

# TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN EN CONTEXTO COVID-19 PERSPECTIVAS, ABORDAJES E INVESTIGACIÓN SOBRE TECNOLOGÍAS DIGITALES E INTERNET

Franco Felix Zacobich<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Docente investigador ICSE-UNTDF. [fzacobich@untdf.edu.ar](mailto:fzacobich@untdf.edu.ar)

Este artículo es el resultado de una serie de reflexiones en torno a las problemáticas de uso, consumo, incorporación y apropiación de las *tecnologías de comunicación digital*, que ha sido una preocupación en los inicios de mi investigación para mi tesis de maestría. Entonces me planteaba realizar una pesquisa que *atravesara* el plano de lo digital o, en todo caso, que no se quedara en el "*texto de pantalla*". El desafío teórico-metodológico ha sido a partir de allí poder comprender ambas dimensiones como esferas no necesariamente autónomas, circunscriptas y excluyentes.

En la última década, se incrementaron los trabajos de investigación acerca de las comunicaciones mediadas por las redes tecnológicas. Hasta aquí se trató de un proceso que si bien era dinámico y veloz, nada nos hacía imaginar lo precipitado y truculento que se volvería frente al contexto de la pandemia de la COVID-19. De pronto, el papel de las tecnologías de comunicación digital se volvió nuclear en la cotidianeidad de las personas.

Para pensar en estos procesos, propongo aquí un breve recorrido por las perspectivas de estudios que enmarcan los trabajos sobre este fenómeno y que merecen reflexión. Los estudios sobre las tecnologías de la comunicación con base en internet, los espