder desde diferentes plataformas con contenidos adecuados al lenguaje/forma de cada una de ellas (audiovisuales, textuales, hipertextuales, multimedia) (Costa & Piñeiro, 2012).

Es aquí en donde se refuerza la idea de la narración multimodal, esa que le apuesta a un lenguaje más allá del texto o el hipertexto, y que promueve la **praxis de otros lenguajes**, otras formas de contar que logran atravesar la experiencia concreta de los individuos a tal punto que los envuelve y los involucra para llevarlos a otros mundos; otros mundos que al mejor estilo de Maquiavelo, tienen una serie de intereses que son los que empujan esa convergencia de medios y lenguajes.

Según lo citan Costa & Piñeiro (2012) “en el contexto actual diversos factores de carácter tecnológico, económico y sociocultural han propiciado el inicio del proceso de convergencia mediática (Jenkins, 2008). Proceso que está intensificando la construcción del relato audiovisual dada la posibilidad de hibridismos narrativos en diferentes soportes de medios (Montero y Duarte, 2011).”

### **2.3.2. Mundos narrativos multimodales**

Como se mencionó, la evolución de las tecnologías y los nuevos espacios de interacción digital se han convertido en un desafío frente a la constitución o construcción de relaciones, las cuales se basan en nuevos lenguajes, nuevas formas de ver, describir, comprender o transmitir el mundo que nos rodea, que se construye o deconstruye.

En línea con lo anterior, la refrendación de esos nuevos espacios de interacción y sus correspondientes soportes abre una brecha entre los conceptos de tiempo y espacio del mundo real, mientras cierra la brecha entre los mismos conceptos del mundo virtual. Temporalidad y

espacialidad son relativos; relativos a la forma de participar, aportar o construir. Según lo cita Martínez (2012).

Castells lo explica perfilando un nuevo concepto: el de audiencia creativa. Con internet en casa, el consumo audiovisual se especializa y diversifica evolucionando hacia un universo que es multimodal, multicanal y multiplataforma. Las nuevas tecnologías ofrecen mayor flexibilidad y movilidad, por lo que permiten la gestión de cualquier actividad en cualquier lugar. Con la difusión de herramientas que hacen posible la participación en los procesos de producción, edición y distribución de información y contenidos, el consumidor se convierte al mismo tiempo en creador activo con capacidad para contribuir y compartir múltiples visiones del mundo en el que vive (Castells, 2001, p. 187). “El despertar de las audiencias” (Edo, 2009), los webactores (Pisani, 2008), o audiencia creativa (Castells, 2009, p. 178), como fuente de la cultura de la remezcla que caracteriza el mundo de la autocomunicación de masas (Castells, 2009, p. 185). De hecho, uno de los estudios realizados por este investigador ha demostrado que cuanto más se usa Internet, más aumenta el nivel de autonomía del sujeto en los siguientes sentidos: individual, empresarial, profesional, comunicativa, sociopolítica y corporal (Castells, 2010, p. 181).

Y es que en esta época de relaciones a distancia, mensajes de amor con más emoticones que palabras, amenazas y críticas resumidas en 140 caracteres, likes que reemplazan una charla amena en algún café, collage de imágenes que sustituyeron los más emblemáticos álbumes familiares; en esta época en donde las historias se van transformando

de una pantalla a la otra, en donde las narraciones se convierten en stencil intervenidos y la idea es la transformación de lo ya existente; en esta época, hablar de transmedia o crossmedia es algo así como hablar del cuento de Caperucita en donde el lobo pasa de ser un feroz animal ilustrado en una tira animada, a un bizarro depredador sexual cuya voz es simulada en la más erótica narración radial.

### **2.3.3. Entre la transmedia y la crossmedia**

En esta sociedad red (Castells, 2010), las relaciones mutan, y se ajustan a los soportes que ingeniosamente surgen cada día y que llevan a la misma sociedad a apropiarse del conocimiento y la información, haciendo que trasciendan y se propaguen hasta llegar a cada rincón, a cada persona.

Pero, ¿cómo llegarle a cada persona?, ¿dónde está puesta su atención?, ¿de dónde toma la información?, ¿cuál medio le genera más cercanía? Responder a estas preguntas podría convertirse en una discusión bizantina, pues los grupos poblacionales cada vez se caracterizan por ser más disímiles, dispares y casi que inconexos los unos con los otros, pues mientras hay quienes prefieren la inmediatez y concreción de la información, otros buscan la forma, el color o la amplitud de la misma.

En consecuencia, la evolución de las narrativas multimodales ha posibilitado el desarrollo de dos tipos de narraciones que conectan a los diferentes públicos, expanden la apropiación y el uso de los medios, y amplifican los relatos convirtiéndolos en verdaderas



historias que permean cada rincón y cada espacio. La crossmedia y la transmedia son dos formas de narrar que tienen como base la presencia en la mayor cantidad de soportes/medios posibles, y aunque muchos las usan indistintamente como si se tratara de sinónimos, hay una estrecha línea que las diferencia y que las convierte en alternativas para la creación o la amplificación de la información y el conocimiento.

Cuando se habla de crossmedia, por ejemplo, se está hablando de una narración que se expande a diferentes medios y soportes, que se construye a una o varias manos y en donde se nota el estilo particular de cada una de ellas, ésta es una narración integrada la cual debe ser consumida en su totalidad para poder experimentar o comprender el relato completo.

De este modo la narración crossmedia constituye –como señala Roig (2009)- una red tejida por una serie de elementos en torno a un universo narrativo; dichos elementos deben formar un canon coherente en sus múltiples manifestaciones. Cross-media se refiere a experiencias integradas a través de múltiples medios que incluyen Internet, vídeos, televisión, dispositivos móviles, DVD, prensa y radio. La incorporación de nuevos medios en la “experiencia crossmedia” implica niveles más altos de interactividad en la audiencia (Costa & Piñeiro, 2012).

En este punto emerge una diferencia entre la crossmedia y la narración multiplataforma, ya que mientras esta última consiste en la adaptación del mismo relato a diferentes soportes, la primera utiliza una especie de fragmentación narrativa en la cual el

relato global se construye de la unión de los pequeños relatos construidos en los diferentes soportes.

Ahora, existe también una diferencia sustancial entre la crossmedia y la multimedia; esta última hace referencia, de acuerdo con lo que plantea el Diccionario de términos informáticos e Internet, a la “combinación del sonido con la información visual que se presenta o bien para informar o bien para entretener” (Downing et al., 1997); es decir, lo multimedial es aquello que de forma simultánea, en un mismo producto, contiene fotografía, videos, texto y música. Por otro lado, y como lo señalan Renó y Ruiz (2012), “la narrativa transmedia es una forma comunicativa contemporánea que actúa a partir de pilares fundamentales; entre ellos, la participación, la interactividad, la circulación por redes sociales y blogosfera, y la movilidad.”

De acuerdo con las propuestas de Henry Jenkins (2008) cuando se habla de transmedia se está hablando de un relato que se encuentra íntimamente relacionado con otros relatos desarrollados en otras plataformas y que, aunque no son complementos directos entre sí y tienen total independencia narrativa, se desprenden de la idea original. Una característica fundamental de las narrativas transmedia es que cada fragmento cuenta con un sentido completo, lo cual posibilita que se pueda experimentar cada historia de una forma individual.

Como lo señala Scolari (2013, p. 24 - 25) las narrativas transmedia “son una particular forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y medios (cine, cómic, televisión, videojuegos, teatro,

etc.)”; es decir, es la exploración y desarrollo de la mayor cantidad de opciones narrativas (o pequeñas historias) que se desprenden de una historia “madre”, y que se cuentan acudiendo a diferentes medios y lenguajes y que no simplemente hace referencia a la adaptación del lenguaje. Así, dando lugar a la expansión del relato y a la aparición de personajes y situaciones.

Cada medio hace lo que se le da mejor -una historia puede ser introducida a través de una película, expandida a través de televisión, novelas, cómics y su mundo puede ser explorado y experimentado a través de un videojuego. Cada producto de la franquicia debe ser suficiente auto contenido para posibilitar su consumo autónomo. [...] Cualquier producto dado es un punto de acceso a la franquicia como un todo (Jenkins, 2008, p. 101).

Se trata de la creación de ramas de historias donde el spin off es permanente, llegando a estructuras rizomáticas en distintos medios, formatos y discursos, con todo lo que ello supone de ruptura de las nociones de linealidad espacio-temporal de relatos que sin ser inconclusos no han concluido (Guarinos, Gordillo y Ramírez, 2011) (Costa & Piñeiro, 2012).

Es claro entonces que en las creaciones transmedia “cada nuevo texto supone una contribución específica y valiosa a la totalidad” (Jenkins, 2008), y que el objetivo último de este tipo de narraciones es incrementar de forma significativa la experiencia de interacción,

satisfacer el deseo permanente de novedad y expansión de la experiencia misma; la transmedia es, entonces, una construcción permanente, no un producto terminado.

En este sentido, es importante resaltar la trascendencia que tiene la historia original, la idea base que engancha a los espectadores y los motiva a ir más allá. Es desde ese punto desde donde se empieza a producir la transmedia, desde la necesidad explícita de los “fans” de explorar nuevos mundos con los protagonistas de sus programas favoritos. Uno de los ejemplos más conocidos de narrativas transmedia es el caso *Star Wars*, el cual empezó siendo un guión para cine escrito por el estadounidense George Lucas, y se ha convertido en un fenómeno que cocreado entre todos sus seguidores, dando como resultado la expansión de la historia y sus protagonistas a revistas, programas de televisión, piezas coleccionables, web series, micro y corto metrajes; en fin, un sin número de productos desprendidos de una historia que ha perdurado y trascendido los años.

En los desarrollos teóricos en torno a las dimensiones de las narrativas transmedia vale evidenciar como el género de la ficción, promovido por las industrias culturales, no ha sido el único “explotado” desde estas para extender los relatos e involucrar en la red o universo diversas situaciones y personajes. Estas narrativas, entonces, transita además libremente como recurso de la no ficción; en este sentido, como lo plantea Scolari (2014) “se extienden de un extremo a otro de la ecología mediática, abarcando viejos y nuevos medios. También atraviesan los géneros: hay narrativas transmedia en la ficción, en el periodismo, el documental o la publicidad. Los discursos políticos, científicos, religiosos o educativos no se quedan atrás y poco a poco comienzan a transmediatizarse”.

De esta manera, se resalta el valor trascendental que le dan los prosumidores a la creación de la transmedia; ya que más allá del tipo y/o cantidad de soportes o plataformas en los que se depositan las historias, la auténtica valía de este tipo de prácticas está en los niveles de participación de sus usuarios, su extensión creativa y la permanencia en el tiempo dada por ellos mismo.

Jorge Guillén García, creativo y publicista creador de productos transmedia, explica así las características de expansión y profundidad de la transmedia planteadas por Henri Jenkins (cf., 2010), las cuales acentúan la importancia de los prosumidores las narrativas transmedia.

El concepto de Expansión hace referencia al desarrollo y propagación de la narrativa a través de prácticas virales en las redes social, aumentando de esa manera el capital simbólico y económico del relato. La Profundidad se refiere a la tarea que se tiene que llevar a cabo para encontrar a los verdaderos militantes y seguidores de tu historia, aquellos que difundirán y ampliarán el universo inicial con sus propias producciones (Guillén, 2013).

Otras de las características planteadas por Jenkins (2009) sobre la narrativa transmedia son la continuidad, la inmersión, la serialidad, la subjetividad y la construcción de mundos.

La continuidad hace referencia a la coherencia y la credibilidad de todas las creaciones derivadas de una historia original; es decir, se esperaría que Batman se comporte igual tanto en las películas, como en las historietas o en las series televisivas.

La inmersión podría considerarse como natural en el ejercicio del prosumidor transmedia, y esa inmersión no es otra cosa que la participación activa del espectador en todos escenarios creados, es decir, se espera que un seguidor de Batman, vea sus películas, lea sus tiras cómicas, y colectione elementos representativos del enmascarado nocturno.

Jenkins explica así la serialidad:

La construcción de una serie basada en la creación de fragmentos significativos y convincentes de una historia para ser distribuido a través de múltiples entregas. En transmedia la serialidad se muestra no sólo a través de múltiples segmentos sino también a través de múltiples medios. Ruptura del arco narrativo a través de múltiples segmentos, únicos a cada plataforma y que se expanden por distintos medios.

Una de las características más llamativas de las narrativas transmedia es la subjetividad, la cual plantea la necesidad de los sujetos de explorar cada historia a través de diferentes personajes y puntos de vista, esto con el fin de enriquecer y ampliar la narración original a otras miradas posibles.

Frente a la construcción de mundos, la transmedialidad concede la posibilidad de ir más allá del mundo original, creando extensiones verosímiles que son conocidas y dominadas por los prosumidores; en esta línea la extensión se da tanto en el mundo virtual como en el mundo real.

Teniendo en cuenta estos referentes, podría abordarse el fenómeno del consumo transmedia como parte constitutiva de la “dieta cognitiva” (Piscitelli, 2009), de la cual es parte actuante el ejercicio de la multitarea, mencionado anteriormente, y la cual plantea que la sociedad que consume los diferentes tipos de narrativas lo hacen desde cualquier dispositivo electrónico y en cualquier lugar en el que se encuentren; así pues, podría hablarse de cómo la transmedia permea cada momento de la existencia de los prosumidores, llevándolos a que estén en permanente contacto con las historias que siguen y los apasionan.

#### **2.3.4. Transmedia y crossmedia como nuevas formas de interacción**

Tal como lo plantea Riveros (2013)

Hoy los discursos mediáticos no son unívocos, ni se mantienen en un formato único, por el contrario, se potencia la convergencia, la réplica y la amplificación como parte de una propuesta en la que todo se encuentra en conexión e interacción permanente, en una gran red de significados que viajan a la velocidad de los tiempos contemporáneos y con la multiplicidad de formatos que lo hipermedial ha gestado en el seno de la cibercultura. Los mensajes se pasan de esta forma de soporte en soporte, generando una transmediación en la que se apunta al receptor con la clara intención de

convencerle y de proyectar sobre sí tanto las posibilidades de un unánimismo discursivo (Bustamante, Aranguren & Arguello, 2004) como las de una real apertura hacia la heteroglosia de las sociedades postmodernas.

Entender la transmedia y la crossmedia como algo más que lenguajes definidos da la posibilidad de explorarlos como opciones infinitas para la construcción, no solo de historias, sino también de formas de ver y comprender el mundo, de obtener resultados que superan cualquier expectativa de participación e interacción; la transmedia y la crossmedia son mecanismos oportunos para potenciar una generación que cree y crea lo que quiere ver y comprender, que participa y se ocupa de que otros participen, una generación que se enfoca en las soluciones más que en los problemas, que se vuelve cada vez más competente en ese gran cosmos que nos hace estar más unidos.

Es más que evidente que la nueva ágora, término griego que designa reunión o asamblea, ha sido traspasada directamente al escenario digital en forma de redes sociales. La televisión parece estar perdiendo parte del protagonismo que siempre tuvo, tal vez precisamente por su carencia de participación y de interactividad con el público, la radio se empieza a escuchar cada vez más mediante los dispositivos móviles de smartphones mediante la descarga de Apps con el logo de las emisiones de la estación de radio, como lo están implantando los grandes medios de comunicación en prensa escrita, mientras los periodistas y los lectores reproducirán muchos de sus artículos en blogs. Jenkins (2008) habla de que esta época se caracteriza por la



necesidad de adquirir competencias en la cultura de la participación o la cultura de la convergencia de medios (Aparici, 2010, p. 21) (Martínez, 2012).

Tras esta investigación queda el desafío de promover un uso activo, proactivo y responsable de los espacios virtuales, un llamado para que se replanteen los procesos de apropiación social del conocimiento concerniente a la ciberciudadanía y, sobre todo, queda un llamado a no desconocer que la virtualidad es una oportunidad para apalancar nuevas formas de desarrollo personal, profesional y social.

#### **2.4. Colectivos en red**

El tema de la influencia de las TIC en los diferentes ámbitos de la sociedad ha sido ampliamente estudiado desde la investigación social. Sus resultados dejan en evidencia cómo la aparición de las tecnologías digitales ha generado importantes transformaciones culturales que han alterado no sólo las dinámicas sociales, económicas y políticas, sino también, y de fondo, las formas de organización social, y en ellas las dinámicas de interacción y comunicación de los sujetos.

Varios ejes llaman la atención en lo que representa la configuración de los colectivos en red, cómo estos han sido indagados desde diferentes referentes disciplinares y cómo y desde qué lugares son entendidos desde esta investigación. Desde esta investigación se toman como referentes las indagaciones que en torno a la filosofía de las redes sociales, se han dado

fundamentalmente desde la sociología, y que han sido retomadas desde los estudios culturales y de comunicación.

Las lógicas del funcionamiento de las tecnologías, no son ajenas a la mirada desde la investigación social, en ellas se reconocen los intereses económicos y políticos y, su intervención, en las condiciones sociales. Esto lleva a ver las TIC como medios mediante los cuales también se develan ejercicios de poder, de intencionalidad e interés que para nada dicen de actuaciones sociales neutrales.

Paradójicamente, con su emergencia, y particularmente de Internet también han ido emergiendo nuevas formas de interacción y construcción de lo social, en las que también se expresan nuevas formas de ciudadanía, esto significa, nuevas formas en que se expresa y se ejerce la participación de los sujetos. Muchos de los sujetos y colectivos sociales hoy dinamizan sus relaciones, interacciones y expresiones comunicativas, entre lo virtual y lo no virtual, allí han emergido formas de interacción particulares que nos remiten a comprender cómo lo virtual en la actualidad se configura como una dimensión fundamental de la realidad.

#### **2.4.1. De las redes y las redes sociotécnicas**

Desde Pierre Musso (2004) y Milton Santos (2002) (citados por Kauchakje, 2006) se señala cómo sobre la base conceptual de red recaen una variedad de nociones, en las que desde la base se la ubica “entre la estabilidad organizativa del árbol y el carácter caótico y efímero del humo, Musso (2004, p. 31) la define como “una estructura de interconexión

inestable, compuesta por elementos de interacción, y cuya variabilidad obedece a alguna regla de funcionamiento”.

Así, señala Kauchakje (2006, p. 3) la potencia de las redes radica en que pueden hacerse y deshacerse en el tiempo, de allí que sean casi una no estructura que en tanto forma de convivencia, congregación, reunión humana, puede ser de las más antiguas evidenciadas en la sociedad.

Las redes han tomado “una nueva forma en los tiempos actuales, al transformarse en redes de información, revitalizadas por Internet” (Castells, 2001, p. 1). García Manzano (2007, p. 199) también señala como “la filosofía de las redes sociales se basa en el principio de comunidad abierta y no jerarquizada, que vincula a los usuarios mediante un tema o actividad común y una plataforma web (software social) que permite a los usuarios operar de manera sencilla e intuitiva en lo que se conoce como ‘ámbito de las 3Cs’: contenido, construcción y colaboración”.

Los investigadores Vilorio, Hender; Villalobos, Fernando y Espinosa, Alejandro (2013, p. 6) se refieren a las redes sociales, señalando cómo se trata de un término antiguo, que aparece en la década de los años 50 en trabajos J.A. Barnes (1954), antropólogo que determina que la constitución de nodos que forman redes o tejidos ocurre en las relaciones de parentesco que se dan entre colectividades, de amigos, familia o incluso de vecinos. Barnes, agregan, hablaba inicialmente de una estructura social en términos de redes interpersonales, y posteriormente el término lo propuso como “red social”.

Kauchakje (2006) señala entre las características de las redes, primera, que no necesitan “funcionar” (Duarte, 2002); segunda, en las redes cada elemento es único, y su entrada o salida de la red, a pesar de que no perjudique la obtención de determinados resultados, lo transformará cualitativamente; tercera, las relaciones en las redes, los elementos se articulan y se desarticulan haciendo que las relaciones se establezcan dinámicamente; cuarto, en la red no existe la noción de error, una vez que las articulaciones son inconstantes y mutables.

El impacto de la estructura en redes, mediadas por la tecnología y las dinámicas informativas, en la reorganización social ha sido estudiado por investigadores sociales, entre ellos Castells (2000), Graham y Marvin (1996), Villasante (2002) y Scherer-Warren (2005), quienes han tenido estos referentes para indagar las dinámicas que permiten que sujetos y colectivos de actores generen lazos que finalmente les movilizan en torno a intereses y compromisos sociales.

Esa nueva “morfología social” de la sociedad red a la que se refiere Castells (1999, p. 3), es en la que se generan las redes socio-técnicas, en las que se promueve, impulsa e incluso amplían las posibilidades de su conformación.

Las redes socio técnicas son aquellas en las que mediadas por artefactos tecnológicos y por lenguajes codificados, se generan interacciones, relaciones, entre actores sociales en las que se dinamizan otras formas de organización y comunicación.

Además, este tipo de redes nunca forman totalidades ensimismadas; adquieren su fuerza en la inconstancia de las articulaciones existentes y posibles; son al mismo tiempo articuladoras y desestabilizadoras de otras redes y sistemas (2006, p. 9).

Se evidencian en la actualidad dinámicas sociales, en las que los sujetos están permanentemente conectados gracias a Internet y, por supuesto, a las redes móviles. Se trata de lo que investigadores que como Rocío Rueda (2008, p. 9) han señalado como el nuevo entorno tecnosocial en el que se involucran la organización, la tecnología y los individuos e implica la tecnificación de la vida y, por tanto, trae la transformación de las condiciones culturales. Todo lo que circula en Internet, y que antes era accesible desde un computador de mesa, y luego desde uno portátil, hoy se transforma con la comunicación móvil. Al sujeto entonces se han ido sumando sus redes de conexión, y además un mar de información que circula en las redes, ancho y complejo de asir.

Las relaciones sociales, la diversas formas de narrarse, expresarse y constituirse los sujetos, están mediadas no sólo por lo que ocurre en las instituciones tradicionales, sino también por lo que hoy posibilitan las TIC: una comunicación en red, permanente, libre, interactiva, y flexible que se amplía con las oportunidades de interacción que permite Internet, una red que como lo plantea Manuel Castells (1999), no es simplemente una plataforma tecnológica; es el medio de comunicación, organización e interacción que constituye la forma organizativa de nuestras sociedades [...] es el corazón de un nuevo paradigma sociotécnico que constituye en realidad la base material de nuestras vidas y de nuestras formas de relación, de trabajo y de comunicación. Lo que hace Internet es procesar la

virtualidad y transformarla en nuestra realidad, constituyendo la sociedad red, que es la sociedad en que vivimos [...]

#### **2.4.2. Nuevas formas de interacción y comunicación en/con las redes socio técnicas**

Los colectivos en lo no virtual mantienen unas relaciones determinadas, cruzadas por espacios, tiempos y condiciones particulares; mientras que los virtuales tienen otras lógicas de funcionamiento y de relación, se trata de comunidades virtuales de encuentro, reunión y agregación que, como lo plantea Castells (2002), son movilizadoras de intereses individuales, afinidades y valores, se trata de redes sociales virtuales que posibilitan además dinámicas de participación, comunicación y creación colectiva. Entre lo virtual y lo no virtual hay una tensión permanente, pues allí las formas de sociabilidad; es decir, de generación de vínculos que manejan lógicas diferenciadas.

Las interacciones sociales que se dan en las redes socio técnicas se dan entonces de manera instantánea y sin la necesidad de que exista proximidad espacial, rompiendo entonces la estructura de lo no virtual para el establecimiento de comunicaciones entre las personas e incluso, entre las personas corporativas u organizaciones, en las cuales espacios y tiempos hacen concurrir a los sujetos para la comunicación, y en donde incluso hoy con las redes socio técnicas esas dinámicas que se dan en lo virtual, generan efectos onda en los entornos propios de las personas y organizaciones, en lo local, promoviendo con ello flujos informativos, en contenidos y formatos, mediante los cuales se comparten ideas, se articulan como red y se amplía a otros actores, se generan y movilizan proyectos, así como también permite salir de

lo local, ampliar en lo instantáneo y sin espacio, si relación con lo regional, lo nacional e incluso e internacional.

Esas relaciones sociales, económicas y culturales que se dan con las redes socio técnicas, son en las que se dan articulaciones interescales, de lo local a lo global, de lo virtual a lo no virtual, que como señala Kauchakje “contribuyen para la construcción de identidades, tanto para individuos en lo que se refiere a la autoconstrucción social del *self* (Lamb; Davidson, 2002), como para grupos o movimientos que, en tanto colectivos identitarios y de acción, acaban proyectándose en el espacio de las articulaciones globales (Duarte, 1998) [...]” (2006, p. 10).

### **2.4.3. La red 2.0**

El término redes sociales se ha asociado en los últimos años, además, a los servicios que se prestan desde la red social 2.0 o la WEB 2.0, o redes socio técnicas que se dinamizan a través de Internet y logran una mayor movilidad con los artefactos tecnológicos (dispositivos móviles y digitales), gracias a los cuales la interconexión, mediada por la actuación de los sujetos y posibilitada por la red de redes, Internet, genera nuevos espacios de interacción e interrelación, como los servicios de redes sociales que partiendo de la WEB, generan dinámicas organizacionales que han transformado la cultura, por ejemplo, estarían Facebook, Twitter, Blogger, LinkedIn, Tuenti, Badoo, entre otros.

En la década de los 90, Internet aparece con servicios de interconexión, en la llamada red 1.0, como el correo electrónico y el chat. Los videos, las fotografías, y todo tipo de archivos digitalizados, se compartían adjuntos a los mensajes, en los que mediada para compartir la información la necesidad de manejar las direcciones electrónicas de los usuarios.

La interactividad aumenta con y en la WEB 2.0, con los servicios de interacción personal, su funcionalidad ha sido pensada para la generación de vínculos sociales, comunidades virtuales incluso de aprendizaje colaborativo. Como lo señalan Viloría, Hender; Villalobos, Fernando y Espinosa, Alejandro (2013) “En ella la conexión se enriquece con nuevas aplicaciones y una nueva forma de entender la conectividad, ya que no es lineal y desnuda, sino que se llena de contenido. No se busca sólo la conexión con el amigo, sino que integramos las redes sociales en distintos apartados del devenir social.”

Viloría, Hender; Villalobos, Fernando y Espinosa, Alejandro (2013) señalan se pueden identificar tres tipos de redes: de propósito general, de masas o mega comunidades, como Facebook y Twitter; las abiertas para compartir archivos sean en formato videoclip, presentación, fotografías, tales como *YouTube*, *SlideShare*, *Snips*, *Flirck*, entre las más importantes, y las temáticas o micro comunidades con un interés específico, por ejemplo, Ning, Elgg, Grou.ps, Google Groups.

Las conexiones que se generan entre colectivos sociales con intencionalidades determinadas. Se puede decir que la conexión en red es multimodal, estamos conectados de numerosas formas gracias al uso de Internet y las redes de comunicación móviles, y esto como



lo señala Castells (2012), incluye redes una conexión de redes sociales online y offline, así como con redes sociales ya existentes y otras formas de acción de los movimientos. Señala “Las redes están dentro del movimiento, con otros movimientos del mundo, en la blogosfera, en los medios de comunicación y en la sociedad en general.”

#### **2.4.4. Mapa de las redes sociales virtuales**

La indagación de los mapas iRedes evidencia el panorama de los usuarios y comunidades en línea que acceden a los diversos servicios de redes sociales virtuales de Internet.

El mapa del año 2010 muestra más de dos mil millones de usuarios en todo el mundo, circulando en las redes sociales virtuales más populares. Los usuarios aparecen agrupados en categorías temáticas, como: general, videos, música, fotos, citas, agregadores, negocios, temáticas, viajes y españoles. Las diferencias son notables en cada categoría, y aún entre ellas. Para este año, en la línea de las redes catalogadas como de temas generales *Facebook* es la red de redes, con 550 millones de usuarios; le siguen en cantidad entre 175 y 100 millones de usuarios, en su orden: Google Buzz (175), Twitter (150), Orkut (150), Habbo (130), Windows Live Space (115). En otros temas, las tendencias revelan, en video: Youtube, 350 millones. Música, negocios y citas se trataba para este año de categorías de redes y servicios virtuales con mayor cantidad de usuarios que las ubicadas en: viajes, fotos y redes temáticas (por ejemplo de: televisión, literatura, medicina, motor, medio ambiente, ideas, mapas, videoconferencia, cocina y servicios).



información, gestión web/redes sociales, videoconferencia y mensajería, contactos/citas, agregador de noticias, con temáticas como: plataforma y opinión, idiomas, literatura, salud y ejercicio, temáticas: ciudades, turismo y viajes, juegos: manga y anime, compartir coche, motor, estudiantes y mundo académico, fotografía y video, música y radio, almacenamiento y correo, y negocios. Los usuarios pasan con solo *Youtube* de mil millones y, en general, aproximadamente a los 16 mil millones.

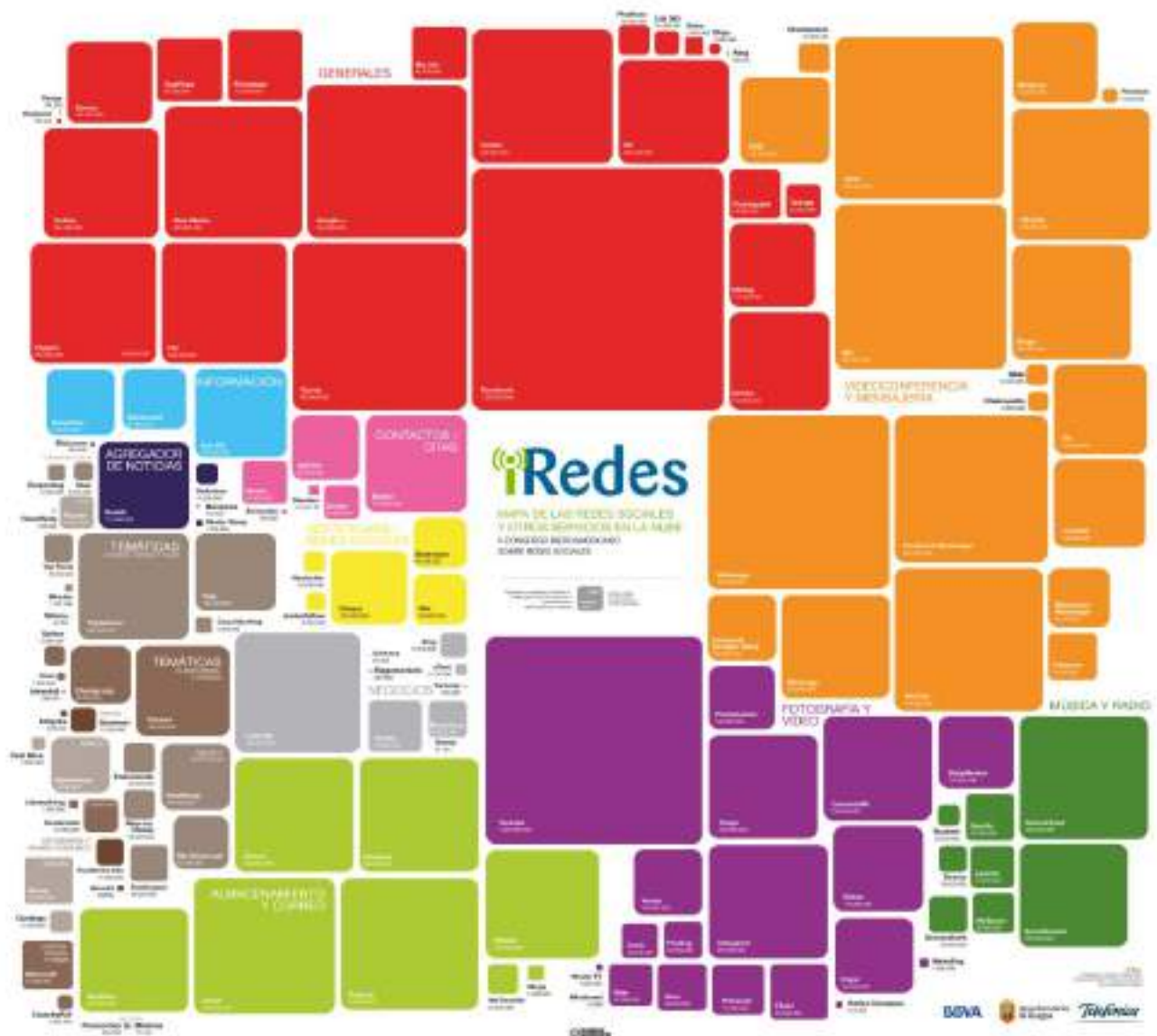


Figura 3. Mapa de las redes sociales y otros servicios en la nube.  
Fuente: iRedes, 2015.

En cinco años, de acuerdo con iRedes, la cantidad de usuarios de las redes sociales y de servicios en la nube ha aumentado en cerca de 800%. Esto deja en evidencia no sólo las dinámicas de consumo, acceso y usuarios; también las condiciones de manejo del mercado, la economía y, por supuesto, la influencia en la política, situaciones que representan en la actualidad el desarrollo de una economía mediada por los contenidos, transacciones e intercambios que se generan gracias a Internet, y los dispositivos. Es decir, evidencia la tecnificación social. En este sentido, las cifras también llaman la atención y remiten a cuestionar las transformaciones culturales que se generan en, este lapso, entre actores sociales, individuales y colectivos, y llevan también a preguntar por el panorama que podría vislumbrarse a futuro con la tecnificación, con la ampliación de las redes sociotécnicas en los diferentes escenarios sociales.

#### **2.4.5. Interacción /participación en las redes sociales**

Las tecnologías de conexión en red, como lo señala Castells (2012), son válidas porque proporcionan la plataforma para esta práctica creciente de conexión en red (...) Esta estructura descentralizada maximiza las oportunidades participación de los colectivos, teniendo en cuenta que estas redes son abiertas, sin límites definidos, y se configuran continuamente dependiendo del nivel de participación de la población.

Se trata de una comunicación/interacción a gran escala, que ha movilizó una transformación tecnológica y organizativa, que Castells ha llamado como autocomunicación

de masas, “basada en redes horizontales de comunicación interactiva y multidireccional en Internet y, cada vez más, en redes de comunicación inalámbricas, la comunicación prevalente en la actualidad en todas partes” (Castells, 2009, p. 210) y porque “procesa mensajes de muchos para muchos y potencialmente pueden llegar a ser numerosos receptores y conectarse a incontables redes que transmiten información digitalizada en un barrio o por todo el mundo [...] En esta autocomunicación quien el emisor decide el mensaje de manera autónoma, designa a los posibles receptores y selecciona los mensajes de las redes de comunicación que quiere recuperar (p. 24).

Comunicar, señala Castells (2012), es compartir significados mediante el intercambio de información. Para la sociedad en sentido amplio, la principal fuente de producción social de significado es el proceso de comunicación socializada. La comunicación socializada es aquella que existe en el ámbito público más allá de la comunicación interpersonal. La transformación continua de la tecnología de la comunicación en la era digital extiende el alcance de los medios de comunicación a todos los ámbitos de la vida social en una red que es al mismo tiempo local y global, genérica y personal, en una configuración constantemente cambiante... (p. 23).

Castells (2012) “... en la sociedad red la autonomía comunicativa se construye fundamentalmente en las redes de Internet y en las plataformas de comunicación inalámbrica. Las redes sociales digitales ofrecen la posibilidad de deliberar y coordinar acciones sin trabas. No obstante, éste es sólo un elemento de los procesos comunicativos a través de los cuales los

movimientos sociales se relacionan con la sociedad en general. También necesitan establecer un espacio público creando comunidades libre en el espacio urbano... (p. 27).

Como lo señala Martín- Barbero (2002) “lo que la revolución tecnológica de este fin de siglo introduce en nuestras sociedades no es tanto una cantidad inusitada de nuevas máquinas sino un nuevo modo de relación entre los procesos simbólicos –que constituyen lo cultural- y las formas de producción y distribución de los bienes y servicios: un nuevo modo de producir, inextricablemente asociado a un nuevo modo de comunicar [...] (p. 11), agrega [...] la *tecnología* remite hoy no a unos aparatos sino a nuevos modos de *percepción* y de *lenguaje*, a nuevas sensibilidades y escrituras (p. 12). “Dos procesos están transformando radicalmente el *lugar* de la cultura en nuestras sociedades. La revitalización de las identidades y a revoluciones de las tecnicidades” (2002, p. 10).

Así las redes sociales que se tejen en lo virtual y lo no virtual proponen otras formas de comunicación, con intencionalidades que transforman las formas de organización social, la interacciones se dan en los tiempos y ritmos que sus actores permitan y posibiliten, se podría decir en palabras de Castells (2012), que su lógica es no productivista, sino de transformación mental, “aceptan la lentitud del proceso y se sitúan a largo plazo, porque la lentitud es una virtud: permite reflexionar, corregir errores y da espacio y tiempo para disfrutar del proceso de cambiar el mundo como preludio para celebrar el nuevo mundo que se crea” (p. 147).

Es a través de las redes sociales virtuales y los artefactos digitales que hoy los actores sociales y agrupaciones sociales, han logrado desarrollar acciones colectivas en las que pesan

características muy particulares de los sujetos, como, por ejemplo, su capacidad para desarrollar vínculos para la construcción de proyectos de interés; la generación de mensajes que se narran con las posibilidades del lenguaje, que potencian las redes sociales, la Internet; en las que se potencia la creatividad, la imaginación, la construcción de conocimiento desde otros lugares, así como el reconocimiento de saberes; el conocimiento libre circula en la redes.

Martín-Barbero (2002), citando a A. Appaduray, señala como si bien la imaginación ha sido utilizada en las estructura capitalista para el disciplinamiento y el control, y que en parte de esas acciones no sólo han estado organización tradicionales, sino también los medios masivos de comunicación, la imaginación “es la facultad a través de la cual emergen nuevos patrones colectivos de disenso, de desafección y cuestionamiento de los patrones impuestos a la vida cotidiana a través de la cual vemos emerger formas sociales nuevas, no predatorias como las del capital, formas constructoras de nuevas convivencias humanas.”

Los colectivos en red están integrados por sujetos con una identidad, que es entendida como “la expresión de lo que da sentido y valor a la vida del individuo”, la identidad agrega “se construye en el diálogo y el intercambio, ya que es ahí que individuos y grupos se sienten despreciados o reconocidos por los demás” (Barbero, 2012, p. 16). Hay otro elemento importante y tiene que ver con cómo las relaciones en red, permite a los actores construir su autonomía, y esto ocurre con personas con ideas parecidas en los colectivos o grupos que escojan. Castells (2012) señala como “la autonomía se refiere a la capacidad de un actor social para convertirse en sujeto

definiendo su acción alrededor de proyectos contruidos al margen de las instituciones de la sociedad, de acuerdo con los valores e intereses del actor social (p. 220).

Al colectivo lo movilizan los intereses comunes y en estos median emociones, como el entusiasmo por alcanzar determinados fines. Castells ha propuesto como desde la teoría de la inteligencia afectiva, se ha evidenciado que “los individuos se muestran emocionados cuando se movilizan por un objetivo que les importa. Esta es la razón por la que el entusiasmo está directamente relacionado con otra emoción positiva: la esperanza [...] la esperanza es un ingrediente fundamental para apoyar la acción de búsqueda de objetivos [...]” (2012, p. 31).

Así la conexión de intereses comunes, la empatía, se da a través de procesos de diálogo y comunicación, en el que se posibilita narrar las experiencias; es decir, hay un reconocimiento del otro, confianza, y por este camino una construcción de lo colectivo. Las propuestas, las ideas, movilizan el colectivo. Es a través de las redes de comunicación como colectivos, grupos o movimientos viven y actúan, también con la interacción no virtual, cara a cara.

La acción colectiva, como lo señala Castells se basa en gran medida en Internet (redes sociales digitales y plataformas inalámbricas), en tanto posibilita movilizar, organizar, deliberar, coordinar e incluso decidir, pero no es suficiente si no se habita y transita el espacio, y si los actores de cambio social no influyen de manera decisiva utilización mecanismo de construcción de poder acordes con las formas y procesos del



poder en la sociedad red. En nuestra época la comunicación multimodal a través de las redes digitales de comunicación horizontal es el medio de comunicación más rápido, autónomo, interactivo, reprogramable y autoprogramable de la historia (Castells, (2012, p. 32).

Las redes de comunicación autónomas, de comunicación horizontal, pueden generar mensajes autónomos, mediante los cuales se circulen propuestas. Son medios poderosos de expresión y participación, los mensajes que por ellas circular son las que construyen el medio. Un mensaje se hace viral, circula con potencia en las redes sociales de Internet cuando hay afinidad de este con la experiencia de la vida las personas. Hoy esa afinidad por los mensajes en las redes tiene que ver con que circulen mensajes llenos de sentido, que apuestan por la creatividad, y por los recursos de expresivos más allá de las palabras. La imaginación, la creatividad constituyen un nuevo ecosistema de lenguaje que expresa nuevas subjetividades.

La influencia de las redes sociales, particularmente las virtuales, también ha permitido cuestionar las maneras como se generan los vínculos sociales y las intencionalidades para hacerlo; se podría hablar de escenarios líquidos, ligeros y banales, sin memoria; si en sus dinámicas de construcción no se atraviesa esa intencionalidad de hacer parte de y construir vínculos de otras maneras, si no se dinamizan procesos más participativos, comunicativos y de creación conjunta.

El impacto de Internet en la constitución de los sujetos, en las actuaciones, en el desarrollo psicológico, así como en lo que se refiere a las actuaciones colectivas que moviliza,

ha sido ampliamente estudiado por investigadores, desde diferentes disciplinas. Entre ellos Manuel Castells nos habla de la sociabilidad en Internet, referida a la interacción social o individual en Internet o el tema de las comunidades virtuales de Internet. Internet es un instrumento que desarrolla, amplifica y potencia comportamientos, pero no los cambia.

Las comunidades virtuales generan sociabilidad, generan relaciones y redes de relaciones humanas, que se diferencian de las comunidades físicas, estos hallazgos que desde la sociología empírica de las comunidades de Internet, hacen parte de la investigación de Barry Wellman, de la Universidad de Toronto (Castells, 2009).

La sociabilidad *on line* señala Castells (2009) se genera en comunidades personales, comunidades de personas basadas en los intereses individuales y en las afinidades y valores de las personas. Es decir, en la medida en que se desarrollan en nuestras sociedades proyectos individuales, proyectos de dar sentido a la vida a partir de lo que yo soy y quiero ser, Internet permite esa conexión saltando por encima de los límites físicos de lo cotidiano, tanto en el lugar de residencia como en el lugar de trabajo y genera, por tanto, redes de afinidades. [...]

Entonces, lo que ocurre es que Internet es apta para desarrollar lazos débiles, para crear lazos débiles, pero no es apta para crear lazos fuertes, como media, y es excelente para continuar y reforzar los lazos fuertes que existen a partir de relación física. En este sentido, la tendencia que se está desarrollando es hacia la disminución de la sociabilidad de base comunitaria física tradicional. Lo que está ocurriendo es que

la sociabilidad se está transformando mediante lo que algunos llaman la privatización de la sociabilidad, que es la sociabilidad entre personas que construyen lazos electivos, que no son los que trabajan o viven en un mismo lugar, que coinciden físicamente, sino personas que se buscan [...]

Esta formación de redes personales es lo que Internet permite desarrollar mucho más fuertemente. La otra serie de estudios, como los realizados por Marcia Lipman, en Berkeley, que ha estudiado cientos de comunidades virtuales, señalan otro dato fundamental, y es que las comunidades virtuales son tanto más exitosas, cuanto más están ligadas a tareas, a hacer cosas o a perseguir intereses comunes juntos [...] lo que vemos es la apropiación de Internet por redes sociales, por formas de organización del trabajo, por tareas, al mismo tiempo que muchos lazos débiles, que serían demasiado complicados de mantener *off line*, se pueden establecer *on line*.

#### **2.4.6. Comunidades de práctica**

En las redes sociales también se vislumbran nuevos mecanismos de producción de poder, dinámicas de organización social, otras formas de generación de conocimientos y circular los saberes, y de expresión de la cultura. La constitución de los colectivos en red, en espacios/tiempos, fracturan la organización de mediática hegemónica y, por tanto, producen también quiebres en las dinámicas de participación individual y colectiva y, por tanto, también en las dinámicas de producción y circulación de los saberes y el conocimientos.

En este sentido, las bases de una comunidad de práctica se asientan en reconocer como parte de la vida de los seres humanos el asumir y emprender proyectos, participar en ellos, o como lo señala Wenger (2001) “empresas”. En este camino está la interacción con los otros y sus contextos.

En cada intercambio se dan entonces aprendizajes diversos, producto de unas prácticas sostenidas en el tiempo, para unos fines determinados. Fines que pueden entenderse en la vía de alcanzar ese sentido en común, en el que se implica el compromiso mutuo.

La participación en tanto motivante de los actores sociales es la que permite generar de manera intencionada o no saberes y conocimientos; es decir, en la práctica se actúa y se conoce al mismo tiempo. “En la práctica la llamada actividad no es reflexiva y la actividad mental no es incorpórea.” (ibíd., p. 72).

En este sentido, la participación apoya el aprendizaje de los individuos y posibilita que ellos desarrollen prácticas en sus comunidades; en las comunidades, opera para el refinamiento de sus prácticas y dando lugar o no a la continuidad y permanencia, y motivando el ingreso de otros actores; y en las organizaciones, promoviendo la interconexión de comunidades de práctica.

Los tres elementos que hacen de la práctica una fuente de cohesión y coherencia de la comunidad, planteados por Wenger, se retoman en esta investigación como referentes para la mirada de los colectivos en red. El compromiso mutuo implica evidenciar las condiciones de posibilidad de que este se dé y, por tanto, se da en la negociación conjunta y en el

reconocimiento de la diversidad y al mismo tiempo de la homogeneidad (de lo común). “El compromiso mutuo no sólo supone nuestra competencia, sino también las de los demás. Se basa en lo que hacemos y en lo que sabemos, además en nuestra capacidad para relacionarnos significativamente con lo que no hacemos y lo que no sabemos; es decir, con las contribuciones y el conocimiento de los demás” (p. 103).

Una empresa conjunta “es el resultado de un proceso colectivo de negociación que refleja toda la complejidad del compromiso mutuo; la definen los participantes en el proceso mismo de emprenderla; no es una simple meta establecida, sino que crea entre los participantes unas relaciones de responsabilidad mutua que se convierte en parte integral de la práctica.” (p. 105). Es entonces, aquella en la que se negocia y se responde a las condiciones propias de los contextos e historias de sus participantes; es una en la que hay una responsabilidad mutua.

El repertorio compartido tiene que ver con los recursos, maneras de actuación o de hacer, que una comunidad de práctica ha logrado definir en procesos de negociación para alcanzar sus propósitos, incluye “rutinas, palabras, instrumentos, maneras de hacer, relatos, gestos, símbolos, géneros, acciones o conceptos que la comunidad ha producido o adoptado en el curso de su existencia y que han pasado a formar parte de su práctica.” (p. 110).

Stephen Downes y George Siemens (s.f) a propósito de los principios del Conectivismo, plantean que el aprendizaje que se da a través de las redes reconoce la diversidad de opiniones, de información que circula en ellas; se promueve en la conexión con

fuentes o nodos de información; se reconoce en las personas, quienes tienen unos saberes y capacidades de saber más y de aprender; se entienden que las conexiones que se fomentan y mantienen permiten el aprendizaje permanente y continuo; en la interconexión se reconoce también como se potencia la capacidad de conectar ideas, campos y conceptos; la capacidad para tomar decisiones es un proceso de aprendizaje, por tanto elegir la información y encontrar la importancia para los procesos de vida personales y para la construcción social es relevante. Cuando circula tanta información en las redes sociales, los procesos de selección de las fuentes es una labor en la que interviene el sujeto, es una opción también de decisión.

El conocimiento entonces ya no está en el aporte de una fuente de información como pueda ser el maestro, o la escuela o universidad como instituciones formales, sino que se ha ampliado a otros lugares; así mismo se entiende el aprendizaje no como una actividad individualista, sino también colectiva, en tanto el conocimiento se distribuye en redes, pero además se puede construir en redes. La producción de contenidos, las posibilidades de trascender el tiempo y el espacio, las múltiples maneras de establecer vínculos y conectar prácticas, son algunas de las potenciales fortalezas que los servicios de redes sociales virtuales brindan a las comunidades virtuales, redes, para dinamizarse.

Estas redes sociales virtuales permiten al sujeto narrarse y descubrirse a sí mismo y establecer relaciones con otros, crecer colectivamente, y atreverse a ser otros, a ser distintos, a cambiar, a transformar, a inventar la propia vida. Se generan procesos sociales, se movilizan los intereses personales y colectivos, se generan estructuras organizativas y, sobre todo se permite que se desarrollen formas de relación y comunicación social que incluso se originan

en lo no virtual. Y esto señala las condiciones sociales y culturales transformadas que permiten, construir sentido en colectivo o inteligencia colectiva.

Como sujetos y colectivos las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías, están en esa oportunidad de conectar lo global con lo local, el espacio de los flujos con el espacio de los lugares. Lo importante está en el beneficio que esto trae para los navegantes, en las posibilidades que ellos den para la construcción y dinamización de lo que son, y de lo que construyen en colectivo, en producción cooperativa.

### **Capítulo 3. La etnografía virtual, ruta de exploración de las prácticas crossmediáticas que promueven la participación ciudadana en el ciberespacio**

#### **3.1. Enfoque de investigación**

El proceso desarrollado se centró en un enfoque *Cualitativo*, que pretendió hacer un análisis de la realidad centro de interés. Corresponde a dicho enfoque, en la medida que hizo la descripción de la realidad desde ella misma; es decir, desde el contexto propio de los sujetos, buscando identificar la esencia de estos, su naturaleza y comportamientos. Siendo esto su propósito, es claro que se da una orientación hacia el proceso más que a los mismos resultados, en tanto se persigue el acercamiento a los actores y su contexto.

Todo ello a partir de la interpretación de acontecimientos y el relato de los mismos actores. Con ello se pretende llegar a la comprensión de los hechos sin forzarlos o hacer una experimentación o control de la realidad, lo que hizo de este proceso un camino de construcción de conocimientos a partir de la realidad misma, contextualizado y con un carácter holístico e interpretativo.

#### **3.2. Tipo de investigación**

El proceso investigativo se desarrolló mediante la implementación de la Etnografía Virtual, a partir de la cual se logró llegar a la interpretación puntual del caso CaféSM. Vale



resaltar que los estudios de etnografía virtual son considerados una modalidad de etnografía acoplada a las emergencias de la sociedad, ya que es la traspolación de este método cualitativo al análisis de las nuevas realidades, como lo es Internet.

La Etnografía Virtual (Hine, 2000) permite un estudio detallado de las relaciones en línea, de modo que Internet no es solo un medio de comunicación, sino también un artefacto cotidiano en la vida de las personas y un lugar de encuentro que permite la formación de comunidades, de grupos más o menos estables y, en definitiva, la emergencia de una nueva forma de sociabilidad [...] (Callén y Pérez, 2013, p. 2).

Por lo tanto, este proceso investigativo atendió a los principios que definen la actuación de la Etnografía Virtual, además que son absolutamente pertinentes a la investigación, estos principios, Hine (2000) los presenta así:

1. La presencia sostenida del etnógrafo en su campo de estudio, combinada con un compromiso profundo con la vida cotidiana de los habitantes de ese campo, dan pie a ese tipo de conocimiento especial que llamamos etnográfico. El investigador es capaz de utilizar sus interacciones a lo largo del tiempo para "reducir la extrañeza" (Geertz, 1993, p. 16) que puedan ocasionar las formas de vida de otras personas.
2. Los medios interactivos nos desafían y nos dan la oportunidad de hacer etnografía, pues sacan a relucir la cuestión relativa al "sitio de interacción". El ciberespacio no necesariamente tiene que ser visto

como un lugar apartado de cualquier conexión con la "vida real" o de la interacción cara a cara.

3. El crecimiento de las interacciones mediadas nos invita a reconsiderar la idea de una etnografía ligada a algún lugar en concreto o, inclusive, a múltiples espacios a la vez. Estudiar la conformación y reconfiguración del espacio a través de interacciones mediadas, representa en sí una gran oportunidad para la perspectiva etnográfica. Más que multi-situada, podríamos pensar convenientemente en la etnografía de la interacción mediada como fluida, dinámica y móvil.
4. El objeto de investigación etnográfica puede reformularse, convenientemente, para centrarse en los flujos y las conexiones en vez de en las localidades y los límites como principios organizadores.
5. El reto de la etnografía virtual consiste en examinar cómo se configuran los límites y las conexiones, especialmente, entre lo "virtual" y lo "real" [...] El objeto etnográfico está delimitado, en la práctica, por los límites del etnógrafo en términos de tiempo, espacio o ingenuidad [...]
6. La etnografía virtual es un intersticio en el sentido de que convive entre varias actividades, tanto del investigador como de los participantes del estudio. Y la inmersión en el contexto se logra apenas intermitentemente.
7. Nuestras descripciones pueden basarse en ideas de relevancia estratégica para el análisis y no en representaciones fieles a realidades dadas por objetivas.

8. La etnografía virtual implica una intensa inmersión personal en la interacción mediada. Este tipo de implicación adhiere una nueva dimensión a la exploración del uso de los medios en su contexto.
9. Las nuevas tecnologías de la interacción permiten que los informantes aparezcan dentro de la etnografía y a la vez, que estén ausentes. Del mismo modo, el etnógrafo puede estar ausente o presente junto a sus informantes.
10. La etnografía virtual se adapta al propósito, práctico y real, de explorar las relaciones en las interacciones mediadas, aunque no sean "cosas reales" en términos puristas. Es una etnografía adaptable según las condiciones en que se encuentre [...] (pp. 80 – 82).

### **3.3. Recolección y análisis de la información**

Para adelantar una caracterización CaféSM, y entenderlo como un colectivo que se construye y transforma permanentemente, y que en sus prácticas transmediáticas y o crossmediáticas de trabajo promueve desde sus actores la participación ciberciudadana, se definieron cuatro categorías y unas subcategorías (ver tabla 2) que se organizan de acuerdo con la necesidad de información para el respectivo análisis.

Tabla 2. Categorías de análisis.

<i>Objetivo específico</i>	<i>Categoría</i>	<i>Descriptor</i>
<i>Describir los perfiles de los sujetos Prosumidores integrantes del CafeSM como ciberciudadanos</i>	<i>Tendencia</i>	<i>Apropiación de las TIC</i>
	<i>Prosumidora</i>	<i>Redes Sociales de interés y pertenencia</i>
	<i>Prácticas</i>	<i>Concepción de la ciberciudadanía</i>
	<i>Ciberciudadanas</i>	<i>Vinculación a colectivos /Movimientos Sociales</i>
<i>Identificar las características de CafeSM como colectivo en red</i>	<i>Colectivo en Red</i>	<i>Constitución como colectivo</i>
		<i>Dinámicas de funcionamiento</i>
		<i>Comunidad de práctica</i>
<i>Analizar las prácticas crossmediáticas del Colectivo CafeSM</i>	<i>Espacios de</i>	<i>Redes Sociales del Colectivo</i>
	<i>Interacción</i>	<i>Espacios no virtuales de participación del Colectivo</i>
	<i>Prácticas</i>	<i>Narrativas</i>
	<i>Crossmediáticas</i>	<i>Gestión del conocimiento</i>
		<i>Apuestas por la ciberciudadanía</i>

Fuente: *Elaboración propia del grupo de investigación.*

La ejecución de este proceso ameritó la recolección de la información tanto en espacios no virtuales como virtuales. Entre los no virtuales se retomaron el programa de radio del CaféSM, cuya emisión se realiza *online* y las entrevistas presenciales con algunos integrantes del colectivo. Los espacios virtuales abordados en la investigación son las cuentas de *Twitter* y *Facebook*, y el *blog*.

Para la indagación a los integrantes del CaféSM se determinó tener en cuenta la técnica de entrevista semiestructurada. Con base en sus fundamentos se construyó una guía

conformada por 10 ítems abiertos (ver anexo 1); y para la observación directa a los espacios mencionados (ver anexo 3).

Con el fin de adelantar la sistematización de la información y permitir su comprensión a la luz de las categorías arriba señaladas (ver figura 2), para las entrevistas se partió del diseño de matriz descriptiva de perfiles de los integrantes del CaféSM (ver anexo 2). En el caso de los medios, retomando los principios de la etnografía virtual, se diseñó una matriz de análisis que permitió caracterizar las prácticas de CaféSM y de sus integrantes en relación con las narrativas, la gestión del conocimiento y las apuestas por la ciberciudadanía.

Así, el análisis de la información se desarrolló a partir del uso de variadas técnicas, Los resultados finales dan cuenta de la triangulación de la información, que se da entre la información que arroja la investigación en tres ejes, para dar cuenta del objetivo general y los específicos, así: las entrevistas semiestructuradas y los ejercicios posteriores de sistematización en matrices, descripción de prosumidores y lectura general descriptiva de perfiles; el seguimiento y observación a medios del CaféSM, en un ejercicio descriptivo consignado en matrices que dan cuenta de una mirada particular y general de cada medio. La caracterización del CaféSM se realiza teniendo como fuentes la información y los análisis que emergen de las entrevistas y los medios.

## Capítulo 4. Apropiación de las TIC, participación ciber-ciudadanía, prosumisión y tránsitos crossmedia del colectivo CaféSM

### 4.1. Prosumidores del CaféSM



Alvín Toffler (1980), nos presenta el concepto de prosumidor, que se comprende como ese sujeto que produce y consume a la vez, y que para el caso de internet se hace más que evidente. Por lo que como grupo investigador se considera que un prosumidor puede ser todo aquel que interactúa en la red, incluso con el uso de una fotografía que sube o revisa. Atendiendo a ello, y luego de la información recopilada, es apenas justo y necesario el reconocimiento de los integrantes de CaféSM como *prosumidores*, en tanto producen contenidos que comparten a través de diferentes medios, y consumen información para su aprendizaje y fortalecimiento.

Siendo así, se llega a la construcción de perfiles de los sujetos Prosumidores integrantes del CaféSM, la cual evidencia una densa labor de indagación que partió de un trabajo de campo, en el cual la recolección de información se surtió con la realización de entrevistas a seis de los trece participantes del CaféSM (ver anexos 10 a 15), continuó con la organización de información en una matriz previamente diseñada (ver anexo 4 a 9), en la que se retoman dos categorías principales, con sus respectivos descriptores, a saber:

Tendencia Prosumidora, para la que, en correspondencia con lo citado desde los planteamientos de Toffler (1980), se identifican características en cuanto a la apropiación de las TIC y Redes Sociales de interés y pertenencia siendo los aspectos que dan principalmente, cuenta de su desempeño en la red desde sus rol prosumidor; y Prácticas Ciber ciudadanas, remitiéndonos a Rocío Rueda (et al, 2013), quien retoma a Castells, se considera desde la perspectiva de la participación política en la red, entendida esta no únicamente circunscrita al ámbito electoral, sino que va más allá, en consonancia con la perspectiva del equipo investigador acerca de la ciudadanía, que se asume como esa identidad y acto de participación en la toma de decisiones para un bien común en todos los ámbitos de nuestra vida. Por lo anterior, cobra importancia revisar en los prosumidores del CaféSM cuál es su concepción de la ciber ciudadanía y la vinculación a colectivos /Movimientos Sociales, para describir esa vivencia personal que cada uno tiene en este aspecto.

De allí, se adelanta la construcción descriptiva de los perfiles, en los que se muestran sus tránsitos por las TIC y lo que estos implican para su constitución como sujetos prosumidores,

que desarrollan una autonomía comunicativa que les permite ejercicios ciberciudadanos, que se tensionan entre lo virtual y no virtual.

#### **4.1.1. César Sanchez C.**

*Tendencia prosumidora:* César Sánchez C., conocido en las redes sociales como @ElCesarPaisa se considera alguien en permanente crecimiento, que aprende constantemente de la tecnología y el mundo digital. Con ello busca conocer y ahondar en lo que asume como productivo, aquello que le aporta a él o a las personas en general, llegando a distinguir y demarcar algunas herramientas.

Su primer acercamiento a las Tecnologías de la Información y la Comunicación ocurre durante su paso por el colegio. Se trató de una experiencia que resultó un poco traumática, pues se trataba de centrarse en el manejo de comandos para aprender el sistema operativo DOS. Eso generó su apatía hacia los computadores, también “pereza”, además perdió la asignatura. Sin embargo, ya en un segundo momento, cuando su padre le compra un computador con la plataforma de Windows, empieza un acercamiento a ellos de manera más autodidacta; se acerca a indagar y a leer sobre Windows y Office. Para ese tiempo, al ser de los primeros equipos con ese sistema, traían manuales muy densos, a los que se dedicó y se constituyen en punto de referencia y consulta.

En esta línea, César comenta que luego de leer el libro de mil páginas de Word, el libro de Excel y de otros temas relacionados con el mundo de los computadores fue adquiriendo un



conocimiento más avanzado que el que tenía el resto de las personas. A partir de allí se volvió uno como punto de referencia y consulta para la gente que no conocía muchos de estos temas.

En cuanto al uso de otros artefactos y/o elementos tecnológicos maneja una postura muy crítica para decidir utilizarlos o no, pues en ello juega un papel importante para la decisión no solo las ventajas y desventajas, también el aporte que le puedan generar. Comenta durante la entrevista de su gusto por los juegos en la red, un interés que maneja con reserva y cuidado porque le hacen perder mucho tiempo, “cuando yo me encarto con un juego me trasnocho, una dos de la mañana jugando entonces mejor no dejémoslo así” (C. Sánchez, comunicación personal, 24 de mayo de 2015). Los celulares, los considera de gran utilidad y ha estado en la constante actualización de acuerdo con las ventajas que van ofreciendo y lo identificado y satisfecho que se sienta frente a ellos.

Así mismo se considera, y al explorar sus perfiles y su trabajo se logra identificar, como un prosumidor, especialmente busca la producción de material que aporte a las personas, desde sus mensajes en Twitter hasta las novedosas redes como HeyHey, *Tumblr*. Sin embargo, señala trata de hacer producciones no muy extensas, incluso en blogs, porque considera que este tipo de espacios muchas veces no son leídas en totalidad. Pero sí busca mantenerse actualizado y compartir constantemente, y generar contenido de valor.

En mis redes sociales trato de publicar contenidos que a la gente le puedan servir o que uno considere que son de relevancia para las personas [...] también consumo que obviamente pues uno no va decir que uno se inventó el Internet ni que se

inventó los contenidos, entonces uno muchas veces pues también consume de lo que hay, pero también muchas veces hago como una especie de curaduría suavecita de buscar esto que puede servir o por ejemplo es una fecha especial día de la madre bueno escoja algo pal día de la madre, no sé, o navidad qué aplicación hay para navidad o cositas así [...] (C. Sánchez, comunicación personal, 24 de mayo de 2015).

Así, para @ElCesarPaisa Internet es una fuente indispensable de información para su trabajo y considera que desde allí maneja el 70% de éste. En cuanto a ser consumidor lo es desde que abre una ventana o una aplicación, pues es lo que hace desde Internet a una persona consumidora. Además lee producciones de otros. Y desde ese rol de prosumidor también emerge su ciberciudadanía, la cual se caracteriza por intentar generar participación, pero además acción. Así propone que su ciberciudadanía sea coherente con su ciudadanía para lograr una mayor credibilidad y seguimiento, para alcanzar el propósito de impactar y generar cambios.

Para ello, utiliza redes sociales como Facebook, HeyHey, Twitter e Instagram. Considera Twitter como una red muy buena porque le permite comunicarse con muchas personas sin necesidad de ser contactos y es la más inmediata.

[...] pues yo la verdad saber cuál fue mi proceso de llegada a Twitter, yo entre el 2000 y el 2013 había una empresa que es competencia de Internet de Une que se llamaba GeoNet, aquí en Medellín las oficinas quedaban al frente de Unicentro cierto, yo trabajé con ellos y uno de mis cargos de gerente era encargarme de la sección de tecnología en el portal web, entonces yo todos los días cogía investigaba, publicaba un

artículo y cuando yo vi Twitter entonces dije GeoNet se acabó y yo quede: ¡ay! qué pesar, que tristeza, dónde publicamos los articulos, tan bueno que la gente leía y duraban por correo electrónico echándole la madre quince días después, pero bueno cuando yo vi Twitter fue toda esa oportunidad de seguir hablando con la gente de tecnología o de lo que a mí me gustaba de tecnología y seguir compartiendo contenido sobre tecnología. Eso fue lo que encontré y mi propuesta inicial en Twitter fue esa, como mostrar cosas que de pronto la gente por un afán o porque no es su campo de acción específico pues no ve en cuanto a tecnología y compartir cosas interesantes, eso es como lo que yo trato de hacer en Twitter, lo que pasa es que uno ya se ha ido metiendo por otros lados y con otras cosas pero eso fue como, el chispazo inicial fue ese [...]

[...] pues la red que más me gusta es Twitter primero que todo por inmediatez, porque te permite... uno muchas veces ni siquiera ha visto noticias y uno se entera más fácil de las cosas por Twitter que por el mismo noticiero y si uno se pone a ver por ejemplo un noticiero ya un alto porcentaje de los contenidos son extraídos de Twitter entonces pues me gusta la inmediatez de Twitter me gusta que te permite estar informado obviamente como en todas la redes pues hay mucho contenido que es basura y bueno pues mucha cosa por ahí que no vale la pena pero en general esa es como la que yo prefiero esa es, además que la posibilidad de intercambiar información con un montón de gente que de pronto en Facebook no te permite porque tienes que ser amigo de esta persona y entonces le tienes que dar acceso a un montón de información privada que está en Facebook en cambio en Twitter uno puede compartir e intercambiar

información sin de pronto tener que estar ahí en la lista de amigos de nadie [...] (C. Sánchez, comunicación personal, 24 de mayo de 2015).

De otra parte, hay redes que no ha explorado y que siente sería repetir lo de otras, como es el *Pinterest*, pues ya tiene *Instagram*. Así mismo, son una herramienta valiosa que permite establecer amistades y compartir conocimientos. Le han servido para mejorar su marca personal.

[...] uno hace un montón de amistades y conoce un montón de personas a través de la redes sociales y comparte conocimiento y aprende un montón de cosas, a mí me parece una herramienta valiosa; es decir, es como todo son como todas la herramientas tecnológicas que no son buenas ni malas son neutras y ya cada quien vera que uso le da y dependiendo de ese uso la utilidad que le encuentres [...] (C. Sánchez, comunicación personal, 24 de mayo de 2015).

*Prácticas ciberciudadanas:* se siente parte activa en los procesos que desde redes sociales y, en general, desde espacios virtuales busca generar aprendizajes tanto propios como de sus amigos y/o seguidores, resalta cómo vive la ciberciudadanía en su cotidianidad. Allí, busca mantener la coherencia con sus actuaciones en la realidad presente. Comenta su manera de hacerse partícipe como ciudadano desde acciones que manifiesten el sentir de la ciudadanía y además el apoyo a la misma, por ejemplo:

[...] cuando hay causas de ciudad o eventos de ciudad que uno de pronto ve que la gente no los conoce y que pueden ser de utilidad o pueden ser de interés, por lo menos pues trato de difundirlos si, por ejemplo cuando pasó lo de cómo se llama esta

lo de Parques del Río, pues yo decía, por ejemplo, pues pongamos ahí la información de los desvíos que de pronto alguien se entera por ahí y diga no se pueden meter por ahí porque ya cerraron el negocio si como formación y avance de la ciudad o de eventos y cosas tan básicas como que si yo vi un incendio pues desde aquí desde mi casa, pues lo tuiteo a ver si de pronto [...] (C. Sánchez, comunicación personal, 24 de mayo de 2015).

Y en función de esa coherencia entre su ser ciudadano en lo virtual y ser ciudadano en lo no virtual, comenta que pretende mantenerla:

Pues desde que yo empecé a ver como que la cuenta estaba creciendo y, de pronto, como por la misma presión yo trato de que sea alta la coherencia, obviamente a uno en algún momento se le sale cualquier cosa o se le escapa algo que uno dice oís, pero trato de que haya coherencia porque en cualquier momento alguien le va a decir mire usted dice tal cosa o usted que tuitea tal otra y mire con las que sale si, entonces es preferible llevar la coherencia en la medida de lo posible o lo máximo y seguir los consejos de don Santiago de la transparencia extrema y esa cosas [...] (C. Sánchez, comunicación personal, 24 de mayo de 2015).

En consonancia, ve como limitaciones la trascendencia de las producciones, como es el hecho de no buscar tomar acción sino quedarse solo en el trino, en el comentario y no buscar posibilidades. Comenta que “somos dolientes de todas las causas pero que tanto trasciende porque es un activismo de unas horas [...] Trascender de la vida virtual y del trino y del dolor

en redes sociales a una ayuda concreta a unas personas que lo estaban necesitando” (C. Sánchez, comunicación personal, 24 de mayo de 2015).

#### **4.1.2. Esteban Zapata**

*Tendencia Prosumidora:* Esteban Zapata no se considera un nativo digital. Vivir mucho tiempo en un pueblo, a donde todas “las cosas llegaban tarde”, hizo que su relación con la tecnología empezara por la “máquina de escribir pura, la de rodillo”, pasara por “la máquina de escribir que era con la pantallita digital que uno digitaba y uno podía borrar”, y en el camino también tuviese relación con el teléfono de cable, el que se ubicaba en un muro y era de disco con el televisor con perilla, blanco y negro y luego el TV a color..

Es en Medellín cuando en los años 90, con el regalo de las Empresas Públicas de Medellín, de un computador, el primero que se tenía en su casa, y la posibilidad de acceso gratuito a Internet, siente la necesidad de saber más del tema de las TIC. Se trataba entonces de empezar de cero, pero ya con el “enganche” o “engome” de buscar, mirar, conocer. Así, fue explorando también, con la llegada a su casa del primer teléfono celular, “un Nokia raro”, luego cuando tuvo el primero, propio, con plan de datos y el acceso a juegos, como los de la serpiente, los *Multiplayer* y de rol.

Su apropiación de las TIC pasa entonces por lo personal, lo profesional y laboral. Como desarrollador, en una multinacional de libros educativos en idiomas, crea nuevas “*features*” o nuevas características para una aplicación propia de esta empresa tipo *Moodle*; o

en otros casos ha generado soluciones informáticas con la creación de aplicaciones para el cliente externo y ha hecho análisis de redes sociales. Sus gustos, relacionados con lo que se encuentra ahora involucrado, tienen que ver con temas técnicos que conoce, como el análisis, *bigdata*, “*datamatch*”, “*learning*”, la inteligencia artificial y el desarrollo.

Para Esteban Zapata las TIC “[...] significan un medio que apoya una actividad de una persona, para mejorarla, para generar nuevos resultados para lo que se necesita [...]”. Es por eso, que ha explorado diversos desarrollos tecnológicos, incluidos aquellos que ha permitido Internet, como los *Social Media*, de los cuales ha probado redes sociales virtuales como: *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Hi5*, *My Space*, *Badoo*, *Sonico*.

Le gustan “mucho” las redes sociales y los espacios de opinión. Entre las virtuales, *Reddit*, una especie de *Facebook*, pero más anónima, donde: “Voy comentando y se van generando “*views*” y adicción y allí puedo dar votaciones, me gusta o no me gusta, pero con flechitas [...]”; y *Twitter* por los *hashtag* que generan conversaciones frente a un tema; como por ejemplo los que él mueve en sus redes y en el “ciber” porque son de su interés: “de política, de ciudadanía, de cómo la gente trabaja en lo local y apoyo y me gusta mucho también hablar del humano. Entonces me gusta mucho el cómo esta persona ayuda a esta otra, cómo ayuda a su comunidad o cómo potenciar el pueblo que conozco toda la vida, que está en su atraso, qué es rural [...]” (E. Zapata, comunicación personal, 23 de mayo de 2015). Mueve, entre otros, *hashtags* como: #Parques del Río, #CaféSM o #3ttm.

Propone varias potencias de las redes sociales virtuales, la primera: conversar; otras planteadas por su experiencia serían la de generar conocimiento con otras personas y compartirlo más fácilmente, “una especie de viralización”; mantener informados a los demás y ser un apoyo de comunicación para que la persona se enganche a algo, en este último caso más referido a los recursos de medios masivos que, como la televisión, incentivan como estrategia de mercado a los televidentes a vincularse en determinados tiempos de la programación, a otros de sus medios digitales, como por ejemplo los *bloggers*.

Entre algunas de las limitaciones de las redes sociales virtuales, que aclara también están presentes en cualquier red social, propone que no logran materializar muchas de las movilizaciones que se proponen “[...] pasar de lo digital a lo real [...] interactuar con gente, pues verla a la cara y tocarla y hablar [...] pues al final de la red social te termina aislando si uno solo la utiliza a nivel digital, me parece que es la mayor falencia que tiene la red social [...]” y esto, señala, tiene que ver también con una manifestación visible que diferencia la ciudadanía de la ciberciudadanía.

También, están las imposibilidades de acceso a ellas, bien por capacidad, ganas u otros factores, que generan segregación y, cuando al acceder a ellas, se discrimina: “[...] entonces la “viejita” o el “viejito” que está aprendiendo a manejar *Twitter* y comete falta ortográfica [...] es maluco, porque la gente le empieza a atacar como “te falta la coma”, no falta pues el “troll” que “te falta la coma”, “te falta el punto y coma”, “escribiste mal esa palabra”, “es que no sabes utilizar esto” y eso aburre y segrega y termina limitando las redes sociales [...]”; y, por último, cuando tanto medios como las redes sociales virtuales, no generan contenido



elaborado y valioso para el consumidor y si “por casualidad se genera no lo mantiene y no lo potencia, lo deja morir ahí y no conversa [...]”, es el que le señala como caso “robots”: “Por ejemplo, hay una cuenta que yo sigo en *Twitter*, pero no hace sino publicar y publicar links y links y links y links y nunca genera una conversación, eso me parece lo más aburrido del mundo [...]” (E. Zapata, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Esto de las limitaciones tiene que ver también con las posibilidades de participación en las redes sociales virtuales y, por supuesto, de ser ciberciudadano. Para Esteban Zapata hay mucha diferencia entre ser ciudadano y ciberciudadano, se da como lo señalaba en la diferencia entre lo que se “conversa” en las redes sociales, y lo que se expresa en el “mundo real”.

[...] me gusta creer y es que lo que se diga en *Twitter* o en *Facebook* pasa al revés en el mundo real [...] Entonces, cuando se da una conversación en el ciber, pues es diferente en el mundo real. A futuro yo estoy seguro que va es así, van a cambiar las cosas, van a cambiar los roles, el *ciberciudadano* es el que va a decir lo que pase en el mundo real. ¿Por qué lo digo? Pues yo leo mucho el “timeline” de rochers de Facebook, del departamento de investigación y al final o Facebook se convierte en nuestra cédula o en nuestra identidad a nivel internacional y mundial [...] (E. Zapata, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

*Prácticas Ciberciudadanas*: al momento de definir su ciberciudadanía, Esteban Zapata señala que es como un perfil de *Twitter*”, porque está “regida por lo que publico, lo que

escondo y lo que muestro, eee... como, pues como carta de presentación [...] yo como ciberciudadano soy una persona que le gusta publicar sobre ciertos temas, no le gusta publicar sobre ciertos temas y odia ciertos temas y muestra ciertas fotos y no muestra ciertas fotos [...] (E. Zapata, comunicación personal, 23 de mayo de 2015). Advierte, sobre las dificultades que están presentes en el ciberespacio, como: [...] la disparidad de la conversación, lo que dicen uno en un lado pasa de otra forma en el otro: la identidad, pues en el ciber es muy difícil saber, pues no es difícil pero sí es difícil saber quién es quién. Entonces no se puede individualizar tan fácil como en el mundo real; y la falta de normas, en la red social o en el ciber mundo no hay normas [...] (E. Zapata, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Su presencia en las redes tiene que ver con sus temas de interés, y desde ellos considera moviliza opinión “[...] a nivel cualitativo en mi pequeña comunidad, en mi pequeño nicho de trabajo cuando yo publico algo se genera un eco que genera pues interacción [...]” (E. Zapata, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Lograr ampliar el campo de influencia en opinión requiere un trabajo de años “[...] pues tangible cuantitativo, no soy representativo respecto a Santiago, respecto Julián, respecto a Gustavo, estos tienen una comunidad más grande, pues que han trabajado con los años [...]” (E. Zapata, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Se considera un prosumidor. Consumidor cuando quiere estar informado y conocer sobre algún tema específico, como marketing, *Social Media* o de comunicación. Y productor cuando da a conocer los resultados, conocimientos y opiniones, sobre tecnología en “*bigdata*”,

o por ejemplo cómo utilizar un algoritmo o de cómo utilizar una tecnología que utilizan en *bigdata*. Las posibilidades de las redes sociales, van más allá del consumo, y afirma permiten crear. ¿Cuándo permite crear? Cuando la persona vea que en la red se necesita contenido. Es raro decirlo, pero cuando uno investiga sobre un tema en Internet y no encuentra mucha información, uno dice aquí necesito algo, necesito empezar a crear, empezar a comunicar. Entonces en esos momentos es cuando yo puedo producir contenido para la red [...]; es también la oportunidad de aprender, y participar (E. Zapata, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Esteban Zapata es uno de los 14 integrantes del CaféSM, el más recientemente vinculado al colectivo. La curiosidad fue lo que lo llevó a mediados de 2014 a participar en el primer CaféSM público, una actividad presencial convocada ampliamente para abordar el tema del riesgo. Se enteró por “ctm”, un programa de televisión, y él estaba tuiteando y Santiago { Villegas } invitó al primer CaféSM público. De ahí empezó toda su interacción con el CaféSM, con el *hashtag*, “a publicar contenido, a enterarme más sobre redes sociales, sobre comunicación, sobre marketing”. Pero fue en el último CaféSM, sobre “*e-commerce*”, que le dijeron: “hacé parte del CaféSM, queremos que hagas parte, eee... Has sido muy constante, [...] He ido a todas las reuniones, interactúo mucho con ellos y con los demás y generó mucha conversación cuando estamos en reunión. Entonces me dijeron vení, pegáte y dije: “Bueno, estoy aprendiendo, estoy conociendo, bacana” (E. Zapata, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Le mueve a andar en el “ciber” la posibilidad de compartir lo que conoce,

“Digamos que yo sé que lo que conozco bien aplicado en el mundo real genera beneficios de aquí a la China [...] Yo tengo conocimiento tecnológico y aplicado con otra gente que tenga pues conocimiento en política, conocimiento de comunicación y conocimiento de marketing y todo lo que termine convergiendo para que Medellín sea una ciudad inteligente o para que Colombia sea un país inteligente, es lo que mueve [...] Esa ayuda mutua me parece a mí esencial para yo participar en un colectivo, y más como CaféSM” (E. Zapata, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

#### **4.1.3. Gustavo Adolfo Pérez Ospina**

*Tendencia Prosumidora:* Gustavo Adolfo Pérez Ospina es el mismo @elDonTavo, que circula a través de las redes sociales virtuales. En sus palabras, es un experimentador que parte del “principio de la ingeniería inversa” con alma de “troll”. Son estos elementos los que se podría señalar marcan las diferentes maneras de su apropiación de las tecnologías de información y la comunicación, TIC, como experiencia de vida de un ciber-ciudadano que se va haciendo en el tejido de las redes sociales no virtuales y virtuales, en las posibilidades que estas permiten de experimentar y crear, y aún en sus limitaciones. Su encuentro con las tecnologías lo define como un “accidente divertido”, desde el principio, al que se van sumando anécdotas, reflexiones, aprendizajes, encuentros y desencuentros.

El hábito de la lectura, o como él lo llama el haber sido un “ratón de biblioteca”, le permitió desde muy temprana edad estar conectado con los temas de su interés y, entre otros,

la tecnología, la ingeniería y el desarrollo, aunque reconoce no siempre eran lo más recientes, lo “leía todo”.

En el pueblo donde nació y creció, adelantó sus estudios de primaria y secundaria. Fue allí justamente, entre el noveno y el décimo grado, cuando tuvo la oportunidad de conocer los computadores. Recién llegaban y eran tan pocos que, señala, aunque “no había tiempo de hacer mucho”; el que su papá fuese profesor del colegio, y pudiese acompañarlo a allí, le dio más oportunidades de acceder a ellos, de aprender a “dañarlos muy rápido” y también de empezar a aplicar su teoría de la “ingeniería inversa”, aquella que consiste primero en dañar, luego reconstruir y después entender cómo funciona.

Era el inicio de los años 90, la época de aprender del Windows 3.1 y del DOS. Conocer estos inicios de la tecnología ha hecho que @elDonTavo hable de la evolución de las TIC, como lógica que no le resulta problemática. Ha estado y ha vivido esas transiciones hasta la actualidad, y esos conocimientos hacen que incluso muchos familiarizados con ellas, no conozca ni entiendan la utilidad que pueden tener aún hoy, por ejemplo, el manejo de los comandos.

Sus conocimientos sobre las TIC se ahondan en Medellín, cuando empieza a estudiar para convertirse en analista programador, y se fortalece aún más con su ingreso a la Universidad de Antioquia, donde a la par de estudiar una licenciatura, se convierte en monitor de las salas de computadores, primero en la Facultad de Educación y luego en la Facultad de Ciencias Sociales.

Estos espacios abren un abanico de oportunidades para generar redes de amigos y colegaje para aprender “yo estaba estudiando y me fui metiendo más y aprendía más y ahí aprendí a hacer cositas muy mínimas de diseño [...]” (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015). En la Universidad, señala, aunque el acceso a los computadores aún era un poco restringido “el mundo que yo conocí ahí y todo lo que pude avanzar fue tremendo” y es en la Facultad de Ciencias Sociales donde complementa su ese proceso de formación, ya no estaba tan cercano al tema del soporte como en educación, sino que empieza a trabajar en el tema de desarrollo Web y diseño.

Ahí aprendí muchísimo con gente muy, muy competente y aunque la decana estaba medio loca nos dejaba fluir. Entonces teníamos tiempo para lo que teníamos que hacer normalmente y nos dejaba estar en la sala el tiempo suficiente como para ellos trabajar y yo aprender de ellos, porque era un equipo muy chévere [...] mejor dicho es que no hay una palabra para describir la simbiosis en la que trabajaban y el nivel de locura que tenían [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015)

Durante esta época, en su casa también se da la novedad con el primer computador: Esa fue la felicidad más absoluta del mundo entero y a los 2 días ya estaba dañado [...], pero aprendí todo lo que no se debía hacer, ya sabía qué era lo que no se hacía. Entonces era muy fácil para mí aprender lo que sí se hacía [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Su llegada a trabajar a Medellín Digital, donde conoce a Jean Camilo Vergara y a Santiago Villegas también abre otras oportunidades. Las redes se siguen creando y fortaleciendo, no sólo las que genera con los vínculos sociales en lo “presencial”, sino también a las redes sociales virtuales a las que se vincula. Por Jean Camilo, quien “ya tenía chorrocientos mil seguidores”, conoce *Twitter*, una red que señala ya llevaba aproximadamente un año de haber empezado a sonar. Asume entonces es reto que le propone de experimentar y conocer.

Para este tiempo, ya estaba vinculado a *Facebook*, aunque señala no era “demasiado juicioso” en el manejo de esa red, solo hasta cuando llega a Medellín Digital, donde por el trabajo enfocado en lo social, cambia toda la perspectiva, pues debía mostrarse “lo que se hacía”. Entonces, entiende la potencia de las redes sociales para mostrar y decide aprovecharlas.

Su acercamiento a las TIC, entonces, ha sido progresivo, y señala cómo de allí para acá el camino ha sido de aprendizaje y evolución, pero cree “que más aprendizaje porque es que todos los días, por más que uno utilice los mismos elementos y haga las mismas cosas, uno se da cuenta de algo diferente [...]” (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Las redes sociales por si solas, enfatiza, no sirven de mucho si no se les da un sentido lógico y se utilizan con un propósito; el *Facebook*, por ejemplo, “es un chismógrafo y se quedaría solo en eso [...]” (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Este es un tema a tener en cuenta no sólo para lo laboral, o el desarrollo profesional, sino también en lo que implica de los desarrollos colectivos y lo personal. En las redes sociales, señala, a medida que se aumenta la participación digital se van revelando rasgos del carácter de las personas, indiferente de los espacios a los que se esté vinculado y de lo que publique, bien en un *blog*, un micro *blog* como *Twitter* o un post de *Facebook*. En este sentido Gustavo habla de su exposición en las redes sociales virtuales o en los *Social Media* y la coherencia, también consecuencia, que hay entre esta y las que se da en la que él llama la “vida real”.

*Prácticas Ciber ciudadanas*: el ejercicio ciudadano y también ciber ciudadano, tiene que ver con esto que plantea de su y la coherencia en lo que son los sujetos, en tanto actores sociales, políticos y culturales.

[...] mi nivel de locura se va viendo en los *post* que hago en los diferentes espacios. En general, soy más o menos así en la vida real, ya no es tanto como que uno tenga ese desdoble en las redes sociales, que yo soy una personalidad en la vida real y otra personalidad diferente en las redes sociales [...] no soy la persona más prudente en ninguna de mis redes, no lo he sido y creo que jamás lo voy a ser porque en parte esa es mi esencia yo nací siendo *troll* {el *troll* es la persona que se dedica solamente a criticar y te ataca pues te ataca no siempre de forma grosera y agresiva sino también



burlándote, burlándose de ti pues o corrigiéndote, pero en son de burla} [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

En sus redes sociales comparte asuntos de su interés. Manifiesta tiene una tendencia a movilizar-se, compartiendo información y apoyando en ellas con temas sociales; animalistas, relacionados con la adopción y el cuidado de los animales; deportivos, como automovilismo, baloncesto, natación y, más reciente, la gimnasia “porque mi hija está haciendo gimnasia”. Otra información es la relacionada con el CaféSM, “es que es el que yo creo es lo mejor para hacer catarsis”. Si bien no pertenece a ninguno colectivo activista de estos en particular, no apoya protestas y expresiones extremistas, en sus redes sí tiene grupos de amigos relacionados con estos temas.

Su “activismo” entonces no va a los extremos, rechaza:

[...] Las marchas, las protestas por los animales... para mi esos son temas delicados pero sin llegar a extremos como, por ejemplo, los que se publican muchas veces en *change.org* que apoyan absolutamente todo, entonces se le cayó un algodón a un animalito y entonces hacemos una marcha para protestar pues porque, se van a un extremo [...]

[...] Pero yo creo que los temas de ciudad que han movido tanto son con los que yo más me abstengo de opinar. Cuando hay gente conocida o no conocida que está entrando en polémica yo opino, si esa opinión ayuda sigo opinando, si esa opinión en vez de ayudar lo que hace es generar más discordia o más desencuentros, me abstengo

de seguir opinando y salvo cuando se trate de ataques personales, yo evito las réplicas a comentarios agresivos, cosas por el estilo, no es porque no tenga argumentos muchas veces si no porque es que cuando se meten conmigo yo ya soy muy agresivo también, y como nací siendo *troll* entonces yo ya tengo mucha cancha recorrida pero, en general, como les decía ahorita a veces lo hago por pura *locha* porque me da ganas de que me frieguen la vida, a veces me meto a conversaciones y empiezo a calentar a la gente, pues porque son conversaciones [...]

[...] por ejemplo, hay temas políticos en los que yo me meto y me parece que son bobadas, entonces yo me meto y doy una opinión sesgada o desenfocada y la gente, uno ya sabe qué gente es y que se molestan muy fácil, pues como que yo entro pico, pongo el problema y me voy, me quedo leyéndolos, es muy chistoso, pero yo sé que más allá de eso no va a pasar nada, o sea terminó bloqueado, hay gente que me deja de seguir, si me va a dejar de seguir por una bobada, cada cual tiene su propia forma de ver las cosas, yo me divierto y bueno en general ese es como mi ejercicio de ciberciudadanía, no es el más sano pero (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

En este activismo en las redes, señala, se evidencia, cómo [...] la gente es reactiva en redes y todo el mundo quiere arrancarse las vestiduras cuando pasa algo que no les parece, sobre todo en campaña política y entonces se vuelve todo el mundo sensible y todo el mundo quiere ser un superhéroe [...] como que no miden el alcance de lo que dicen o de lo que insinúan y se vuelve un problema porque así la gente no tenga influencia suficiente, una persona que se une con otra persona son dos influencias pequeñas y de influencia pequeña

más otra, más otra, más otra, termina siendo un colectivo gigante y uno enojado, más mil enojado, es un combo de gente enojada que puede hacer cualquier cosa [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Pero sin lugar a duda, los que más le impacta es como más allá de las redes sociales virtuales el ejercicio ciudadano no se expresa en lo “real”, y sin esa coherencia expresa como: [...] del trino al hecho como lo hemos mencionado muchas veces nosotros hay una enorme diferencia. [...] Ha pasado con colectivos de motos en la ciudad, ha pasado con Parques del Río; o sea, la indignación digital de Parques del Río era de toda la ciudad, resulta que eran muchas las personas que hablaban y fueron 20 personas las que aparecieron allá [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Hay entonces una gran diferencia entre el ejercicio de la ciudadanía y la ciudadanía digital, pero también en aquellos elementos sociales e incluso legales que las regulan porque la ciudadanía digital no tiene límites, no tiene un control, no tiene rigor, no se basa en reglas, no hay temor digital al mismo nivel del temor físico y muchas personas no son conscientes de que lo que se dice en las redes sociales puede leerse en cualquier contexto y puede ser un argumento a nivel legal, a nivel político, a nivel personal [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

No quiere decir, como lo señala Gustavo, que no sirva la movilización que se genera en redes sociales virtuales, porque de hecho sirven, son una expresión de lo que ocurre en los diferentes contextos, como en el caso de Medellín. Pueden ser manifestaciones sociales que

tiene una base sólida y permite vislumbrar para construir; pero debe partir también de que el activismo en las redes debe ser más crítico, consciente y, por tanto, consecuente, debe expresarse rompiendo esas prácticas que hacen creer “que es más lo que se habla que lo que se hace [...]”.

Pero otro tema que también pasa por ejercicio de ciberciudadano tiene que ver con la conciencia y, por tanto, responsabilidad que se tiene por lo que se circula en las redes sociales, incluidas las virtuales. Gustavo ha pensado varias veces en este asunto, y señala que si bien no siempre es consciente [...] uno muchas veces sale con trinos que no piensa y uno después como que se pone a leerse y dice ¡ay, juemadre! o incluso no trata en las redes sociales de ser “incitante al punto de propiciar una reacción en masa, a veces lo hago por deporte, debo confesarlo es muy rico [...]”, su ejercicio de ciberciudadanía es más de diplomacia, de cuidado, de autocuidado y de respeto, “si bien crítico, trato de ser objetivo lo más que se puede, aunque a veces en medio del momento de efervescencia y calor no es tan posible, pero siempre lo que sí tengo muy claro es que el respeto tiene que estar [...]”.

Es entonces un ejercicio que pasa no sólo por pensar qué ocurre con sus redes sociales, lo que circula en ellas y cómo en estas se pone en evidencia lo que es, también lo que quiere y lo que no que otros seguidores, amigos, familia, conocidos, contactos relacionados con sus expectativas laborales, perciban de él. Su tendencia dice es, aun siendo *troll*, a ser responsable y cauto en el manejo de temas delicados, que “no es algo fácil porque yo nací siendo *troll* y eso es como decir: yo nací siendo malo y me tuve que volver bueno [...]” (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Pero eso es algo que ha aprendido y que hoy le permite ser más cauto desde el punto de vista políticamente correcto [...] no porque tenga que ver con política uno, porque uno ya entiende el alcance de lo que puede pasar y hay una cosa que yo particularmente no es que lo promulgue, pero sí promuevo y es el aseo en las redes sociales es una cosa un poquito abstracta, pero por ejemplo yo no confié en alguien a quien yo *stalkie* y que tiene fotos de garrafas de aguardiente, de licor, en fiestas, en poses inadecuadas, con gestos obscenos, yo no puedo confiar en eso [...] [...] uno es lo que publica, uno es lo que habla [...] a mí que digan que hablo mal, que hablo mucho, que digan que soy muy *troll* sí, eso soy; pero no me gustan ese otro tipo de etiquetas, porque uno tiende a ser etiquetado en las redes sociales [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Mirar en detalle lo que circula en sus redes sociales virtuales es una labor cotidiana, porque en lo que publica hay ejercicios de ciberciudadanía y, por tanto, de compromiso, [...] es que yo tengo un público X, pero aparte de ese público X está mi familia y aparte de mi familia está directamente mi hija y mi hija va a aprender de mí. Son ejercicios complejos que uno hace en su momento de publicaciones, a veces de manera inconsciente. Ojalá uno lo hiciera consciente todo el tiempo, y no publicaría la mitad de las bobadas que uno saca [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

El alcance en las posibilidades de movilización de opinión a través de sus redes sociales, destaca, no es tan significativo, pero a través de esta ha podido encontrarse con amigos y lograr algo en particular, bien de impacto colectivo o individual.

No se ubica en Internet sólo como consumidor o creador. Señala que siempre es consumidor, pues si necesita información accede a ella, comparte alguna y produce cuando le interesa, pero no soy ni totalmente consumidor, porque no me dedico solo a leer, ni soy productor 100% si bien el 95% de mis mensajes a través de *Twitter* en particular son totalmente míos, siempre hay un porcentaje en el que yo publico otros mensajes o modifico esos mensajes, pero entonces estoy partiendo de algo que sí existe [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Explorando con los medios sociales, también ha encontrado la posibilidad de crear, y esto ocurre en diferentes situaciones, pues dependiendo de la necesidad o del deseo que uno tenga que uno les va a encontrar funcionalidad [...] por ejemplo, esta semana yo empezaba a escribir a través de los *chats* y le estaba escribiendo a alguien y empecé a escribirle algo bonito y me fue saliendo en verso y lo fui escribiendo en verso [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Con los blog ocurre algo particular, afirma, pues a través de ellos es posible contar e informar de una manera diferente y acudiendo a recursos a los que los usuarios no tenían acceso. Se trata de un medio social que ha evolucionado, del *blog* de *Blogger*, caracterizado por una estructura básica al de *Tumblr*, que enfatiza en lo gráfico y se apoya en lo textual. El

*blog* yo creo que está tomando fuerza otra vez, pero un *blog* de forma mucho más gráfica no tan “llene un”, o sea, yo tengo la noticia entonces, la publico de corrido y no hago sino poner texto, no así no es, es un abstract interesante, unas fotografías que lo acompañan y tiene que ser muy gráfico porque si no pierde el atractivo [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Su red social virtual referida, sobre todas las demás “siempre va a ser *Twitter*”, pues en ella encuentra dos encuentro dos cosas que le gustan mucho. Una, su volatilidad, ya que allí se puede publicar y es posible que alguien lo vea o no, pero puede que el siguiente *trino* alguna persona retuitee y empiece una conversación. La otra, tiene que ver con la posibilidad de acceso fluido y constante a la información, creo que es lo más cercano a una gran biblioteca que tendríamos en el mundo moderno no por el hecho de que se archive el conocimiento, sino porque permite estar informado 100%. Ahora eso también se convierte en un riesgo porque no todo lo que aparece en *Twitter* es real, obviamente de ahí hay que hacer una curación sensata de contenidos [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Se sostiene en el concepto de que *Twitter* es una red seria y que la gente que está ahí publica cosas en serio, y sabe lo que está haciendo; lo que no quiere decir que en esta red no se publiquen bromas o fotos (memes). Con *Facebook* es más crítico, señala es una red “mucho más relajada como para mirar fotos, para conectarse con los amigos”, más pobre en el rigor sus contenidos, en la que la gente “comparte por compartir”, “publica por publicar”.

Por *google plus* tienen un “cariño especial”, aunque ya no publica en esta casi nada; tiene listas que sigue, de automovilismo y desarrollo de *software*, las cuales lee, curioso por gusto, al menos cada dos días. Destaca el surgimiento de las redes sociales musicales, como Spotify, Diésel o Growser, pese a que con su desaparición se le “llevó” todas las listas musicales de 10 años; pues se ha convertido en lugares donde se puede compartir y hablar de música. En Instagram abrió su cuenta hace mucho tiempo, pero sólo recientemente volvió ella y se ha “enganchado”. De las redes de empleo y agrupación profesional, solo rescata LinkedIn, pues opina todas son una cosa horrible, la del empleo cada que entro está más compleja, ellos dicen ¡la simplificamos para usted!, ¡válgame Dios! Hay otra que se llama Sync que hace por ahí cinco años fue una red que intentaba ser una red de empleo, era muy buena y era la única, porque LinkedIn aquí no se conocía y las personas que tenían perfil en LinkedIn tenían un perfil en inglés, entonces prácticamente nadie accedía [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Entre las redes que hasta ahora no ha usado y que cree no va a usar están las redes sociales sexuales, señala:

Creo que es lo único que no he utilizado, pero uno nunca puede decir de esta agua no beberé, a lo mejor en algún momento de mi vida terminaré usándola [...]”. Se las nombrar, las mantiene un tiempo en la cabeza y luego las olvida: “me contaba un caso creo que de Grindr, si una cosa así Tinder y Grindr, Tinder es la aplicación decente y Grindr es la indecente. Y la otra es Chat Roulette, a mí me parece una red social como simpática [...] Es una web donde yo me entro, me conecto y estoy hablando por 10 segundos con una persona y luego de esos 10 segundos, ya yo decido



si me quedo o me voy, hay gente que no dura 10 segundos y de una cambia de cámara y entonces es eso, es yo activo mi cámara, y entonces yo por 10 segundos veo a la otra persona, alcanzo a interactuar, me quedo y no me quedo y así y entonces por eso se llama *Chat Roulette*, porque es una ruleta, escoges con quién te va a tocar, si te vas a quedar hablando o no [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Habla de la complejidad que implica estar vinculado a tantas redes sociales virtuales y lo que implica leerlas, más cuando su trabajo en la Alcaldía Mayor es estar moviendo en todas las redes sociales virtuales con información, y estar como lo llama haciendo una curaduría permanente de contenidos, por eso utiliza una herramienta que me permite rastrear temas de interés y me la resume en una publicación, pues en la pantalla de la aplicación, pero es una a modo de como de boletín; entonces, yo simplemente selecciono el tema, leo los artículos y me ahorra estar de red en red saltando y buscando [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Eventualmente revisa sus redes sociales y mira quién le sigue y quiénes son, qué hacen, qué publican, en *Twitter* es mucho más sencillo porque no saben, alguien te sigue te metes *stalkeas*, miras qué fotos, miras qué textos, entonces uno más o menos sabe el tipo de gente que hay debajo de uno. No porque sea una relación jerárquica, sino porque uno sabe que el trino va a transitar por todas partes y uno se acostumbra a que determinados temas lleguen a determinadas personas, más que a otras, porque uno sabe que te dan favorito, te replican, generan una conversación, invitan a otras personas a hablar del tema [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015). Y esto tiene que ver, también, con las

posibilidades que sus “seguidores” permiten, de poner a circular mensajes, generar conversaciones, pero también reconocimiento; que en últimas habla de las posibilidades de alcance y escalonamiento de esos.

Hace 10 años se hablaba de seis grados de separación, de posibilidades de juntar dos personas “Entonces es mi alcance 1300 seguidores más los 20 o 30 que tenga esa persona y resulta que entre esos 20 o 30 hay alguien que tenga más, entonces es una cosa que se puede escalar [...] ahora se dice que hay al menos 1 o 2 que ya no existen porque gracias a las redes sociales yo puedo interactuar directamente con cualquier persona en el mundo, o sea, ya no hay un límite [...] yo ya tengo en este momento 2 posibilidades de escribirle a Barack Obama, que es la persona más compleja de escribirle en el mundo, cuántas posibilidades tengo de que me responda, ni sé, pero le puedo hablar directamente [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Las posibilidades de estar con otros, generar redes sociales, pasa por los vínculos que se dan entre muchos actores y la influencia que ellos generan para descubrir, aprender y abrir opciones de vida, mediadas por la experiencia del estar juntos, y explorar. [...] Jean Camilo decía que cuando yo empecé que había creado un monstruo en mí y después digamos que entre él y Santiago Villegas que llegó como 3 o 4 meses después, Santiago se fue abriendo y nos fue mostrando unas posibilidades bastante interesantes y yo pasé de trabajar en educación a trabajar en emprendimiento. Ahí yo sí vi la real posibilidad de utilizar mis redes sociales y de potenciar mi trabajo, más que mis redes potenciar el trabajo. Entonces yo me iba a una reunión, a una capacitación, te daba la charla y cuando trabajaba con los emprendedores yo

mostraba lo que yo hacía, entonces sin querer la red fue aumentando [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Estaba entonces en la red de Medellín Digital y en otras que siempre mencionaba, en todas partes, pero su red de emprendimiento, que empezaba recién a tomar fuerza en la ciudad y daba la posibilidad de unirse, también iba creciendo y se fue volviendo algo que muchas otras personas aplicaban. No se trataba de un colectivo unificado, pero señala “ya en todo el tema de emprendimiento era un colectivo, entonces eso permitía como que se moviera más. Ahí encontré un propósito [...]” Es también, estando en Medellín Digital, cuando con el interés de realizar un Foursquare Day, se acerca al CaféSM que estaba en conformación y se empieza a pensar en cómo podíamos hacer algo con Medellín Digital y el CaféSM. Desde ahí me invitaron y me quedé, eso ya hace, estoy viejito, como 3 años, casi 4 por ahí [...] yo llegué por casualidad y fue un accidente afortunado de mi vida y... bueno ya hasta programa de radio tengo de cuenta del Café, lo que sí ha sido un ejercicio delicioso y un acceso a oportunidades muy chévere, sin duda [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Si bien hoy sus redes, en sus palabras, “están un poco locas” pues por su trabajo es muy complicado manejar redes sociales virtuales personales, por el tiempo que demandan, por las implicaciones que tiene el que pueda resultar “alienado por los temas que tiene que manejar, por la forma en que se manejan algunas circunstancias” Entonces que algunas se abstenga de hacer publicaciones “porque lo que les digo, uno ya está saturado [...]”, Gustavo se dio a la tarea de volverse a conectar con todas sus redes.

Su trabajo en redes fue lo que lo llevó a la Alcaldía, entonces, espera que su trabajo en redes le ayude a conseguir trabajo porque, obviamente, el cambio de administración, significa cambio de gente y nosotros en particular [...] mis redes las estoy usando para potencializar mis opciones laborales el año entrante, no es que esté empeñado en publicar solamente cosas intelectuales, sino que estoy más preocupado por hacer mi trabajo, como yo hacía antes y que la gente pueda ver ahí lo que yo soy, como persona y como profesional y sea una parte de un proceso de elección en algún momento [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Para Gustavo, @elDonTavo, “en general, las redes sociales *per se* no son ni buenas ni malas, ni hay una que yo recomiende más, otra que yo recomiende menos, solo que en la medida en que uno les tenga una utilidad y les vea un sentido se pueden usar [...]”

#### **4.1.4. María Elisa Rojas M.**

*Tendencia prosumidora:* María Elisa Rojas M. es @mariaE22 en redes sociales. Es una emprendedora de las tecnologías de la información y la comunicación, quien siempre ha buscado la manera de sacarle el mejor provecho a estas desde sus inicios. Se considera una *Brand lovers*, especialista en Marketing digital y enamorada de su quehacer y cada vez se involucra más reconociéndolas como “el poder de conectar” y no deja de sorprenderse a pesar de su experiencia. @MariaE22 se cataloga como “embajadora de la alfabetización digital” y con ello muestra su coherencia entre su ser digital y su ser real.

Inicia su acercamiento a las TIC de una forma muy gozosa y se refleja en que:

[...] cuando cumplí 15 años que son como los 15, la niña que quiere viaje, la fiesta que no sé qué y yo dije no, yo no quiero viaje ni fiesta, yo quiero tener mi computador mío porque estaba era el de mi casa portátil y además mi tía es socióloga historiadora y siempre era súper gomosa con la tecnología entonces en mi casa hubo portátil desde mucho antes que fuera como común tener un portátil en la casa y ya yo quería tener mi computador y con eso supercomputadores entonces ese fue mi regalo de 15, entonces ya me sentía más completa.[...] (M. E. Rojas, comunicación personal, 24 de mayo de 2015).

[...] me gustaba Internet, me gustaba el mundo digital, me gustaba eh, como sentarme y pensar en digital que tengo pues además pues como el chip en digital, y siempre con esas habilidades que me gusta el tema del diseño y era como todo compenetrado en un énfasis [...] (M. E. Rojas, comunicación personal, 24 de mayo de 2015).

De esta manera viaja a México a iniciar una especialización y se vincula con marketing en lo que se siente a gusto pero encuentra un impulso desde unos docentes hacia el Marketing digital y, aunque quiso volverse a Colombia para continuar, busca la manera desde su activismo para que en la universidad se abra el énfasis y ella lidera el proceso con el apoyo del director. Con este devenir de decisiones e incidencias se especializa en Marketing Digital y logra impulsar proceso y desde un rol como monitora genera proceso de innovación desde las redes sociales. Y de esta manera ubica las TIC como parte inherente a su ADN, a su vida a toda escala.

[...] TIC para mí por un lado significan parte de mi vida, significan mi fuente de ingreso laboral y mi proyección profesional además, pero sobre todo este tema de conexión social, como aprovecharla, creo que es una inquietud grande que siempre he tenido y que motiva a seguir viendo, a seguir pensando: “Bueno ¿qué va a pasar? Y que va a pasar con las generaciones” y todo visto desde el tema social y de marketing pues que es mi otra gran pasión en la vida (...) (M. E. Rojas, comunicación personal, 24 de mayo de 2015)

[...] Soy consumidora, todo el tiempo, o sea yo todo el tiempo estoy conectada, estoy viendo me estoy organizando, estoy, eh, sigo mis marcas, yo soy una *brand lovers* siempre lo he dicho, yo tengo una filiación con las marcas, las estudio mucho, todo el tiempo estoy viendo que ponen, es mi principal vía de relación, fue las marcas, eh, entonces todo el tiempo estoy ahí como usuaria pero soy productora, ¿por qué? Por muchas cosas, bueno pues yo tengo un blog, un poquito abandonado, tengo un blog en el que estoy produciendo contenidos, estoy produciendo análisis sobre una perspectiva de incluso de las mismas TIC [...] (M. E. Rojas, comunicación personal, 24 de mayo de 2015).

Así se describe como prosumidora, así se ha ido construyendo y continúa haciendo su ser en el medio de la informática y las redes. Considera Internet más allá de una red para consumir y ha ido abriéndose espacios que le han constituido en una prosumidora y su intención no es sólo desde su trabajo como lo es el Marketing digital y el impulso de marcas, también lo visualiza desde el ámbito investigativo y de producción de contenido; a la luz de lo

que ha llegado incluso a construir un blog para mujeres y su vinculación con la tecnología y por ello ve en esta red unas posibilidades de construcción social a diferentes escalas. Y considera que cada persona elige hacia donde lleva su participación en la red.

Para ella en la red se encuentra

[...] muchos escenarios en los que uno dice hay posibilidad de escenarios, que se necesita un tema de formación no en el sentido estricto de la palabra, de yo tengo que estudiar una carrera para producir contenido en red, eso es falso, pero si tengo que democratizar el conocimiento sobre la red que para mí es uno de los temas de los que más estamos atrás acá en Colombia, entonces se centraliza mucho la creación de contenidos para la red, como tal me permite desde que yo tengo la base de conocimiento mínimas sobre el funcionamiento de la red para crear contenidos, para crear escenarios, incluso para crear comunidad, para crear discusiones [...] (M. E. Rojas, comunicación personal, 24 de mayo de 2015).

Desde muy joven ha tenido redes sociales, como Twitter, Hi5, Facebook, blogs sociales y personales y las va categorizando de acuerdo a los contenidos que maneja en ellas.

Por ello comenta:

[...] a ver básicamente yo estoy en redes sociales, yo navego mucho, leo mucho, estoy todo el tiempo conectada, me gusta mucho las comunidades de construcción colectiva de conocimiento, las donde hay diferentes personas generando contenido; pero en esos son soy muy consumidora, yo en eso sí no entré mucho y estoy siempre muy como en redes sociales, principalmente en Twitter, para mi

Facebook es muy, muy personal, es mi familia, son mis amigos, son mis cosas, Twitter está la conversación de conocer a la otra gente, es de “vení que yo no te conozco pero te puedo mencionar y conversemos”; y he hecho grandes relaciones profesionales y personales a través de la red. Y me siento muy cómoda en mi blog, yo tengo dos blogs, que es pues de mostrar que es TIC en Tacones y está por otro lado un blog personal que tengo para escribir cosas, yo siempre he escrito mucho, desde chiquita me ha gustado, escribo, escribo lo que pienso, lo que siento, que no me gusta, lo que sí me gusta, lo que tal vez, escribo historia, escribo literatura, la poesía sí definitivamente y yo no nos entendemos, pero escribo mucho, entonces tengo mi otro blog y me siento muy cómoda ahí, me gusta mucho el poder...el poder construir contenidos desde que los pueda hacer visualmente amigables, yo soy una persona supremamente gráfica, yo gozo estar en un escenario en el que me siento súper bien, por eso creo que nunca me he entendido con los foros, para mí los foros estéticamente no son agradables, entonces me salgo del foro, lo mismo con la red social que pronto no sea muy visual, por ejemplo con Linkend, Me pasa mucho que soy muy, muy amiga de la aplicación móvil, pero en la web no me gusta casi, es fea, y eso que ha ido mejorando, entonces por eso o sea yo sé que es una cosa súper banal pero en red es súper importante este tema que sean amigables con el usuario [...] (M. E. Rojas, comunicación personal, 24 de mayo de 2015).

Así que @MariaE22 es una ferviente prosumidora que anhela que lleguemos a una verdadera democratización del conocimiento, ya que las redes permiten incluso la construcción de ciudad, la transformación social y el establecimiento de otros mundos.



*Prácticas ciber ciudadanas:* @MariaE22 asume la red como un mundo de posibilidades. Considera algo fundamental para su mayor aprovechamiento en Colombia, la democratización del conocimiento en este medio ya que muchas personas se abstienen de su vinculación, el aprovechamiento e incluso la sola exploración por la percepción de requerir una formación especializada.

Se vislumbra como una ciber ciudadana muy fuerte y ve la posibilidad de serlo en todos, siempre y cuando se tome esa decisión. Al tiempo que se va dando una incidencia cultural que permite el aprovechamiento o no, es decir su potenciación o su detrimento, como fuente generadora de poderosos procesos.

[...] es más de saber qué provecho le puedo sacar, de poder formar a la gente para que ella pueda hacer cosas chéveres, cosas desde pues las diferentes gamas que hay ahí. “y usted lo que es un duro para hacer cómics o sea saber hacer cómics en Internet” entonces es esa forma de potenciar mis cualidades personales, profesionales y además en un escenario virtual totalmente democrático, pues es saber hacerlo y saber cómo hacerlo, es lo que yo siento en este momento que no pasa, nos quedamos en la parte más superficial de la red, no ahondamos poquito más [...] (M. E. Rojas, comunicación personal, 24 de mayo de 2015).

Desde esta visión @MariaE22 vive una ciber ciudadanía que la posiciona como crítica y preocupada por la construcción social, por el aprovechamiento de la red y la

democratización del conocimiento desde y en esta. Además, es inminente su concepción de una red mundial pero que no deja de ser propia de cada cultura y así se vive su dinámica en cada país, en cada ciudad.

No obstante hablar de la red como mundo de posibilidades deja la puerta abierta a una sociedad diferente. Y de esta manera ha buscado impulsar ese hecho de concebir el uso de las TIC más allá de lo banal; y a pesar de su gran movilización de opiniones y adeptos, no se lo ha proyectado como un objetivo sino que lo ve como algo muy circunstancial, pero no adrede “puede que alguien se pegue o puede que no”. Lo que no la hace perder el horizonte frente a la posibilidad de un ejercicio conjunto de construcción de ciudad y resalta con ello la importancia y trascendencia que puede tener el ejercicio ciudadano en la red siendo coherente con el real. Para ella:

[...] Las vías de participación reales son muy limitadas, además de ir a votar y a poner un derecho de petición que demora mil años en responder, una tutela, yo no tengo no tengo vías de participación, pues hay muchas vías de participación...Que hemos ido abriendo, algunas, sí, pero no son, pues no son el común. Entonces la red en eso se diferencia mucho, entonces estoy en lo del real, participo como puedo, pero en el ciberespacio puedo hacerlo de una forma más abierta, yo decido si lo hago o no. Es una decisión ciudadana, pero ahí es donde está que nos hace, qué pasa con la ciudadanía en general a nivel local y es una de las cosas que yo critico siempre, y es la falta de propuestas, criticamos mucho proponemos muy poquito; pasa lo mismo con lo digital, y ahí es donde está toda esa movilización que nosotros hemos hecho varias veces que es de pasar del trino al hecho y que listo si, muy bacana, nosotros no

estamos de acuerdo, no queremos pero ven y hagamos algo porque sea diferente, que ahí es donde se tiene que conectar porque es que eso es un tema y un error en el que caemos siempre de pensar en una ciudadanía en digital y una ciudadanía real como si fuéramos dos ciudadanos diferentes, simplemente el ciberciudadano es el ciudadano real que tiene herramientas en el ciberespacio que lo pueden ayudar a potenciar sus ideas, sus proyectos o sus.. o sea lo que sea, pero es el mismo ciudadano y es la misma dinámica, entonces yo una vez hablando con alguien de la alcaldía decía no podemos pensar que es una cosa el ciudadano hablando en digital y otra cosa es ciudadano hablando en real, o sea, son las dos, es la misma ciudadanía escuchada en diferentes escenarios, entonces hay un tema en este momento, que es como volver al ciudadano propositivo, cómo va a construir sociedad, se puede hacer desde la red, o sea nadie está diciendo que vaya a alimentar a habitantes en situación de calle, no, que miré de su respaldo propositivo que pueda servir para algo [...] (M. E. Rojas, comunicación personal, 24 de mayo de 2015).

#### **4.1.5. Santiago Villegas**

*Tendencia Prosumidora:* hablar de Santiago Villegas, o @Medejean, es hablar de un hombre que vive y respira las TIC, pues desde muy pequeño, “aproximadamente desde mediados de los ochentas yo estuve en clases de lo que se llamaba en ese tiempo computadoras, o sea, tú ibas a clases de computadoras, era realmente clases de informática” cuenta, por eso creció con la afinidad para explorar todo lo que la ciencia, la tecnología y la innovación podían ofrecer; no en vano inició una carrera en ingeniería de procesos en la

Universidad Eafit de Medellín, la cual posteriormente dejaría de lado para seguir explorando esas “dinámicas distintas a la educación” que ofrecen las TIC, las cuales concibe “como un espacio de aprendizaje invisible, más que un espacio de aprendizaje formal” (S. Villegas, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Tras su paso por Eafit, se dedicó de lleno a trabajar y explorar el mundo de lo digital en diversas organizaciones, y en roles tan específicos como asesor, emprendedor y hasta director, todo enfocado en las TIC; y tras varios años de experiencia y desarrollo laboral, sin alejarse de la educación informal, regresó a las aulas como estudiante, como aprendiz, y lo hizo en la Universidad de Antioquia, en donde inició el pregrado en Bibliotecología, a sabiendas de que las formas de educación universitaria no son sus favoritas.

Para mí la universidad siempre fue un problema, o sea, la estructura rígida de la educación formal para mí siempre ha sido un problema. Afortunadamente me encontré con unos profesores que descubrieron que en mí había otras formas de enfrentar el conocimiento y que me ayudaron en ese sentido a hacerlo por fuera de esos contextos cuadrículados de la estructura universitaria (S. Villegas, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Y es que Santiago se caracteriza por ser una persona que explora y curiosear, que indaga y procura ir más allá, que prefiere pensar “en un marco que tiene un punto A y un punto B”, y no en planes rígidos, “por eso para mí las dinámicas de computación son más agradables para la producción de contenidos” afirma, y es que esas dinámicas las concibe

como espacios para la interacción y la conversación de donde emerge el conocimiento y el aprendizaje.

Este bibliotecólogo es un convencido de las potencialidades que tienen las tecnologías, por eso asegura que “las tecnologías en general y no exclusivamente las tecnologías de la información y la comunicación, sino en general, son amplificadores de cualquier tipo de experiencia”, y en su caso no solo han servido para amplificar sus experiencias y trayectoria de vida, sino también para llevarlo a “vivir experiencias distintas”, algunas de las más representativas que le “ha mostrado la cultura digital hoy gracias a estar inmerso en estas dinámicas es que es posible hablar, conversar con quienes quieras”, y es que esa relación entre tiempo y espacio se vuelve a desdibujar, y una muestra significativa de ello en el caso de Santiago, es que cuenta con más de 10 mil seguidores en Twitter, la mayoría de los cuales están distribuidos por todo el mundo.

La interacción a través de medios digitales para Villegas es completamente natural; sin embargo, no cree en la distinción que existe entre nativos e inmigrantes digitales, ya que como lo menciona en otros momentos citando a Pierre Levy.

Lo virtual es una extensión de lo real, y no hay tal cosa como una división entre el mundo virtual y el mundo real. Entonces para mí no se trata básicamente de ser nativo o inmigrante, sino de un tránsito natural entre las dinámicas de interacción presenciales y las dinámicas de interacción digitales; que por mi generación, mis dinámicas deberían haber sido más presenciales que digitales; está muy claro, pero si

vamos a los términos de marketing de hecho yo nací en el año límite entre los que se consideran *millennials* y ¡no! Que se supone que los *millennials* son los nativos (S. Villegas, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Otra de las características fuertes de Santiago como habitante del ciberespacio es que se considera un prosumidor, aunque si se pusiera en términos de proporciones, explica, “la mayor parte de mi tiempo soy consumidor y amplificador, o sea a mí me gusta compartir lo que leo o lo que consumo; sin embargo, la dinámica natural de la interacción en digital implica que tú produzcas algo y la producción puede ser simplemente una opinión o puede ser incluso aún más tácita, o sea puede ser que alguien pueda determinar algo de mis rasgos dependiendo de lo que comparto, entonces ahí estoy produciendo un conocimiento tácito”

Y es que esa producción de contenidos pasa también por sus preferencias en redes, Santiago se considera buen tuitero y mal bloguero, lo primero porque “para mí esa dinámica de producir rápidamente, puede que cosas efímeras, pero rápidamente, cortas, concisas es fundamental, y ahí me describo muy bien en cuanto a producción de contenido” cuenta; mientras que lo de mal bloguero lo explica así:

Cuando se trata de textos largos, siempre he querido escribir un libro y digo ‘Ay que bueno’ pero después me digo ‘bueno alguna vez podría, tal vez, unir tuits y construir un libro con esa cantidad de tuits’, tal vez, pero fijate que es una dinámica muy distinta. Aquí hay otra cosa, participo en blogs ajenos ¡muy bien!, por la responsabilidad que tengo con terceros, pero en mis blogs propios no, en mis blogs he

puesto de tres a cuatro artículos en mi vida y casi siempre son personales, porque quiero felicitar a otros (S. Villegas, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

En cuanto a la información que produce, Santiago tiene claro, y así lo explica, que los conceptos de intimidad y privacidad son distintos, y que, de hecho, la privacidad es un lujo del siglo pasado, por eso su filosofía de vida parte de un concepto que genera resquemores entre muchos y por el cual también ha sido criticado. Santiago Villegas promueve y aplica la Transparencia Radical.

Yo tengo un principio que es muy discutido por colegas, que es el principio de la transparencia radical como propósito de vida, y es que ante estas dinámicas que están surgiendo en el mundo, de la preocupación por la privacidad, de la preocupación por ser uno vigilado por grandes agencias de gobiernos, del querer proteger el anonimato en Internet y en la vida real; para mí es una ilusión el querer, el pretender bajo algún modelo técnico o bajo algún modelo legal digamos, proteger esa privacidad que para mí ya no existe; la única forma de protegerse de eso es siendo completamente transparente [...]

En la medida en que tú eres transparente, los demás saben lo que haces tanto como las agencias de gobierno saben lo que haces, entonces si en algún momento resultas víctima de una mentira, pues va a ser obvio que es una mentira, porque has estado siendo transparente en tu interacción, en tu vida cotidiana (S. Villegas, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Y a partir de esa filosofía de vida, el único problema que Santiago ve en las redes sociales es la forma en que se enfrenta la privacidad de uno y otros, “y la mayoría lo enfrenta con la autocensura”.

Desde esa perspectiva de la transparencia y la autocensura, Villegas también plantea lo que siente o le generan las dos redes sociales más populares: Twitter y Facebook.

Para él, y pese a que prefiere la forma de interacción y la accesibilidad, Twitter no es su red favorita, ya que considera que lo falso se ha ido apoderando de ella en cuanto a interacciones se refiere, “hay quienes conservan su identidad, pero bajo perfiles falsos, entonces fíjate que hay una contradicción bastante obvia”, asevera; por otro lado, considera que Facebook se acerca más a su red social ideal, sin embargo, critica que es una red social más privada, en la que necesitas ser aprobado como amigo de alguien para interactuar abiertamente con esa persona, por lo cual considera que Facebook “es una intranet en Internet”, y por eso explica:

Para mí la red preferida es mi red social presencial, es decir, el canal para mí es independiente, o sea si tu ves que yo paso de hablarte por Twitter a hablarte por correo electrónico a hablarte por Facebook y para mí no hay una distinción entre el lenguaje, porque básicamente yo estoy conversando contigo y no con tu perfil, esa es la diferencia. Entonces para mí las plataformas no son nada más que eso, o sea son plataformas, son canales, son medios (S. Villegas, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).



*Prácticas ciber ciudadanas:* y es que esta forma de ver y entender las interacciones, también es la forma en que entiende, explica, pero sobre todo vive la relación entre ciudadanía y ciber ciudadanía, y llama la atención, por ejemplo, sobre el fenómeno que se presenta actualmente en donde “hoy hay exclusividad entre ciber ciudadanos; eso sí está clarísimo, o sea hay quienes pueden decir soy ciber ciudadano exclusivo, o sea, no soy ciudadano”, y esta situación sobre la que hace un llamada, ratifica su invitación permanente a la transparencia y a la coherencia, porque si algo es evidente en Santiago Villegas, es su preocupación por ser coherente, por eso, cuando habla de su ciber ciudadanía la define

[...] exactamente igual que mi ciudadanía, porque sería insensato y sería poco coherente si yo dijera 'soy distinto en medios digitales' [...] Pero soy igualmente ciudadano como ciber ciudadano, es decir, si tú lees mis opiniones en Twitter, en Facebook respecto de la política, respecto de lo social, respecto de lo cultural, son exactamente las mismas que definiendo, espero, con mis acciones pero también con mis oraciones en lo presencial y en lo digital (S. Villegas, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Pese a ser una figura reconocida en el ámbito del *Social Media*, además de un influenciador buscado por marcas como Motorola y Samsung, Santiago es un hombre sencillo, para quien su mayor interés es promover la cultura del *Social Media*, más allá que figurar o sobresalir, por eso busca que la cultura digital se masifique como una forma de compartir el conocimiento; de hecho, esa es la razón por la cual decidió hacer parte de ese “grupo de amigos”, como él llama a CaféSM.

Sin pretensiones de ser considerado “buen o mal ser humano”, su llamado permanente es a pasar del “trino al hecho”, por eso ha apoyado campañas de ciberactivismo, como la llevada a cabo en 2012 durante la fuerte ola invernal que afectó a Colombia, en el 2013 para los damnificados del Edificio Space en Medellín; y en 2015 después de la avalancha que afectó severamente a la Población de Salgar al Suroeste del departamento de Antioquia. Sin embargo, en ninguno de esos casos quiso figurar, porque como él mismo lo dice no le gusta “mostrar ese tipo de solidaridad, porque me parece que eso debe hacerse desde otros ámbitos [...] ese tipo de situaciones, para ser mucho más claro y más directo, deben ser parte de lo íntimo, y no de lo privado.”

Santiago Villegas fue uno de los primeros integrantes de CaféSM, ese hombre al que le gusta “afrentar retos desde perspectivas disruptivas”, y quien es un convencido de que “compartir conocimiento es la mejor manera de aprender”, por eso habla sin prevenciones y con toda la tranquilidad que da saber que todo lo que se haga por promover la gestión del conocimiento desde la conversación, sea en presencial o en virtual, tiene réditos distintos a lo económico, y cuya ganancia es seguir aprendiendo, seguir creciendo y seguirse desarrollando como profesional, pero sobre todo como ser humano.

#### **4.1.6. Sury García Correa**

*Tendencia Prosumidora:* “desde muy chiquita he sido muy inquieta con todo, conmigo aplica perfectamente el dicho ese ‘desbarata hasta un balón’”, con esta expresión define

@Sury\_Garcia esa característica propia que la acercó a las TIC desde muy pequeña, característica que cada día la lleva a preguntarse por los entornos digitales, pero también por los presenciales.

Cuando tuvo contacto con el primer computador personal que llegó a su casa, Sury empezó por explorar uno de sus contenidos más llamativo “la enciclopedia Encarta, eso era lo más fantástico que me había pasado a mí en el mundo”, y es que para esta lectora asidua el pasar de los libros físicos y las enciclopedias impresas con N cantidad de tomos a una enciclopedia interactiva, le “cambió el chip”.

Ese momento de migración de lo físico a lo digital, fue la fractura que la empujó a seguir curioseando ese nuevo mundo para actualizar a su familia, pero también para sacarle más provecho a esas emergentes tecnologías “uno veía sus compañeritos con sus cosas, sus jugueticos, el Gameboy, y un montón de cosas, pero para ocio solamente; es allí donde decidí involucrarme un poquito más y listo, para ocio juguemos, pero aprendamos”, cuenta, mientras recuerda que exploraba elementos de táctica con la tradicional “culebrita” en un celular Nokia 5125, y escuchaba audiolibros en un MP3, “ahí, pues, fue creciendo el gusto y la pasión por lo digital y la tecnología” puntualiza.

Sury es una mujer menuda que sobresale por el carácter que le imprime a su trabajo, así como por la pasión y el ahínco que le pone a lo que hace. Se desempeña como profesional de estrategia digital en la Corporación Ruta N de Medellín, por eso procura estar siempre actualizada en lo concerniente a innovación, emprendimiento y tecnología.

Habla rápido, claro y con los argumentos suficientes para calificar su rol y su esencia como “una herramienta de aprendizaje y enseñanza, en donde yo aprendo a conocer a otras personas por medio, redundancia, de este medio”, por eso las tecnologías las apropia “para mejorar el bienestar, mi bienestar todos los días”.

Esta diseñadora gráfica y comunicadora publicitaria, tiene claramente definido su rol como productora y consumidora en los espacios virtuales, de hecho, hace una clara delimitación de tiempos para asumir estos roles:

En la mañana soy una total consumidora de noticias, tendencias, actualidad y tecnología, noticias locales, internacionales, nacionales. Y en la tarde-noche se me activa el chip crítico, crítico no destructivo, sino crítico de aporte y de conversaciones en donde empiezo a indagar sobre ciertos movimientos sociales, protestas, por qué se dan las protestas, por qué se están generando nuevos movimientos sociales (S. García, comunicación personal, 24 de mayo de 2015).

Y es que para nutrirse y alinear esto dos roles, Sury es consumidora de portales como Minuto 30, porque “a veces, muchas veces, buscamos realidades, unas más amarillas que otras, pero que queremos encontrar”, también de El Colombiano, ADN, y de medios internacionales como el New York Times, el MIT (Instituto Tecnológico de Massachusetts) “para ver qué está pasando en tecnología con gente, para ver qué está haciendo la gente en el mundo, cosas nuevas, novedosas, diferentes”. De igual manera consume “lo que está pasando

en la esfera local en cultura. Llámese un Medellín Cultural, incluso las mismas agendas de los periódicos locales, estrenos en cines, tendencias en teatros, conciertos”.

Esta estrategia digital, en línea con lo anterior, resalta el valor de

[...] consumir lo local para ver en qué estoy, qué está moviéndose a mi alrededor, me gusta también empaparme de lo que estoy trabajando y conocer a fondo las convocatorias que manejamos en la empresa, los públicos y todo lo que se mueva con eso [...] (S. García, comunicación personal, 24 de mayo de 2015).

Y como su forma de ver y vivir el mundo la lleva a generar muchas ideas por minuto, no solo se limita a lo profesional, pues además de sus redes sociales tradicionales, tiene dos blogs, uno de publicidad y otro de poesía; sin embargo, no considera que lo que pase en la red sea crear, pues “crear es una palabra ambiciosa”, por ello apela a la ley física de Mijaíl Lomonósov y asevera que al igual que pasa con la materia, en la red “las cosas no se crean ni se destruyen, solo se transforman”.

En cuanto al uso de redes sociales virtuales, García se mueve principalmente entre Facebook y Twitter. En el primero prefiere consumir y compartir, más que interactuar; en el segundo interactúa en mayor medida, sin embargo, cuando encuentra conversaciones que no le aportan, algo así como tendencias vacías, se va

[...] y si veo que mi TL se está yendo en eso, me hago dos preguntas y es, ¿a quién estoy siguiendo que todo el mundo está hablando de eso?, y si ¿realmente yo

debo entrar a la conversación en un tema que no me aporta? (S. García, comunicación personal, 24 de mayo de 2015).

Quisiera que Quora, una red social para gestión del conocimiento tipo Yahoo respuestas, pero con contenidos más serios y rigurosos, se posicionara más en todo el mundo, esto debido a su interés permanente por aprender de todo y todos. Contrario a lo anterior, es clarísima al decir que no se involucraría en redes sociales para la búsqueda de parejas, así como tampoco en páginas, espacios o aplicaciones que atenten contra su moral “llámese pornografía, llámese espacios de maltrato, un montón de cosas soeces”

En coherencia con lo anterior, y tras preguntársele por las potencialidades y los problemas del mundo digital, no titubea en afirmar que el problema no es propiamente la red, sino sus habitantes, por ello hace especial énfasis en los esfuerzos que se hacen cada día para trabajar offline por una sociedad en la que se fomente una cultura digital responsable “creo que ningún espacio digital debería ser, ya dependiendo de gustos, pero en ningún espacio digital debería sentirse uno amenazado o agredido. El problema no es la red sino la persona que la habita”, puntualiza.

Como la mayoría de los integrantes de CaféSM, Sury llegó allí por la invitación de una persona cercana, y de inmediato, cuenta, se sintió plenamente identificada por los objetivos del colectivo, ya que para ella el compartir conocimiento, aprender de otros y construir con otros, es una de las mejores formas de crecer, creer y crear.

*Prácticas ciber ciudadanas:* se reconoce como una ciber ciudadana que participa de forma “positiva y propositiva” para la construcción de la ciudad, “que se silencia en los momentos en los que sabe que sus aportes no aportan sino que destruyen”, por ello es crítica cuando sabe que puede plantear alternativas de solución a la situación que critica, ya que es una convencida de la necesidad de ir más allá del click, de pasar del trino al hecho.

A raíz de lo anterior, Sury García sabe que está dejando su huella en la red, y aunque no pretende ser una gran influenciadora, es consciente de que lo que hace, escribe y cuenta en el mundo digital toca a las personas que la leen. De igual manera sabe que sus aportes movilizan

[...] tal vez sola no, o tal vez sola no me he tomado el atrevimiento de ensayar, pero cuando nos agrupamos ciertas personas en pro de algo con un objetivo en común, sí lo logramos, porque es darle validez a una acción a un comentario para generar acciones de sociedad (S. García, comunicación personal, 24 de mayo de 2015).

Esa sociedad de la que quiere seguir aprendiendo, pero a la que también quiere seguir acompañando en este proceso lento y paciente de la migración y la apropiación digital.

#### **4.1.7. Una lectura general**

Así, luego de la riqueza de las lecturas descriptivas de los perfiles, propuestas como objetivo de este trabajo, desde esta investigación se identifica en la tendencia prosumidora,

cómo las mediaciones culturales de las TIC en los contextos de desarrollo de los integrantes del CaféSM están marcadas por una apropiación diversa de los dispositivos tecnológicos. Ninguno de los integrantes del colectivo se considera un nativo digital (que nacieron a mediados de los 90), sino migrantes digitales, en tanto se trata de un grupo poblacional que no nació inmerso en las “nuevas” tecnologías y cuya vinculación al uso de celulares, la banda ancha y a la conexión en Internet, ha estado mediada por condiciones de acceso y apropiación diferenciada (Piscitelli, 2009, p. 41).

En todos el “enganche” ocurre con las posibilidades de acceso al primer computador, para algunos de mesa para otros portátil, luego con el acceso Internet, y con la posterior adquisición de dispositivos móviles y planes de datos.

Igual, en su tránsito de apropiación de las TIC, que referimos en esta investigación como importante para dar cuenta de la constitución de los integrantes como sujetos prosumidores, se infiere entonces a que su movilidad por los diferentes desarrollos tecnológicos opera también una apertura y flexibilidad para explorar los lenguajes de las TIC, accediendo a diferentes medios y a su uso para conocer sus dinámicas de funcionamiento y apropiarlas o incluso desecharlas.

Se han adaptado a la tecnología, en una sociedad que con el paso del tiempo se torna más tecnificada, situando para ello curiosidad y la creación para disponerse al ejercicio permanente del ensayo error. Los dispositivos tecnológicos ocupan así un lugar central en sus vidas, y se podría señalar que dependen de ellas para el desarrollo de actividades cotidianas,



como las de relacionarse, comprar, divertirse, informarse, formarse y trabajar. Hay, en este sentido, una satisfacción en esos servicios que obtienen de las TIC para sus vidas.

Se trata de usuarios permanentes de las tecnologías, con potenciales habilidades para transitar en ellas. En sus perfiles se identifican destrezas diferenciadas, de acuerdo con sus experiencias e intereses, en el uso y apropiación del lenguaje y el entorno digital, así como para la creación de recursos tecnológicos y la generación de narrativas comunicativas a través de estos.

Las redes sociales de interés y pertenencia a las que acceden los integrantes/ prosumidores del CaféSM, tienen que ver con aquellas, no virtuales, que han potenciado la apropiación de las TIC, pero también a las que se han vinculado con el acceso a Internet, denominadas por Castells (2002) como servicios de redes sociales virtuales, o también a los medios sociales o *Social Media*. Los vínculos al interior de cada espacio, se evidencia entre ellos, en la generación de vínculos red y de construcción y aproximación a diversos conocimientos y saberes.

Su preferencia, gusto, por las redes tiene que ver con sus virtudes, entre ellas está conversar; generar conocimiento con otras personas y compartirlo más fácilmente, informarse y generar procesos de comunicación que permitan que otros se vinculen a proyectos, temas y discusiones que se dan en la red.

Son exploradores permanentes de los diversos desarrollos tecnológicos, incluidos aquellos que ha permitido Internet, como los *Social Media*, de los cuales han probado redes sociales virtuales como: Facebook, Twitter, Instagram, Hi5, My Space, Badoo, Sonico. A todos los fidelizan las redes sociales y los espacios de opinión, también los diferentes servicios en la nube que actualmente existen. No todos son blogueros, permanentes, y esto más que por que no sea un gusto habitar este espacio de construcción y disertación colectiva en la red, tiene que ver con razones del tiempo y ocupaciones.

La tendencia general de estos prosumidores es por Twitter, se declaran apasionados tuiteros. De allí, que vean en las narrativas de este medio, la brevedad y contundencia de los mensajes, el impacto, las cadenas de réplicas que genera, el arrojo de creatividad que implica.

Reafirmando su rol como prosumidores a la luz de Toffler (1980), tal como se describe al inicio de este apartado, en este colectivo se evidencia en que se apropian de múltiples fuentes, y consumen datos simultáneamente; reciben y esperan respuestas instantáneas; permanecen vinculados constantemente a los servicios de redes virtuales a través de sus dispositivos móviles. También crean sus propios contenidos; es decir, consumidores cuando requieren estar informados y conocer sobre algún tema específico y productores cuando dan a conocer los resultados, conocimientos y opiniones. Su ejercicio como prosumidores no tiene que ver necesariamente con las labor de desarrollos tecnológicos, que hace parte de las labores de algunas de las personas del CaféSM, entrevistas, sino con ese ejercicio de generar mensaje; es decir, con la comunicabilidad y fortaleza de la sociabilidad, en sus diferentes expresiones.

Por lo que se infiere en sus perfiles, navegan con fluidez por la red de redes, y los obstáculos en ella se convierten en una oportunidad para acceder a sus comunidades de interés, u otras, para superarlos. Hacen varias cosas al mismo tiempo, son usuarios multitarea. Si bien, sus preferencias por los contenidos y formatos de los medios sociales, varían, y dependen también sus habilidades, intereses y pasiones, apuestan por la comunicabilidad gráfica, los mensajes cortos y los títulos llamativos.

En las redes construyen oportunidades de intercambio y construcción de conocimientos, pero también las apropian como posibilidades de expresión y práctica de su ciberciudadanía. Interpretándose que, en consonancia con lo planteado en torno a las identidades generadas en la ciberciudadanía que expresa Rocío Rueda (2013), estos prosumidores se mueven en una ciberciudadanía con identidad de *proyecto trayecto*, en tanto aprovechan este espacio de participación para ejercerlo, pero también para promoverlo y sobre todo consolidan este tipo de identidad ciberciudadana al momento en que su intención va orientada no únicamente a la transformación de las estructuras sociales.

De esta manera, es pertinente resaltar que en su percepción como ciberciudadanos se identifica que este ejercicio tiene que estar y está relacionado con su ejercicio ciudadano; es decir, debe ser coherente y consecuente, en tanto son actores sociales, políticos y culturales. Para ellos, entre algunas de las fortalezas de ser un ciberciudadano estarían: la coherencia y el compromiso. La coherencia que implica salir de la constante crítica en las que se cae en las

redes sociales, y profundizar desde las acciones, que pueden darse bien con propuestas de acciones o con la promoción de las mismas.

Autonomía comunicativa, fortalecimiento de las dinámicas de sociabilidad, reconocimiento las formas como operan las TIC y su impacto en la cotidianidad, y las potencialidades de desarrollo personal y colectivo, y para los diferentes escenarios (laboral, familiares, comunidades de amigos), son algunas de las fortalezas que se identifican en los perfiles se han generado con la apropiación de las TIC.

## **4.2. CaféSM, un colectivo en red**

En este ejercicio de caracterización del CaféSM retoma como categoría central de análisis la de Colectivos en red, para indagar desde ella la constitución del CaféSM, sus dinámicas de funcionamiento y su conformación como comunidad de práctica.

### **4.2.1. Constitución como colectivo**

La creación de CaféSM ocurre en el año 2012, cuando un grupo de personas se reúne con el fin de generar una comunidad de amigos que se congregara en torno a sus experiencias profesionales en entornos digitales y los *Social Media*, con la intención fundamental de promover el aprendizaje colaborativo y de difundir el conocimiento en *Social Media*. “Pues originalmente se llegó fue como en plan tertulia en plan de venga conversemos que a todos

nos gusta el mismo tema nos gusta el mundo digital nos gusta el tema de redes sociales y venga conversemos” (C. Sánchez, comunicación personal, 24 de mayo de 2015).

Empezó con un par de ellos y actualmente son 13 sus integrantes. Sus profesiones son diversas, desde bibliotecología, ingeniería, licenciatura y comunicación. Se describen como sujetos comunicativos.

[...] Es gente en general, creo que el 90% del Café son comunicadores, entonces podría decirse que tienen un interés comunicacional, desde puntos diferentes, desde el manejo de gente, desde lo corporativo, desde lo político, pero resulta que hay 4 casos en particular: Sury, Santiago, Cesar y yo, somos comunicadores. Sury, sí porque ella es diseñadora gráfica entonces termina haciendo una especie de comunicación, pero Santiago es bibliotecólogo, César es ingeniero y yo licenciado, o sea nosotros somos 3 invitados a la carrera, al Café en ese aspecto porque nosotros llegamos a hacer algo para lo que nosotros no fuimos capacitados y ha sido algo simpático [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Sus integrantes se refieren al CaféSM como un colectivo, una comunidad, un grupo, un *hashtag*, una marca, una red que se activa en lo no virtual que se amplía en la virtual. Las consideraciones son diversas, y tiene que ver con cómo se ha concebido el Café, las motivaciones e intencionalidades para agruparse y las dinámicas de funcionamiento.

Nosotros somos eso, un grupo de amigos, nos sentamos, conversamos, hablamos, debatimos, no estamos de acuerdo, otras veces estamos de acuerdo y la gente públicamente lo ve, entonces nuestro interés es ese ser amigos, conversar como conversan los amigos [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

[...] ¿Qué es CaféSM. Estuve pensando un rato y al final terminé en que es un colectivo enfocado en comunicación y redes sociales, en la gestión y manejo de la comunicación y las redes sociales [...] (E. Zapata, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Es una comunidad de amigos dispuestos a aprender a colaborar y cuando es necesario a trabajar en equipo porque cuando hay cosas por ahí pendientes se trabaja en equipo pero también que se respeta mucho la individualidad el *colegaje* y la capacidad de estar pues por decirlo así en la parte laboral en extremos opuestos (C. Sánchez, comunicación personal, 24 de mayo de 2015)

Llama la atención cuando la referencia a CaféSM es a un *hashtag* “Como un grupo de amigos, más allá de que un colectivo, nosotros somos un *hashtag* [...]” (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015), allí, el énfasis está en una etiqueta para comunicar ideas, el CaféSM puede ser tema, idea, concepto de organización.

Si bien el *hashtag* se usa en servicios web como *Twitter*, *Facebook*, *Google+*, *Instagram* y otros en los que el tema gira entorno a una conversación, como los de mensajería, en correos electrónicos, blogs o textos, se extiende de manera simbólica como imagen,

referente de un tipo de organización que en lo social, en tanto va circulando por las redes sociales, movilizadas por sus actores, genera reconocimiento en lo virtual y lo no virtual.

#### **4.2.2. Dinámicas de funcionamiento**

Así, como un acuerdo, circula el #CafeSM, movido desde las redes personales de cada uno de sus integrantes, y también movilizadas por los cercanos, conocedores o actores que buscan o proponen interacción con el #CafeSM, sus actores, sus temas, sus ideas puestas en discusión. Podría decirse que, de alguna manera, el *hashtags* CaféSM, comunica, extiende lazos. En lo virtual entre sus integrantes y con aquellos que circulan en sus redes o también entre los que acceden a los diversos medios o canales de comunicación en los que interactúan.

En lo no virtual no siempre funciona como esperan, pues cuestionan las dinámicas de las redes sociales y las formas como, de una u otra manera, creen ocurre la participación. En las redes sociales virtuales la participación es activa, cada sujeto desde su lugar postea, tuitea, expresa. Se trata de una manera de participar, que no necesariamente réplica en los espacios no virtuales.

Son diversas las organizaciones sociales, e incluso comerciales y estatales, que hoy incluyen *hashtags* en y para comunicar. Su objetivo es aprovechar esta red social para generar más publicidad mediante la promoción que otros usuarios hagan de un determinado *hashtag*, junto con agrupar los comentarios acerca del producto o idea promovida.

El *hashtag* entonces dice del CaféSM, desde sus actores, pero también permite que otros, que cualquiera, aporte ideas u opiniones sobre lo que se mueve, con los mensajes asociados al *hashtag*. Como *hashtag*, aporta significado como Colectivo a los diferentes mensajes que emiten.

[...] Antes nos reuníamos en El Poblado y nos tomábamos un café, literal íbamos a tomar café y a conversar y lo que hacíamos era solamente conversar y entonces nos gustaban las opiniones y empezábamos a *tuitear* a *postear* cosas y a la gente le fue pegando y el #CafeSM se volvió orgánico, entonces la gente ya no era; o sea, ya no éramos nosotros solamente sino que la gente sabía que los miércoles esta gente se reunía y esta gente hablaba [...] Entonces la gente empezaba a ver el *hashtag*, muchas veces uno sabía que había gente pues que tenía audiencia fija aunque no apareciera, que no estaban favoriteando ni respondiendo nada de eso, pero uno sabía que la gente estaba leyendo [...] A partir de ahí se fue generando todo lo que hemos sido hasta ahora [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

El uso de un *hashtag* representa entonces lo que son, un tema que circula en las redes, les permite hablar y discutir temas, algunos quedan, se replican; otros, pasan sin recibir reacción.

El CaféSM como *hashtag* opera, por acuerdo, desde las redes personales, a este se vinculan por interés, y claro también con los intereses del Café. Se han acordado “reglas”, el CaféSM no hace presencia en actividades o campañas en las que todos estén de acuerdo, o



también si bien en esas alguno no está, por sus actividades laborales o por sus actividades personales.

[...] cuando hablamos del CaféSM, hablamos de un grupo de amigos porque los amigos son lo que cada uno son, pero se encuentran y tienen algo en común, tiene temas en común, tienen cosas en común, comparten la ida a una finca, un paseo, una salida, un almuerzo que sé yo, las fotos de la graduación y así somos nosotros, nosotros tenemos nuestra vida, nuestro contexto propio y nos unimos bajo ese *hashtag* (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo 2015).

Las diferentes expresiones de sus integrantes nos hablan entonces de una red, flexible, que funciona manera “natural”, “orgánica”, en la que no hay manual, ni forma definida o establecida, en la que no existe una estructura ni una jerarquía, en la que se siguen ideas y se comparten ideas por igual.

[...] Pues esto es todo natural, todo orgánico como lo decimos siempre, a veces hay temas que 2 o 3 personas están interesados en él y a veces las 12 personas del Café estamos supremamente conectados con el mismo tema, entonces hablamos y compartimos y debatimos, yo me encontré esto, yo me encontré esto otro, así funciona pues no hay como una forma diferente de definirla para mí al menos no, aparte de un *hashtag* somos un grupo de amigos [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo 2015).

¿Cómo funciona? Yo creo que no hay una forma definida o estricta o como un manual para decir... Bueno el miembro de CaféSM debe seguir esto en redes sociales. No, de hecho es algo muy esporádico, algo que sale de la nada. Se genera unas conversaciones y uno se pega y el otro se pega y eso se retroalimenta internamente en el Café. O sea hablo yo de Plaza Mayor, por redes sociales y llegó Gustavo y se pegó, llegó Santiago y llegó Cesar y se pegó también y mucha otra gente por fuera al Café también se pegó y al final recogemos información y por el interno decimos: “hombre mirá” que bacano es un CaféSM sobre este tema, invitando a Plaza Mayor o que bacano decirle a Plaza Mayor que hable sobre este tema. Y así se trabaja, de la nada [...] (E. Zapata, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

La flexibilidad de la red, en tanto estructura que rompe la organización tradicional, también remite a dar cuenta de los espacios y tiempos para la interacción. En la red social virtual las relaciones se dinamizan, se surten encuentros, discusiones en torno a temas, se generan desacuerdos y se posibilitan acuerdos. Se convocan a discutir también a través del grupo privado (chat privado) que manejan, allí dinamizan actividades, organizan acciones, definen temas de intereses, acuerdan actores. Si hay algún tema sensible para alguien, entonces ese alguien se abstiene de hablar, o a veces solo comparten temas y participan; es decir, ayudan a informar pero no se comprometen.

En lo no virtual el encuentro, va y viene, los eventos CaféSM que ya suman más de catorce realizados, les ha permitido poner a circular públicamente temas de los *Social Media*, pero también ir estructurando mecanismos de organización y funcionamiento. Los tiempos de

encuentro presencial van surgiendo en el camino, uno de sus integrantes puede motivarlos desde una invitación a promover un CaféSM presencial, que se realiza en un lugar que acuerden, puede ser cerrado o abierto. Los últimos han sido públicos. En sesiones periódicas, desde el 2012, han promovido (junto a organizaciones como El Colombiano, Centro Comercial Santa fé y Teledellín, entre otros) discusiones abiertas sobre redes sociales, social TV, crisis en entornos digitales, periodismo digital y otros temas estrechamente relacionados con el quehacer profesional de miembros y amigos del #CafeSM.

La disponibilidad de tiempo ha hecho que sus integrantes, participen de diferentes maneras, en los espacios que promueven de encuentro no virtual. Las limitaciones de tiempo son como lo plantea Gustavo Adolfo Pérez Ospina “la dificultad reciente para que hagamos más cafés como los veníamos haciendo.”

[...] Digamos que ese *hashtag* es una sombrillita donde todos nos metemos, en varias oportunidades, a veces muchas veces en una semana, a veces pasan dos semanas y casi no hablamos y compartimos cosas como amigos, entonces yo creo que somos un grupo de amigos más que un colectivo y ahí aprendemos, discutimos y crecemos y ahí hemos visto oportunidades y ahí vamos [...] O sea nunca habla la asociación de comunicadores CaféSM, pues no, hablan las personas, no estamos hablando con una marca [...] uno le pregunta al Café “¿y quién responde? El que esté más desocupado: Sury, Michí, Santiago, ni idea, si, como somos una comunidad no estructurada, sin un rigor específico [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

En común se mantiene y concreta que son una comunidad o grupo de amigos, que se sienta, conversa, habla, debate. Su interés es entonces

[...] ser amigos, conversar como conversan los amigos, a veces nos tomamos un café, a veces nos tomamos una cerveza, a veces salimos a algún lugar en particular y como amigos compartimos fotos, ahí en esos momentos nosotros no estamos como Café, pues estamos como nosotros como nosotros, lo que somos [...]" (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo 2015).

De allí, el interés de no formalizarse, y esto porque cambiaría las condiciones por las que actualmente se reúne CaféSM.

[...] Yo no sé, creo que podríamos pensar en algún proceso de formalización, pero en algún momento creo que también nos llevaría a que fuera menos chéveres porque es que las conversaciones y los encuentros se dan de forma tan natural y tan espontánea que es muy bueno [...] Una de las razones por las cuales el Café nunca se ha formalizado es para evitar entrar en conflicto con las diferentes profesiones y ejercicios profesionales de la gente. Desde el principio se dijo [...] nos hemos mantenido en que somos un grupo chévere de conversación, donde debatimos y nos damos duro porque no estamos de acuerdo con algo, pero los intereses han sido dependiendo de la contingencia [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

### 4.2.3. Comunidad de práctica

El tema de las redes sociales y los espacios de participación conjunta (virtuales y no virtuales) de esta comunidad de práctica, tiene que ver no sólo con cómo opera el Café, en tanto red de relaciones sociales, entendidas como aquellas que ocurren en las dinámicas sociales en general, que son flexibles en el manejo de tiempos, espacios y formas organizacionales, sino también con cómo el Café se empieza a movilizar en las redes sociales virtuales y no virtuales; pero además con cómo en esos objetivos se generan desde los temas propuestos unas reflexiones sobre lo que representan los *Social Media*, y entre ellos las redes sociales como *Facebook* o *Twitter*.

En la actualidad el CaféSM es un referente en *Social Media* en Medellín

[...] Bueno pues algo que tiene CaféSM es que todos los miembros son muy influenciadores, pues raro de hecho ¿Si? Entonces son personas que trabajan en entidades gubernamentales importantes, que son exitosas en la vida de las redes sociales, pues eso ha permitido que sea {CafèSM} un referente [...] (E. Zapata, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Cada participante del CaféSM, en sus historias de apropiación de las TIC, deja ver como moviliza temas de interés, genera vínculos entre actores desde lo virtual y lo presencial, y eso hace que su movilidad se sume a la red de CaféSM.

[...] Entonces si bien la gran mayoría de la gente del Café tiene la misma cercanía por el mismo tema, porque son comunicadores y porque efectivamente trabajan en esto, yo creo que hay intereses muy marcados de acuerdo a las personalidades y a los intereses particulares; sin embargo, como el Café siempre ha sido un grupo de conversación de amigos, donde prima por sobretodo el hecho de que nosotros somos amigos y nos desligamos de asuntos políticos y vidas laborales [...]” (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

No todos los temas interesan a todos, o no en todos los temas se conectan todos, se habla, se comparte, se debate, se define. A veces hay acuerdo y se retoman las ideas, y esto puede ser con el colectivo pero también con otros de fuera. El interés está en abordar contenidos como colectivo o en definir y proponer a circular otros.

La intención está puesta en movilizar ejercicios de ciberciudadanía que se extiendan a lo no virtual e incluso entendiendo que pueden venir de allí, en términos de interactuar con la gente y, para ello, proponen, participan, promueven la participación, aprovechando la potencialidad de las redes sociales virtuales, viéndolas como una posibilidad de contacto y de conversación. Su interés es movilizar la participación ciudadanía, transformar o generar algunas prácticas particulares al interior del CaféSM, pero también entre las personas, instituciones o colectivos a los que sus integrantes están vinculados. Algo que define al CaféSM es como lo señala Gustavo Adolfo Pérez Ospina es el *engagement*, [término asimilable a compromiso o implicación] con la gente.

La ciber ciudadanía, señala Esteban Zapata (comunicación personal, 23 de mayo de 2015) “[...] se basa en la interacción y en la generación de normas y contenidos, CaféSM propicia eso, genera normas, genera contenido, genera conversiones a nivel digital [...]”. El impacto que éstas puedan tener en la movilización en la red virtual y no virtual es un tema que no es fácil de medir, pero se calcula que el impacto de los mensajes que publica el CaféSM en lo virtual puede llegar a las 450 mil personas.

Esto para ellos esto es movilización que se genera, pero para sus integrantes no quiere decir que la cantidad de lo que se mueve a través de las redes sociales virtuales, sea también reflejo en lo real. Muestra de ello es, por ejemplo, asistir a un evento CaféSM

El último café fue uno de los mejores, esperábamos 20 personas y llegaron 65 personas y era un tema hartito pesado y denso porque era incómodo, es un tema que no es pa todo el mundo y ver la gente interesada, ver la gente con el teléfono en la mano pero así, como esperando a ver qué van a decir. Es un ejercicio muy chévere y es un ejercicio de movilización que tiene un gran alcance y una réplica enorme, son 65 personas, más la gente del Café hablando de un solo tema, bajo un *hashtag* eso genera movilización, pero una persona sola a menos que tenga una reputación grande, un reconocimiento grande, no solo en redes, sino en el plano real, puede generarla (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Ciberciudadanía en términos de reconocer las historias de lo con son sus integrantes y los intereses colectivos, también sociales más amplios que tiene que ver con lo local o lo global.

Los asuntos relacionados con la ciudad que toquen el sentir de la gente, lo humano, activa a los integrantes del CaféSM a interactuar en las redes sociales. Casos como el tema de cómo gestionar el riesgo en diferentes escenarios, abordado en uno de los eventos no virtuales, se retomó aprovechando la coyuntura por la que estaba pasando el país con las situaciones de inundación.

Lo que ocurre en los cafés como lugares de conversación tiene que ver con que, como lo señala Esteban Zapata: “[...] hablan de política de cierta forma, del humano, de cómo la persona invitada en ese momento ayudó a prevenir un poco las inundaciones y cómo ayudó a llevar las ayudas, involucró lo tecnológico también, porque ellos contaban que le hacían manual, leían *tuit* por *tuit* para ver dónde hay una inundación [...]”

El caso *Space*, por ejemplo, implicó una movilización desde adentro. Dos de los integrantes del CaféSM fueron amigos de una de víctimas fallecida, entonces, su ejercicio fue además de acompañarlos, ayudarlos en la movilización “[...] para que la gente se conectara con el caso y viera la magnitud de las cosas [...]” (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).



El CaféSM es entonces una comunidad de práctica y aprendizaje, así lo señalan. Esto tiene que ver también con la dinámica de funcionamiento en red, la experiencia y el conocimiento de los participantes que se comparte y se reconoce, aún con la experticia y el reconocimiento que tienen en los diferentes escenarios sociales y laborales. El Café permite a sus integrantes ver y reconocer lo que hacen y aprender.

[...] somos amigos que buscamos más amigos pa seguir charlando, sin ninguna posición de altura, de riesgo, de experticia, no, somos amigos con más amigos buscando amigos, pa seguir haciendo amigos ya, hablando de cosas [...] somos más bien unos mediadores de conocimiento y, en esa orden de ideas, nos gusta es que la gente pregunte sin temor, hable tranquila y, sobre todo, que no se vaya a sentir juzgada. Entonces cuando hablamos con la gente hablamos muy de tú a tú. [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Se reconocen como no expertos, y en proceso permanente de aprendizaje, privilegian en sus dinámicas una relación de corte más horizontal y dialogante, con lo que se capitaliza las experiencias propias y de otros.

[...] hablar con cualquiera de nosotros es supremamente sencillo y lo que hacemos es como dejar las cosas tan, tan básicas, tan simples, que la gente vea que si hay como conversar, que se enganchen, que busque un tema en particular y hablen de él. Hemos hecho ese ejercicio cuando hemos tenido oportunidad y tiempo de ver que la gente luego sigue hablando de los temas, así no lo hablen con nosotros es gente que ya se

animó, ya perdió ese miedo inicial de ir a meter las patas y siguen haciendo su propia búsqueda e investigación. Entonces nos volvemos a ver con la gente en los cafés y vuelven e interactúan con nosotros, pero uno ya ve que hay una experticia, ya ve que hay una cercanía; o sea, es muy chévere pensar ¡hey!, nosotros logramos movilizar a esta persona para que se acercara, perdiera el miedo, desmitificara todo lo que creía y ha ido creciendo [...] (G. Pérez, comunicación personal, 23 de mayo de 2015).

Como comunidad de práctica y aprendizaje también se evalúan, ensayan y exploran posibilidades de trabajo, ponen a circular temas, exploran medios y canales, algunos funcionan y otros no; pero se destaca como se dan a la labor de estudiar, conocer, experimentar y revisar los procesos que adelantan como CaféSM, tanto en las redes sociales virtuales como en las no virtuales. Implica eso también reconocer cómo y cuándo se equivocan, pero además cuándo y cómo salen de las dificultades. Se reconoce además cuando se hacen bien las cosas, y allí está para ellos el éxito del alcance de su trabajo.

Recogiendo la diversidad de elementos de esta caracterización, se encuentra en el reconocimiento de las razones de su conformación y sostenimiento en el tiempo; en la comprensión de las dinámicas de funcionamiento, diversas y complejas de este colectivo; y en las características particulares de las comunidades de práctica, caminos de comprensión del Colectivo CaféSM.

Vemos entonces que sus integrantes sostienen “unas relaciones de participación mutua muy densas que se organizan en torno a lo que han venido a hacer allí” (Wenger, p. 101). Y

como se puede evidenciar en lo que se expresa por sus participantes y lo que permite leerse en los medios, cómo participan, las dinámicas que la posibilitan o impiden, las diversas formas de desarrollar relaciones; el reconocimiento de las identidades que allí transitan, de la experiencia, saberes y conocimientos, formas del ser, el hacer y actuar de cada quien que se articulan para comprender y ajustar, cuando sea necesario, la dimensionalidad del CaféSM; elementos estos que el mismo académico señala como aspectos a través de los cuales es posible observar el compromiso mutuo de esta comunidad de práctica.

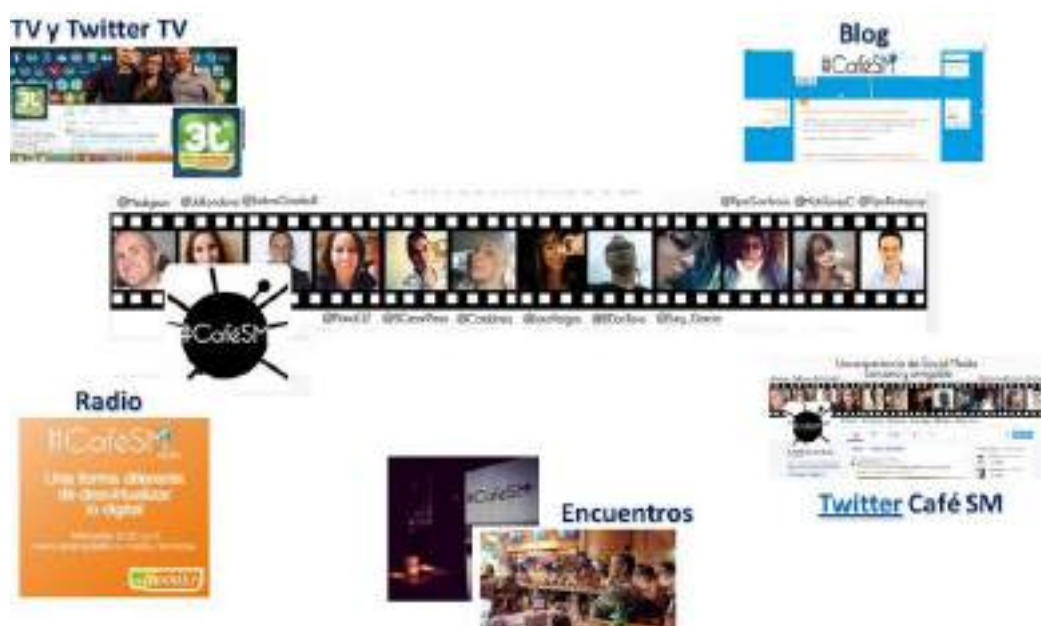
Hay además, una alineación de compromiso y responsabilidad, individual y colectiva, con el CaféSM. En este colectivo se negocian y renegocian significados que, como señala Wenger, refieren a cómo desde éste se producen y adoptan instrumentos, artefactos, representaciones; se registran y recuerdan eventos; se inventan términos y redefinen o dejan los antiguos; se cuentan y vuelven contar historias; y se crean y transforman las rutinas. En esta vía también se ha dado el desarrollo de su repertorio, sus estilos y sus discursos.

Otros aspectos relevantes de la caracterización nos permiten señalar como en las prácticas de los integrantes del CaféSM se producen, construye, configura y reconfigura las identidades. Esas que se muestran en sus apuestas y compromisos como sujetos, con el colectivo y con cada uno; pero también en aquellas prácticas en las que no se comprometen. Como lo señala Wenger, en este camino, “Nuestras identidades no solo están construidas por lo que somos sino también por lo que no somos (...) En consecuencia, nuestras relaciones con comunidades de práctica suponen al mismo tiempo participación y no participación y nuestras identidades están conformadas por combinaciones de las dos (...)” (p. 205).

En el CaféSM como comunidad de práctica, la participación como “experiencia social de vivir en el mundo desde el punto de vista de afiliación a comunidades sociales y de la intervención activa en empresas sociales” (Ídem., p. 80), es colectiva e individual, y marca diversos matices de acuerdo con las apuestas que se dan por sus integrantes.

En relación con los aprendizajes que se dan en torno a las prácticas, descritos por los integrantes del CaféSM y que se muestran en esta caracterización, es importante señalar que hay apuestas por la reflexividad; es decir, por la mirada en torno a cómo se dan sus prácticas y el rol de sus actores en ellas. No se trata de una constante, y una comunidad como lo plantea Wenger (p. 72), no mantiene la reflexividad todo el tiempo, o mejor esta se da en distintos tiempos y espacios, lo que permite también remitir a unos aprendizajes particulares que le permitan reconocerse, mantenerse, fortalecerse y/o transformarse en el tiempo.

#### 4.3. Espacios de interacción de CaféSM: apuestas por la crossmedia



Más que reconocerse como un colectivo con prácticas transmedia que tienen que ver con la exploración que van haciendo para establecer vínculos comunicativos entre los integrantes, pero también con cómo desde cada medio se generan apuestas temáticas, comunicativas, que dialogan con los diversos medios que utilizan; o como una organización red transmedia que en tanto #CafeSM, como hilo conductor narrativo, transita por un mix de canales y plataformas, en torno a las experiencias referidas a los *Social Media*, para que las redes a las que se extienden los mensajes los transformen y amplíen; se ha reconocido en este proceso de caracterización que el CaféSM adelanta prácticas *crossmedia* que buscan sí usar y explorar un mix de canales plataformas y formatos de comunicación, y que en ese cruzar plataformas no busca necesariamente extender lo que se narra, el mismo mensaje, de un medio a otro medio.

En este sentido, en esta caracterización se retoma como categoría principal de análisis las prácticas crossmediáticas, y derivadas de ellas las narrativas, las dinámicas de gestión del conocimiento y las apuestas que por la ciberciudadanía tienen el colectivo CaféSM. Para comprender estas prácticas se retoma la información recogida como parte del trabajo de etnografía virtual, realizado a los diferentes medios y canales, de consulta abierta, y a los que como grupo de investigación nos vinculamos, entre ellos, la radio digital CaféSM, el blog CaféSM.co y la redes sociales virtuales Twitter y Facebook (ver anexos 16 a 18).

Otros canales de comunicación como el chat privado y el programa de televisión, entendiendo que si bien en el trabajo de campo, con las entrevistas se hacen referencias a

estos, el presente estudio nos los retoma. Al chat privado, por las posibilidades de acceso e interés del manejo de información, y el programa de televisión, por tratarse de un espacio no propiamente del manejo del CaféSM.

El empezar a trabajar como CaféSM con los medios sociales y, entre ellos las redes sociales virtuales ha sido un asunto que ha ido surgiendo a medida que lo han visto necesario. De allí que desde su creación hayan explorado a través de *Social Media* espacios como el *blog*, el *fame page* de *Facebook*, el *chat* privado, la radio digital, *Twitter*, entre otros. Por las características de nuestro estudio, y dando prioridad a la cantidad de información que mueve cada medio, centramos el interés en indagar: el blog, el *Twitter* y el programa de radio digital, espacios que se reseñan a continuación.

#### 4.3.1. El Blog CaféSM - <http://cafesm.co>

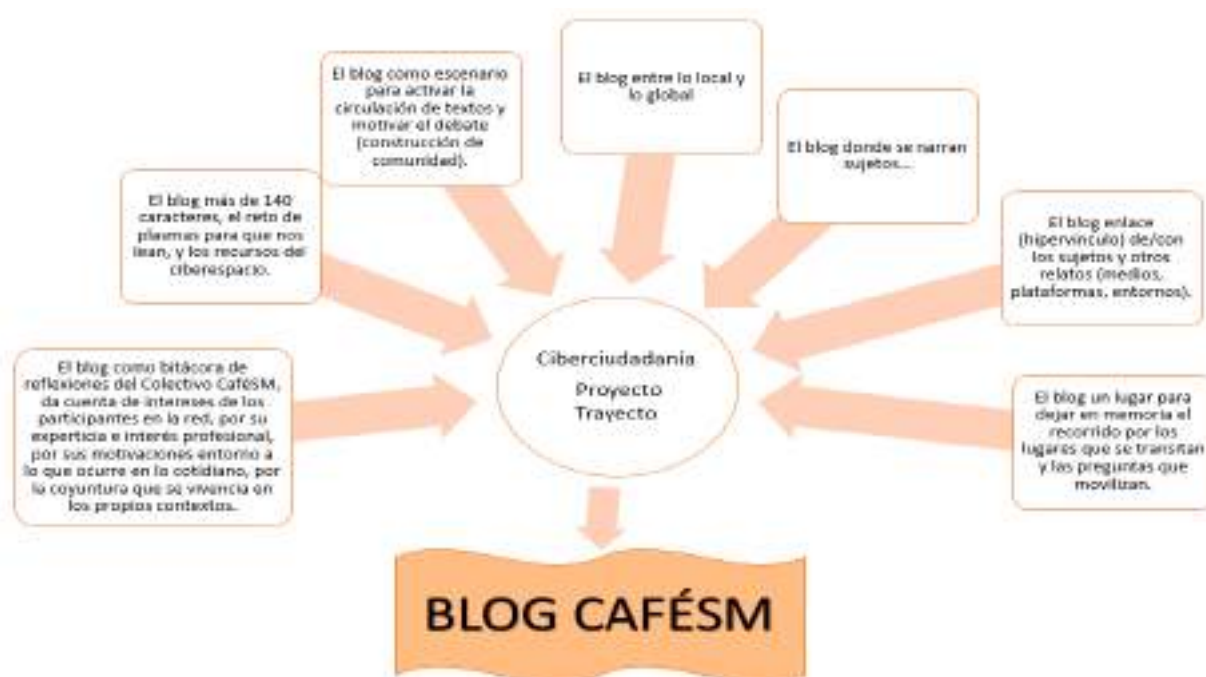


Figura 4. Proyecto trayecto del Blog CaféSM.

Fuente: elaboración propia del grupo de investigación

*Narrativas:* El #CafeSM no sólo generan diferentes espacios de reflexión en torno a lo que significan los medios de comunicación sociales o medios sociales (conocidos como los *Social Media*, en Inglés) para los integrantes, sino que también exploran con ellos. Una muestra es el blog que se analiza, cuyos contenidos en su diversidad dan cuenta de ideas, reflexiones, apuestas de un colectivo y de sujetos que lo integran, en la que se expresa la experiencia vivida por los *posteadores/prosumidores*.

El colectivo #CafeSM realizó la presentación del blog CafeSM.co el 12 de marzo de 2014, desde entonces se ha propuesto como un espacio Web que reúne “publicaciones periódicas de cada uno de los miembros y amigos del #CafeSM con una dinámica de conversación y participación abierta que se mantiene fiel a los principios de su comunidad”.

El blog CaféSM “Aprendiendo juntos sobre *Social Media*” está dirigido a los miembros y amigos del #CafeSM, quienes se identifica como sujetos digitales, interesados el tema de los *Social Media* o medios sociales, que buscan generar temas que sean discutidos o retroalimentados. Su acceso es público y libre, para consulta, lectura y los post son publicados por los integrantes del colectivo, los comentarios son previamente filtrados por los administradores, quienes además filtran el acceso a otros públicos.

El blog, creado en la plataforma Tumblr (microblogging que posibilita a los usuarios la publicación de textos, imágenes, vídeos, enlaces, citas y audio), da cuenta de la publicación de

43 post desde su creación. La más antigua el 11 de marzo de 2014 y la más reciente el 14 de marzo de 2015.

Cómo se narran los *posteadores/prosumidores*, es una de las primeras entradas que hacemos para el análisis del blog. En estas descripciones, a manera de ejemplo, se refleja el cómo se nombran los sujetos y sus intereses personales, profesionales y como integrantes del colectivo CaféSM. El eje se pone en la experiencia como relato de lo que son, pueden compartir, movilizar y construir colectivamente:

Soy María Elisa Rojas, más conocida en el mundo digital como @MariaE22, soy comunicadora social – periodista, Community Manager y estratega digital.”

Les escribe, @Sury\_Garcia; diseñadora gráfica y comunicadora publicitaria, veinte años o más de vida, donde prevalece el gusto por la lectura, la poesía y el disfrute para los días. Entusiasta de la tecnología, las redes sociales y apasionada por el diseño gráfico y la publicidad.

Holala mundo digital soy @MichiTorresC, una mujer apasionada por el mundo *Social Media* y por la creación de contenidos digitales, buscando integrar los objetivos de las marcas con las experiencias de los consumidores, tanto presenciales como digitales.



Por fortuna he podido aprender con los amigos del CaféSM, intercambiar conocimiento sobre *Social Media* y gracias a mi ocupación como consultor en tecnología de varias decenas de pequeñas empresas, conocer el entorno de las llamadas pyme. Es por eso que mis líneas en este blog estarán encaminadas al intercambio de información sobre las redes sociales en la pyme; y basándome en mi experiencia de más de diez años como director logístico de varias parroquias, abordaré como segundo tema: parroquias y redes sociales.” César Sánchez C. en nota: *De la pyme y las parroquias en redes sociales*.

En el “mundo real” soy Laura Vargas, en las redes me conocen como @laurivargas. Soy Comunicadora Audiovisual, apasionada por la interacción, los *Social Media*, las TIC, el Marketing Digital y la tecnología. He trabajado en producción de televisión, comunicación organizacional y durante los últimos años en mercadeo, construcción de marca y estrategias digitales para entidades del sector público en Colombia.

Soy locutor y en aprendizaje de comunicador cada día, también me gusta la poesía y *Social Media* como pasión, esa misma que uno con la cultura y que pretendo mostrar y compartir en los medios digitales donde puedo expresarme y aprender en cada momento, en cada tweet y desde luego, la información que se comparte sobre la cultura digital, los artistas culturales en el entorno digital y como hacer evolución cultural en medios digitales. @Danielsuarezvoz

Soy @Cataurrea una comunicadora apasionada por las redes sociales y comunicación online. Llevo más de 5 años aprendiendo sobre tendencias y estrategias web. Lo más importante es que tengo buena energía y soy multiplicadora de sonrisas digitales.

[...] soy Andrés Felipe Gamboa Sánchez, Comunicador Social Cibermedial de la Universidad EAFIT, apasionado por el mundo digital y sus estrategias para conversar y atraer a la gente a mover las redes según sus gustos y las tendencias del momento, *copy writer*, amante de la producción audiovisual, y el encargado de conversar de temas un poco más mundanos, que a todos nos enganchan y mueven las redes sociales día a día, como por ejemplo el fenómeno “*fitness*” y la onda *traveler* de compartir experiencias; y también el activismo digital, con un enfoque principalmente en temas LGBT, por obvias razones. Me encuentran en Twitter, Instagram, Tumblr, Facebook y demás como @pipegamboas.

Estudí Comunicación Social - Periodismo, creo que por eso estoy tan comprometida con el entorno social en el que me desempeño. Soy consciente de mi responsabilidad como periodista, y trato ser una intérprete veraz de los acontecimientos y formadora de opinión pública. Soy una mujer llena de pasión, en todo el sentido de la palabra y quiero compartir con ustedes desde los temas que me hacen vibrar como: política 2.0, identidad de marca, transmedia y otras ideas que iremos fabricando juntos, porque mi mayor intención es que el camino sea construido paso a paso y en conjunto. Juliana Londoño.

Sury García, César Sánchez, Daniel Suárez, Cata Urrea, Michi Torres, María Elisa Rojas, Gustavo Pérez, Santiago Villegas, Sebas Grisales, Juliana Londoño, Lauri Vargas, Pipe Gamboa y Paulo Sánchez, son los *posteadores* de las notas del blog publicadas en el lapso tomado para la observación. En sus *posteos* los títulos, entradas y notas cortas, en su mayoría, enlazan en algunos casos a otros sitios web, y/o videos, y se acompañan de fotografías o gráficos alusivos al tema que describen. El blog recoge sus ideas e invita a los lectores a una interacción con ellos, que se expresa no sólo en el hecho de postear, sino también cuando se explicita para motivar:

Acompáñame en este viaje donde podemos aprender y conocer mucho más sobre *Social Media* (@Cataurrea).

Comparto con ustedes una serie de artículos que aunque están orientados a Bibliotecas, ayudan a crear el Marco Estratégico de *Social Media* para cualquier organización. Fue originalmente publicado en Infotecarios.com y está abierto a todos sus comentarios y recomendaciones. ¡Compartan sus apreciaciones por mi Twitter @MedeJean! ... Gracias por leer y compartir. Hasta la próxima (@MedeJean)

Hablamos mucho y debatimos otro tanto, aquí puedes ver el resumen de lo que fue nuestro #CafeSM ¿Nos acompañas en el próximo? ¡Pendiente! (@surygarcia y Paulo Sánchez)

Acabo esta publicación a la espera que llegue ese día en que la “calidad de vida” tan presente en su discurso, se traduzca en una experiencia positiva en redes sociales; aún me pregunto ¿por qué Metroplus ya tiene vida en la web 2.0 y su “papá” el Metro no? ¿Por qué no imitar lo realizado por ciudades como México, Panamá, Sao Paulo, por citar algunas? ¿Qué opinan ustedes amigos lectores? (César Sánchez @elcesarpaisa, en nota: ¿El Metro que tan lejos está de sus usuarios?)

“¿Has tenido experiencias de alfabetización? ¡Se vale desde el abuelo hasta la empresa! Comparte tus experiencias” @mariaeli22, en nota: Analogías: el poder de educar.

El lenguaje es cercano y directo, muy característico de espacios de los *Social Media* y, particularmente, del que se promueve en los blog. Se podría señalar que priman en las notas elementos de opinión e información, y mensajes focalizados que buscan abordar temas de interés y relacionados con la experticia/vivencia de los *posteadores/prosumidores* y su relación con las nuevas tecnologías, particularmente el impacto de las redes sociales:

¿Alguna vez has tenido que enseñarle a tu mamá a enviar un correo electrónico? ¿O a tu papá a manejar el nuevo celular que le dieron en la empresa? Yo lo he vivido varias veces y creo que tengo algunas canas de colores como resultado (@mariaeli22, en la nota: El poder de la alfabetización).

La interacción con cualquier tipo de contenido digital de por sí no es atrayente, lo que genera un punto de cambio son las emociones y la recordación que generen. Esto se convierten en un pilar fundamental para el desarrollo publicitario online. La publicidad visual toma su papel en redes sociales, la comunicación tras una pantalla entra por los ojos lo que obliga a las marcas a ser cada vez más creativas y salirse del foco común (@surygarcia, en la nota: ¿Las redes sociales entran por los ojos?).

Más allá de gustos sobre si el “selfie” es una buena práctica, una saturación de información o un culto al egocentrismo, hemos encontrado que se puede hacer un buen uso de esta forma de ver el mundo, las personas y las marcas. Hoy en día no es de extrañar que la comunicación en redes sociales está atravesando una irrupción en la forma de contar y narrar el día a día de los usuarios, y por qué no, de algunas marcas. La apuesta pasa por algo denominado “selfie”. (@sebasgrisales, en la nota: La marca detrás del “selfie” perfecto).

Pero la experiencia de conocer Bogotá, o en mi caso re-conocer, es otra gracias a las redes sociales en las que las voces oficiales, como la del Instituto, dirigido por Tatiana Piñeros, muestra con esmero a propios, pues ellos también pueden ser turistas; y extraños los encantos de la ciudad y los diferentes tipos de turismo que allí se puede realizar y se fusiona en éstos espacios de interacción con la voz de las personas del común, para ser embajadora y el mejor gancho para atraer nuevos visitantes; al punto de ser elegida en 2015 como sede para la entrega de los premios de la industria turística WTF” (@elcesarpaisa, en la nota: Las dos T: Tecnología y Turismo).

Por fortuna he podido aprender con los amigos del CaféSM, intercambiar conocimiento sobre *Social Media* y gracias a mi ocupación como consultor en tecnología de varias decenas de pequeñas empresas, conocer el entorno de las llamadas pyme. Es por eso que mis líneas en este blog estarán encaminadas al intercambio de información sobre las redes sociales en la pyme; y basándome en mi experiencia de más de diez años como director logístico de varias parroquias, abordaré como segundo tema: parroquias y redes sociales (@elcesarpaisa, en la nota: De la pyme y las parroquias en redes sociales).

La experiencia de los *posteadores/prosumidores*, lo que les moviliza en lo cotidiano, personal, familiar, social; y que se relaciona con los contextos más diversos, locales, regionales o globales, se evidencia con insistencia en los post. En éstos siempre hay una referencia al impacto de las TIC y, por su puesto, a las redes sociales virtuales, de ellos como actores sociales que transitan el ciberespacio como una extensión de su vida, pero también en la movilidad que generan como comunidad.

Este blog se convierte a partir de hoy en el espacio donde les compartiré lo que me apasiona, lo que vivo, el día a día de las organizaciones a partir de lo digital, la crítica y el análisis desde lo que para mí es correcto o no a la hora de la creación y desarrollo de una estrategia en *Social Media*. Hablaremos sobre #crisis, #reputaciónonline y #marketingdigital, además de comentar experiencias sobre el

manejo de cuentas, referentes nacionales e internacionales, retos en la comunicación digital y tips para el desarrollo de contenidos digitales.

El mundo 1.0 es un referente propuesto por la *posteadora/prosumidora* @laurivargas, que resumen en la importancia de la desconexión. Reconoce la potencia e influencia de las TIC, pero también la necesidad de los sujetos de vincularse en lo “presencial” a lo próximo, que no se vivencia necesariamente con las tecnologías, aunque puedan mediarlo.

Soy una fiel creyente de que la tecnología y en específico las redes han abierto un canal enorme de posibilidades para la interacción, la masificación de las ideas y han mejorado la posibilidad de relacionarnos, acercarnos y encontrar nuevas oportunidades. Sin embargo, aclaro, soy una promotora de la desconexión, de vivir y valorar el mundo 1.0, ese que no se compara con un mensaje en Whatsapp, una publicación en un muro de Facebook o una mención en Twitter @laurivargas, en la nota: ¡Aprendizaje y construcción colectiva! (Juliana Londoño, en la nota: Juliana: pasión por lo que hace).

*Gestión del conocimiento:* La blogosfera, ese universo posible con las tecnologías 2.0, se amplía desde el blog CaféSM.co para el colectivo en tanto visibiliza en la intención de sus contenidos el reconocimiento de saberes, las posibilidades de aprendizaje colectivo, la gestión del conocimiento. Desde este también se visibilizan las dinámicas del #CafeSM que en lo presencial, con el interés en compartir desde la experiencia, las fallas, los aciertos, las experiencias de propias y de los otros.

Hablamos mucho y debatimos otro tanto, aquí puedes ver el resumen de lo que fue nuestro #CafeSM ¿Nos acompañas en el próximo? ¡Pendiente! Sury García y Paulo Sánchez, en la nota: Así fue nuestro #CafeSM sobre las redes sociales en la política.

Comparto con ustedes una serie de artículos que aunque están orientados a Bibliotecas, ayudan a crear el Marco Estratégico de *Social Media* para cualquier organización. Fue originalmente publicado en Infotecarios.com y está abierto a todos sus comentarios y recomendaciones. ¡Compartan sus apreciaciones por mi Twitter @MedeJean! ... Gracias por leer y compartir. Hasta la próxima. (@MedeJean, en la nota: Bibliotecas y *Social Media*: Creando una estrategia digital – 1).

Qué mejor que hacer parte de un espacio de construcción colaborativa con amigos de los que aprendo frecuentemente y a los que les apporto desde mis fortalezas e incluso desde las debilidades que nos permiten crecer y construir nuevos conocimientos (Juliana Londoño, en la nota: Juliana: pasión por lo que hace)

Con tecnologías de la Web 2.0, basadas en Internet, estas plataformas de comunicación en línea, permiten a los usuarios la creación, edición, publicación e intercambio de contenidos o información. Situación que aumenta la cobertura, el impacto e influencia entre los usuarios/pares, como en el caso de los integrantes del colectivo, pero también con otra audiencia. Si bien, el blog no permite el acceso a estadísticas para identificar la cantidad de



lectores o de usuarios, sí se reconocen se promueven dinámicas de interacción, cuando se invita a dialogar, compartir, opinar e incluso a consultar, en últimas a hacer un click más allá de lo que se *postea*. El sitio sólo registra 15 comentarios, concentrados en algunas notas. Se trata de otros vínculos con y entre los lectores, propuestos para ir más allá del blog y relacionarse con los *posteadores* en otros territorios de los *Social Media*, como en este caso las redes sociales, y puntualmente con el Twitter, el más movilizado por los autores.

*Apuestas por la ciber ciudadanía:* El pasado y el presente, el antes y después de la aparición de las tecnologías, que aún presentes generan una brecha digital, entre quienes aún en la actualidad no acceden a ella, es otro tema que ocupa a los *posteadores/prosumidores* del CaféSM.co, con diversas intencionalidades. Está, por un lado, en las experiencias próximas de alfabetización, por otros, en el cuestionamiento y llamado a entidades estatales, como en el caso del Metro de Medellín, y corporativas/empresariales a promover el acceso a las TIC, a desarrollar estrategias de comunicación, que impacten en la cultura.

Después de muchos meses de pedirla entre indirectas (muy directas) en navidad le regalamos una tablet a mi abuelita ¿Para qué quiere una señora de 86 años un dispositivo móvil? Es lo que muchos se preguntarán, y la respuesta es muy sencilla: para conectarse con el mundo... Me atrevo a decir, que a sus 86 años, esta tablet le cambió la vida, ahora la lleva a todas partes y lo primero que hace en el día es revisar su e-mail a ver si le han llegado fotos de sus nietos y bisnietos. Ha empezado una relación con la tecnología y el mundo se ha abierto ante sus ojos (@mariaeli22, en la nota: Mi abuela y la tecnología ¡Todo es posible!)

A veces me siento a recordar cómo era la vida hace unos 15 o 16 años atrás, cuando ya contaba con Internet en mi casa, ese que se caía si uno descolgaba el teléfono, y que en realidad usaba para “jugar en línea” en la página de *Disney Channel*, *Nickelodeon* y *Discovery Kids*; bajaba imágenes de *Digimon* y *Pokémon* para imprimir a full color acabando toda la tinta que mi papá usaba para trabajar, en una impresora que sonaba como una sinfónica de ronquidos y se demoraba eternidades; y en las noches curiosear en *Latinchat* mientras consultaba en *Encarta* las tareas del colegio, que luego debía confrontar con una inmensa enciclopedia (que aún creo conservar). El único contacto posible con alguien que no estuviera cerca de un teléfono fijo era un *beeper* de contados caracteres, creo que menos que Twitter; y había que esperar que la canciones llegaran a *MTV* y a las emisoras, que en su mayoría ya ni existen. Una vida de relativa desconexión en un constante crecimiento de globalización parcializado (Felipe Gamboa, en la nota: ¡Ahora sí decimos e imponemos!)

Otras constantes en la blog tiene que ver con la movilización de la participación de los actores sociales que se da con las TIC y con las redes sociales. Para la política, la acción o reacción ciudadana en relación con el acontecer de lo que toca el mundo. Se cuestiona sus alcances, bien cuando no se implementan de manera acertada por sujetos y colectivos, o por organizaciones; o bien cuando no se han implementado por organizaciones, desaprovechando el potencial que implicaría para movilizar la participación social, y por tanto lograr transformaciones culturales que la beneficien. Se advierte también de los riesgos, las TIC y las redes por sus posibilidades de acceso masivo, y de movilización de ideas también pueden

hacer caer a los sujetos, en grupos que contrario a lo que se esperaría en las movilizaciones sociales mediadas por las redes virtuales, en cuanto a una comunicación autónoma, que genere y promueva valores sociales.

En este sentido, nos interesa destacar, algunos apartes de post que dejan ver estas reflexiones diversas de cómo con las TIC se transforma la cultura, y se moviliza la participación social.

Centran su atención en el análisis de las dinámicas que genera el uso de las redes sociales, para la participación, la política, la cultura; en las que pese al impacto que trae la posibilidad de distribución masiva de mensajes, como un voz a voz de ayer, el rumor que corre y hace que muchos reaccionen de diferentes maneras, no se actúa. Plantean también casos en los que las redes sociales, pueden ser una amenaza, al movilizar colectivos, que promueve inteligencias colectivas que no necesariamente tiene que ver con el beneficio social. Se preguntan entonces por el tipo de activismo de los usuarios, que circula en la red.

Ahora ¿Qué hacer? ¿Seguir eligiendo en redes o ejercer democracia en urnas? La decisión es suya, y solo suya, y por favor no mande tantos mensajes, elija...y elija bien votando. Así como usted se queja en contra o favor de un candidato tenga coherencia a la hora de votar. “No se indigne en las redes sociales, indígnese en las urnas” Visto en Twitter @linasandoval (@sebasgrisalesr, Sebas Grisales, en nota: Colombia: un país que elige en redes sociales).

La calidad del blog y su proyección, sin duda, la hacen las interacciones, los contenidos, la movilidad y actualización, el diálogo que se muestre y genere, la colaboración y cohesión que se evidencie en sus participantes. Esto hace que se evidencie un sentido compartido, que sea el de CaféSM.

Características del blog, y en general de los medios sociales, como la rapidez, amplitud, alcance de los mensajes, deberían ser objeto de mirada por el colectivo, para que revisando la riqueza, diversidad, pero también debilidades del espacio, validen, corrijan, mejoren el espacio. Es necesario que se mire la potencia de espacios como el blog, en las que se movilice mayor participación, y actualización de contenidos.

#### 4.3.2. Twitter CaféSM *Social Media*, #CafeSMco



Figura 5. Imagen de perfil de #CafeSMco

El #CafeSM es una cuenta de Twitter creada por el colectivo que se presenta como “soy un gentil BOT de la comunidad de amigos del #SocialMedia, reunidos para compartir conocimiento sobre #CulturaDigital”, así mismo hace la presentación del colectivo como “Una experiencia de *Social Media* cercana y amigable”.

Esta cuenta es movida tal como es descrita como *bot*, esto es se enfoca en retuitear o es mostrada como etiqueta en la mayoría de los trinos de sus integrantes. Dispone de una movilidad fijada por la actividad de ellos desde sus cuentas personales, por ello @ElCesarPaisa comenta que: se crea la cuenta de Twitter porque vimos la necesidad de tener en alguna parte una presencia como grupo pero decidimos hacerlo con un "bot" que simplemente retuiteara las interacciones que tenemos en Twitter con el numeral CaféSM los integrantes del café si simplemente como un aglutinador de los contenidos que nosotros generamos entorno a los temas que se traten en el café pero tampoco queremos que se genere como una carga lo que les decía ahora, otro muerto al hombro (C. Sánchez, comunicación personal 24 de mayo de 2015)

El #CafeSMco cuenta con 1141 seguidores y 17 seguidos de los cuáles es posible identificar que son noticias, administración en Twitter y los integrantes, su movilidad es constante desde la dinámica impuesta por sus integrantes. Se realizó un seguimiento a la cuenta desde el mes de agosto del año 2014 hasta el mes de marzo de 2015, de ello se logra identificar la información correspondiente a sus narrativas, la dinámica en la gestión del conocimiento y las apuestas por la ciberciudadanía.

*Narrativas:* El #CafeSM es un *bot*, que se imprime como marca y que se ha expandido a partir de sus integrantes que lo han impulsado como *hashtag*, que se imprime desde un proyecto de reconocimiento. En esta medida desde *Twitter* se identifica el colectivo como “Soy un gentil BOT de la comunidad de amigos del #SocialMedia, reunidos para compartir conocimiento sobre #CulturaDigital” (#CafeSM, perfil Twitter).

Si bien el Café cuenta con otros espacios virtuales, podría afirmarse que Twitter es el más movido en tanto etiqueta y en algunas ocasiones como *bot* y sus publicaciones se pueden ilustrar con una clara tendencia hacia una ciudadanía de proyecto trayecto en la que se van dando luces de cómo perfilarse, no obstante desde el #CafeSM se mueven contenidos en diversos temas o con diversos propósitos, como lo muestra la figura 6.

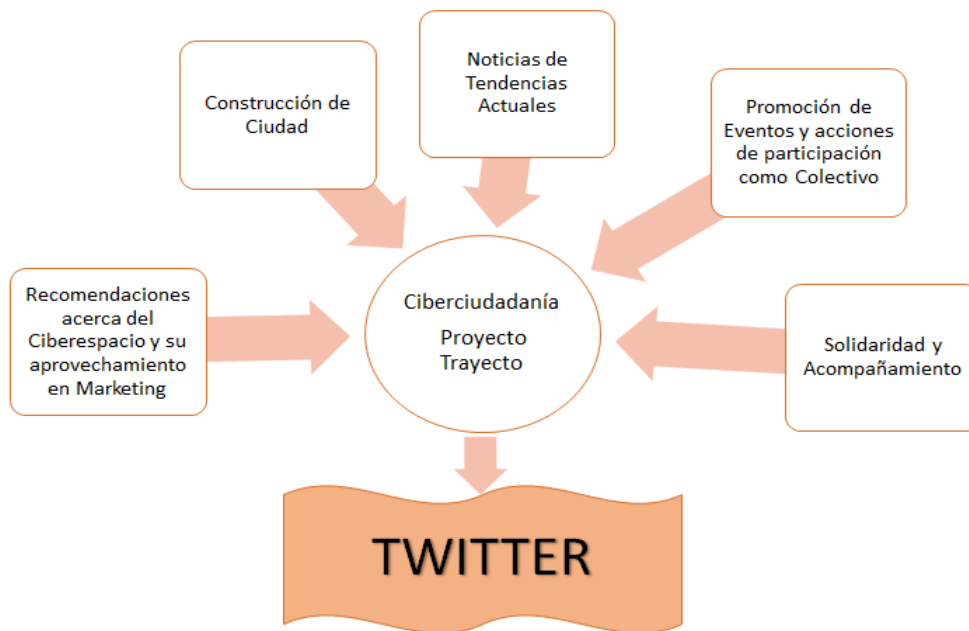


Figura 6. *Proyecto trayecto del Twitter #CafeSM*  
 Fuente: elaboración propia del grupo de investigación

Todo el movimiento de #CaféSM como etiqueta que promueve estas temáticas, es algo generado en gran parte desde sus integrantes, que es la constante, así por ejemplo encontramos trinos como en los que ellos lo respaldan, como aparece en la figura 7:



Figura 7. Referencias de mensajes Twitter.

Fuente: elaboración propia del grupo de investigación

*Gestión del conocimiento:* César Sánchez (comunicación personal 24 de mayo de 2015) afirma desde su estar en el colectivo y la formación y experiencia que [...] Twitter, pues básicamente son canales direccionales canales donde podemos aprender donde podemos compartir [...] Pues entonces volviendo y esos son canales de aprendizaje son canales de alimentación o de consecución del conocimiento pero también de retroalimentación, también lo que les decía todos los 3 canales aglutinan lo que nosotros queremos hacer y lo que nos gusta hacer y se fueron dando pues en tiempos completamente diferentes como les contaba no fue

como que dijimos vamos a crear la estrategia digital del CaféSM y entonces nos vamos a sentarnos y entonces la cuenta en Twitter la lanzamos tal día y la del blog lo lanzamos no nada por ejemplo esto de que redacte lo fuimos surgiendo y lo fuimos lanzando [...]

En esta medida Twitter ha sido ese espacio que ha permitido compartir como grupos algunas apuestas e informaciones que le permiten enriquecerse los unos a los otros, pero además a partir de la etiqueta #CafeSM van llevando información a todos los seguidores, especialmente desde las innovaciones en la red, herramientas para el aprovechamiento de espacios en cuanto a la tecnología en general pero sobre todo al marketing digital. Twitter se complementa con los demás espacios en los que interactúan como colectivo, pero espacialmente se convierte en un espacio de apuesta desde lo individual que les permite y posicionar el colectivo.

*Apuestas por la cibercidadanía:* Es pertinente, como lo menciona la figura 6, el colectivo CaféSM apela a la construcción de ciudad y con ello se refleja el deseo de promoción de un cibercidadanía orientada al ir más allá del solo hecho de un comentario. Por ello en su cuenta de Twitter es donde mayormente se visualiza de manera más explícita la apuesta por una cibercidadanía enmarcada desde la democratización del conocimiento, el cual es un hecho que ellos evidencian en sus trinos.

A partir de la claridad del hecho que el *hashtag* #CafeSMco se moviliza a partir de la etiqueta constante que hacen sus integrantes, y del ser *bot* desde el retuit de los trinos de ellos,



se puede afirmar que ellos como colectivo tienen a la promoción de una ciber ciudadanía del tipo proyecto trayecto, la cual ellos también ejercen.

Esto en la medida que son sujetos sociales que buscan generar contenidos o trinos que impulsen la vivencia de la ciudad de manera crítica, pero además que no lo hacen en una sola esfera, sino que buscan incidir de diferentes maneras en la construcción de ciudad e ir hacia una ciber ciudadanía que logre generar acción más que solo crítica. Y es lo que con sus acciones como la incidencia que buscaron tener en el acontecimiento del edificio Space, que pretendió mover acciones y como tal se pudo ver.

#### 4.3.3. La radio digital CaféSM



Figura 8. Proyecto trayecto de la radio digital CaféSM.  
Fuente: elaboración propia del grupo de investigación

El programa de radio para Café SM era algo así como un sueño, según lo expresa César Sánchez, cuando reflexionaban y decían:

“A pesar de que tenemos un alcance bueno a través de redes sociales y podemos llegar a un número amplio de personas a través de las redes, también sería bueno contar con un espacio donde la gente que de pronto no tiene una cuenta en Twitter o no tiene una cuenta en redes sociales y simplemente se interesa por los temas que nosotros tratamos, por el mundo digital, pueda acceder a nosotros” (C. Sánchez, comunicación personal, 24 de mayo de 2015).

Ese sueño se fue materializando y el primer acercamiento que tuvo el colectivo CaféSM a la radio fue en la emisora La X de Radio Todelar, “el primero que nos abrió la puerta para tener un espacio, una capsulita, un huequito en radio fue Gabriel Posada, que nos daba 5 minuticos cada 8 días en el programa de todos los jueves” (C. Sánchez, comunicación personal, 24 de mayo de 2015) y el espacio tenía una cortinilla de identificación que los introducía como “jueves de tendencias con CaféSM”. Era el mismo Posada el que reiteradamente insistía en que Café SM debía tener un espacio propio en la radio.

Es así como el 17 de diciembre de 2014 vio la luz CaféSM Radio, el espacio radial del colectivo CaféSM a través de la emisora digital de Teledellín; el programa surge a partir de la estrecha relación y cercanía que existe entre *Trending Topic #3TTM* y el colectivo. *Trending Topic* es un programa televisado a través del canal público local Teledellín, y cuyo énfasis son las tendencias y las dinámicas relacionadas con las redes sociales y el mundo

de la tecnología. Este espacio, dirigido por Dalia Zuleta, es presentado por un equipo de tres profesional que tienen amplia experiencia en los temas abordados, profesionales entre los que se encuentra Santiago Villegas, integrante de CaféSM. En #3TTM es recurrente que sean invitados otros miembros de Café SM, por lo cual, en una ocasión, la propia directora del programa televisivo sugirió que el colectivo tuviera un programa de radio.

Tras un proceso de acercamiento entre Zuleta y la directora de Telemedellín Radio, Camila Rivas, sobre la posibilidad en un programa dedicado al tema de tendencias en tecnología, se estructuró el espacio, y el 17 de diciembre de 2014 se realiza entonces el piloto del programa radial denominado CaféSM Radio, una extensión de las conversaciones realizadas por el colectivo a través de las redes sociales, y conducido por María Eliza Rojas, Gustavo Pérez, y César Sánchez.

Con una hora y media de duración, CaféSM Radio es emitido todos los miércoles entre las 8 y las 9:30 p.m. El programa tiene una estructura modular, la cual es compuesta por cuatro segmentos fundamentales.

El primer segmento está dedicado a recordar las principales efemérides que tuvieron lugar durante la última semana y, específicamente, durante el día de emisión del programa. El segundo segmento, el cual se aborda de forma transversal durante la mayor parte del tiempo, está dedicado a un tema central que es desarrollado por los conductores del espacio quienes se acompañan, en la mayoría de las veces, por un invitado experto. En el tercer segmento se hace un recuento de las principales tendencias que hubo en las redes sociales durante la semana. Y

el cuarto segmento está dedicado a algunas noticias de actualidad en *Social Media*, tecnología e innovación.

Tras la primera emisión, el programa pasó por un periodo de valoración y ajustes, por lo que regresó al aire el 4 de marzo de 2015, fecha desde la cual se emite cada semana abordando temas de actualidad vistos desde la óptica de las redes sociales.

CaféSM Radio se caracteriza por ser un espacio fresco tipo radio revista, en la cual los temas son desarrollados de forma natural y orgánica por los conductores del espacio a través de conversaciones alimentadas con experiencias personales y exploraciones o investigaciones realizadas por los mismos. En ocasiones el espacio es nutrido por entrevistas pregrabadas con personajes destacados del entorno de las tecnologías, las redes sociales y los *Social Media*, entrevistas que son realizadas por alguno de los integrantes del equipo.

Café SM Radio es una apuesta por la gestión del conocimiento, y así lo explica César Sánchez:

“Inicialmente el programa de radio estaba pensado para ser en una estructura muy similar a la de los Cafés Sm, pero es que ha sido peleada la cuestión, y yo he dicho ‘está bien que sea un programa muy divertido y apasionante, y que a mucha gente le gusta, pero somos la única franja de tecnología que tiene la emisora, entonces tenemos que abrir un poquitico más las posibilidades para que de pronto las personas que no les gusta el *Social Media*, pero si les gusta la tecnología también se acerquen a la emisora” (C. Sánchez, comunicación personal, 24 de mayo de 2015).

Es así como mediante conversaciones construidas entre presentadores, invitados y oyentes que interactúan a través de las redes sociales, CaféSM Radio ha realizado, hasta el 22 de julio de 2015, 21 programas con temas tan diversos como turismo, netiqueta, emprendimiento, fútbol, gastronomía; pero también con apuestas por la formación de ciudadanos digitales comprometidos al desarrollar programas con temáticas como el ciberactivismo, el ocio digital, la importancia de la escucha y la construcción de redes a través de lo virtual, y la propia ciberciudadanía.

En línea con lo anterior, y tal como lo manifestaron los entrevistados del Café SM, el programa de radio se ha convertido en un activador, tanto del colectivo (la etiqueta #CafeSM se ubica como tendencia en Medellín cada miércoles en la noche), como de las discusiones en torno a la participación en redes y la construcción de ciudadanos digitales comprometidos. El programa “se ha vuelto apalancador de discusiones en digital”, tal como lo asevera María Elisa Rojas.

#### **4.3.4. Una lectura general**

De esta manera, podríamos señalar grosso modo que las narrativas del CaféSM en estos medios de CaféSM es diversa y da cuenta de la variedad de perspectivas por las que apuestan los integrantes del CaféSM, en todos los casos con las diferencias que implica y nos hablan también de una riqueza de discursos y formas de narrarse, se mantiene la idea de dar

cuenta de un interés común de discusión los *Social Media* y su influencia en los escenarios familiares, laborales, sociales, de ciudad y, también, los globales.

En relación con la gestión del conocimiento, el colectivo CaféSM muestra una dinámica particular a través de la cual sus integrantes se reúnen, congregan, se comunican e interactúan, y generan desde apuestas comunicativas tejidos sociales intencionados, de amistad, colaboración, reconocimiento de saberes, construcción y movilización de apuestas sociales, particularmente referidas a sus intereses. No se limitan al tema de los *Social Media*, sino también a mover en sus redes de comunicación temas que, si bien relacionados con acontecimientos sociales locales, de ciudad, también abarcan lo mundial.

En los diferentes medios los integrantes de CaféSM se exponen manera responsable a su comunidad de “amigos”, promueven la conversación, animan la participación en torno a temas que para el tiempo estudiado resultaron más abordados: la bibliotecología, las estrategias para alfabetización digital, las estrategias para el emprendimiento, las estrategias para el desarrollo corporativo en el orden de lo público y lo privado, el deporte, el turismo, los conflictos regionales, entre otros. La mercadotécnica de los medios sociales, los roles de los estrategas, las responsabilidades que trae el manejar redes sociales, más allá de movilizar emociones con la promoción de marcas también demanda responsabilidades, o la mirada a cómo los medios sociales han transformado las formas de comunicación de las personas, y al mismo tiempo la relación que tienen ellas con las marcas, son otros enfoques de los medios.

Sus dinámicas de comunicación se movilizan con los encuentros no virtuales, mediados por la oralidad, se exploran en la vivencia de la producción de radio digital, en el blog, y se extienden en narrativas de textos (imágenes, palabras) a las redes sociales personales y al *hashtag* del Café, van y vienen mensajes de un medio a otro, con ecos o (réplicas) diversas.

Los mensajes a través de los medios de CaféSM nos remiten también a poner en evidencia las transformaciones sociales, culturales, económicas y políticas que se dan con el arribo de las TIC, también tocan la discusión que se da con los cambios en la comunicación y en los medios de comunicación, particularmente en aquella que va de los “medios masivos” a los “*medios sociales*”, en cuanto a posibilidades de contarse de otras maneras que dan las tecnologías 2.0. Se da un cambio de paradigma, que puede verse para el caso propone medios como el blog, la radio digital y el Twitter.

Las apuestas por la ciberciudadanía que se observan en los mensajes promueven discusiones en torno a las normas para circular en las redes sociales, el reconocimiento del otro, como sujeto, pero también como consumidor/prosumidor (potencial) que está inmerso en unas condiciones socioeconómicas que determinan también su existencia. Interesa, también, la responsabilidad social con lo que se circula en la red y se asocia a los usuarios.

Para el colectivo CaféSM lo no virtual y lo virtual van de la mano, los integrantes están allí, algunos van y vienen, pero están según sus posibilidades, intereses, necesidades, expectativas, de estar y desaparecer y reaparecer, ser y expresar. Con lo que se evidencia esa

característica del tipo estructura red, en la que la interconexión e intercambios son inestables y flexibles; en la que intervienen como en todos los juegos sociales: algunas reglas; y en la que dado su carácter pueden en el tiempo hacerse o deshacerse, en tanto comunidad abierta y no jerarquizada.

El término orgánico, al que acuden muchos de ellos, se refiere a esos vínculos red, más naturales, porque rompe las estructuras tradicionales sociales, en cuanto a dinámicas de funcionamiento y en cuanto a la presencia e interacción en los espacios y con otros actores individuales y colectivos.

En el ciberespacio, comunican, difunden, ríen, se manifiestan. Son el espacio para ampliar su red social, y cruzarse con otros. La red colectivo CaféSM, de funcionamiento también trae retos, implica y demanda que los sujetos deseen estar, construir, por el tiempo que sea, la red.

Cómo son los vínculos sociales y las interacciones en CaféSM: orgánicos, naturales, informales, dinámicos y participativos. Está en la intencionalidad de hacer parte de y construirlos de otras maneras, más participativos, comunicativos y de creación conjunta. Allí, el uso y apropiación de las tecnologías desencadena, en efecto, formas particulares de interactuar en lo virtual, pero también otro tipo de relaciones en lo “no virtual”.



En CaféSM las formas de comunicar y los contenidos de la comunicación permiten poner evidencia lo que son y su evolución como organización social particular, también unas formas particulares de comprender la realidad y de construir sentido en colectivo.

El Café no es entonces solo un nombre, son sus integrantes, sus potencialidades de participación y sus proyectos históricos y culturales, también está relacionado con sus apuestas sociales y ciberciudadanas. Estas se expresan de maneras diversas en el colectivo, cuando a través de los discursos que circulan posibilitan la reflexión en torno a las TIC y su influencia e impacto en lo social, en el acontecer, la coyuntura, y la posibilidad de nuevos usos sociales de las TIC. Sus integrantes se narran, establecen relaciones con otros, crecen colectivamente.

### **Conclusiones: La Ciberciudadanía, un llamado al desarrollo Social**

“No el filósofo, los ciudadano han de tener la última palabra”

Jürgen Habermas

Hacer un recorrido por el mundo virtual, explorar el lenguaje que se utiliza en él, analizar las formas de interacción que priman en las redes, y tratar de ponderar los niveles de participación de acuerdo con los temas que se abordan es, sin dar muchas vueltas, un ejercicio que cuestiona sobre la apropiación de la tecnología para algo más que el ocio.

No es un secreto que la comprensión de las transformaciones sociales no se da con facilidad para toda la población, y menos aun cuando dichas transformaciones casi que alienan a una inmensa mayoría de personas. La apropiación de los espacios virtuales se da en una dinámica más cercana a la diversión que al ejercicio de la ciudadanía digital, es por ello que todavía no es posible hablar del ejercicio ciberciudadano como un común denominador en la sociedad de hoy.

Pero, ¿qué implicaciones tiene la baja participación ciberciudadana en el mundo real? Esta pregunta da pie a cuatro planteamientos que pueden dar cuenta de la relevancia de esa apropiación de los entornos virtuales.

En primer lugar es importante **recordar que participar no significa dar “me gusta” “favorito” o “retuitear”** como muchas personas piensan, y esto es un lastre que ha migrado de lo real a lo virtual, y la raíz más clara es la expresión común “yo sí participo como ciudadano porque el día que hay que votar, yo voy y voto”. La mera acción, en real o virtual, es tal vez el paso más pequeño de todo lo que implica participar.

En segunda instancia se debe pensar en el hecho de que **el ciberactivismo no es ciberciudadanía**. Es normal que se crea que el hecho de apoyar una causa compartiendo publicaciones, donando dinero, o sentando una voz de protesta o de pensar frente a una situación que atente contra algo o alguien es suficiente para ejercer como ciberciudadanos; sin embargo, es necesario pasar “del trino al hecho” como lo dicen los integrantes del colectivo CaféSM, es necesario hacer algo más que criticar, lamentar o sentir pesar, es necesario hacer y ejecutar propuestas que le aporten a la superación de esas situaciones críticas o dolorosas que se difunden por la red virtual.

**La brecha de la participación en redes empieza en la escuela**, en donde un muy alto porcentaje de maestros han satanizado el uso de las tecnologías y los entornos virtuales de aprendizaje y participación, hecho que parte de la baja preparación que tiene el cuerpo docente frente al tema de las tecnologías. Este es un llamado urgente para que la educación se piense también desde la interrelación entre lo virtual y lo real, y el desarrollo educativo se apropie también de esa nueva ágora.

El cuarto planteamiento es otro llamado para que se entienda que **el desarrollo social debe darse también en los entornos virtuales**, no solo en lo “real” o no virtual. El mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de un país pasa igualmente por el acceso y la participación en los espacios digitales, la apropiación social del conocimiento, las oportunidades de empleo y educación que son mediadas por las nuevas tecnologías. El desarrollo social es también garantizar que ciudadanas y ciudadanos puedan aprovechar las ventajas de los espacios virtuales.

A partir de lo anterior, este ejercicio de investigación abre un panorama frente a las formas de participar y apropiarse de los espacios virtuales de interacción, las oportunidades que representan los colectivos orientados a la formación en los temas concernientes a la ciber ciudadanía, y las posibilidades que emergen para el desarrollo social cuando el ciberespacio es utilizado en pro de este.

Tras esta investigación queda el desafío de promover un uso activo, proactivo y responsable de los espacios virtuales, un llamado para que se replanteen los procesos de apropiación social del conocimiento concerniente a la ciber ciudadanía y, sobre todo, queda un llamado a no desconocer que la virtualidad es una oportunidad para apalancar nuevas formas de desarrollo personal, profesional y social.

## Referencias

- Acosta, Gladys y Maya, Claudia. (2012). *Participación Política en redes sociales: el caso de los grupos en Facebook*. Medellín, Colombia: Universidad de Medellín.
- Bauman, Zygmunt. (2004). *Modernidad Líquida*. Argentina: Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- Cardoso, Gustavo. (2013). *Sociología en las pantallas*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Castells, Manuel. (1999). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red* (Vol. 1). México: Siglo XXI Editores.
- Castells, Manuel. (2002). Internet y la Sociedad Red. Disponible en:  
<http://tecnologiaedu.us.es/cursos/29/html/bibliovir/pdf/106.pdf>
- Castells, Manuel. (2009). *La Internet y la Sociedad Red*. Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento, UOC. Disponible en: <http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/castellsmain1.html>

Castells, Manuel. (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza Editorial.

Cardoso, Gustavo. (2013). *Sociología en las pantallas*. Barcelona, España: Editorial UOC.

Costa, C., & Piñeiro, T. (Julio de 2012). Nuevas narrativas audiovisuales: Multiplataforma, Crossmedia y Transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE). *Icono 14*, 10(2), 102-125.  
Disponible en: <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/156>

García, Jorge. (2013). Las 7 características de transmedia por Henri Jenkins. Disponible en:  
<http://www.socialtves.com/las-7-caracteristicas-de-transmedia-por-henri-jenkins/>

Domínguez, Daniel. Escenarios híbridos, narrativas transmedia, etnografía expandida. En:  
*Revista de Antropología Social*, No. 21, junio, 2012, pp. 197-215.

Downing, D. A., Convington, M. A. Downing, D. A. (1997): *Diccionario de términos informáticos e Internet*. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia.

Gallego, José A. (2012). *Comunidades virtuales y redes sociales*. España: Wolters Kluwer  
Disponible en: <http://www.comunidadenlared.com/comunidades-virtuales-y-redes-sociales-el-libro/>

García C., Néstor. (2001). *Culturas híbridas, estrategias para entrar y salir de la modernidad*.

Buenos Aires: Editorial Paidós.

Hine, Christine. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona, España: Editorial UOC.

iRedes. (2010). *Mapa iRedes (Mapa de las redes en Iberoamérica)*. Disponible en:

<http://www.iredes.es/mapa/>

iRedes. (2015). *Mapa iRedes (Mapa de las redes y otros servicios en la nube)*. Disponible en:

<http://www.iredes.es/mapa/>

Jaén, Maribel. (2013). Que es la Participación Ciudadana y Como se Participa en Democracia.

Disponible en: <http://apede.org/descargas/31-2013-04-10-cade-maribel-jaen/file.html>.

Jenkins, H. (2010). *Transmedia Education: the 7 Principles Revisited*. Disponible en:

[http://henryjenkins.org/2010/06/transmedia\\_education\\_the\\_7\\_pri.html](http://henryjenkins.org/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html)

Jenkins, H. (2009). The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling. Disponible en:

[http://www.convergenceculture.org/weblog/2009/12/the\\_revenge\\_of\\_the\\_origami\\_uni.php](http://www.convergenceculture.org/weblog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.php)

Jenkins, H. (2008). *Cultura de la convergencia*. Barcelona: Paidós.

Kauchakje, Samira. Redes socio-técnicas y participación ciudadana: propuestas conceptuales y analíticas para el uso de las TIC. En: *REDES. Revista hispana para el análisis de redes sociales*. Vol. 11, No. 3, diciembre de 2006.

León, Osvaldo; Burch, Sally y Tamayo, Eduardo. (2001). *Movimientos sociales en la red*. Quito, Ecuador: Agencia Latinoamericana de Información.

Lozares, Carlos. La teoría de redes sociales. En: *Papers Revista de Sociología* (Barcelona, España). Vol. 48, 1996, pp.103-126. Disponible en: <http://papers.uab.cat/article/view/v48-lozares/pdf-es>

Martín- Barbero, Jesús. Tecnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación del nuevo siglo. En: *Diálogos de la Comunicación*. N°. 64, 2002 , pp. 9-24.

Martínez, Fátima (2012). “Diálogos interactivos: la evolución del ágora digital”. En Carolina Campalans, Denis Renó, Vicente Gosciola (Ed.), *Narrativas transmedia, entre teorías y prácticas* (pp. 27-37). Bogotá, Cundinamarca: Editorial Universidad del Rosario.

Martínez, Betty. (2006). *Homodigitalis: etonografía de la cibercultura*. Bogotá, Colombia: Universidad de los Andes.



Martínez, Fátima. (2012). “Diálogos interactivos: la evolución del ágora digital”. En Carolina Campalans, Denis Renó, Vicente Gosciola (Ed.), *Narrativas transmedia, entre teorías y prácticas* (pp. 27-37). Bogotá, Cundinamarca: Editorial Universidad del Rosario.

Milani, Feizi y otros. (2004). *Comprensiones sobre Ciudadanía*. Editorial Magisterio. Bogotá, Cundinamarca.

Piscitelli, A. (2009). *Nativos Digitales*. Barcelona: Santillana.

Renó, Denis; Ruiz, Sandra (2012). “Reflexiones sobre periodismo ciudadano y narrativa transmedia”. En Carolina Campalans, Denis Renó, Vicente Gosciola (Ed.), *Narrativas transmedia, entre teorías y prácticas* (pp. 49-67). Bogotá, Cundinamarca: Editorial Universidad del Rosario.

Rueda, Rocío. *Ciberculturas: metáforas, prácticas sociales y colectivos en red*. En: *Nómadas* (Col), No. 28, abril, 2008, pp. 8-20.

Rueda, Rocío; Fonseca, Andrés; y Ramírez, Lina (Ed.). (2014). *Ciberciudadanías, cultura, política y creatividad social*. Bogotá, Colombia: Universidad Pedagógica Nacional.

Scolari, C. *Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital*. En: *Anuario AC/E de Cultura Digital*, 2014, pp. 71-86. Disponible en:  
[http://www.accioncultural.es/es/anuario\\_ac\\_e\\_cultura\\_digital](http://www.accioncultural.es/es/anuario_ac_e_cultura_digital)

Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando los medios cuentan*. España: Deusto.

George Siemens. (s.f.). Conectivismo, una teoría de aprendizaje para la era digital. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/201419/Conectivismo-una-teoria-del-aprendizaje-para-la-era-digital>

Toffler, Alvin. (1980). *La tercera ola*. Bogotá: Plaza & Janes Editores.

Valderrama, Carlos. Movimientos sociales: TIC y prácticas políticas. En: *Nómadas* (Col), No. 28, abril, 2008, pp. 94-101.

Viloria, Hender; Villalobos, Fernando y Espinosa, Alejandro. Redes sociales, competencias tecnológicas y producción intelectual de los postgrados de comunicación venezolanos. En: *Razón y Palabra*, No. 82, marzo – mayo, 2013.

Wenger, Etienne. (2001). *Comunidades de práctica. Aprendizaje significativo e identidad*. Barcelona: Paidós.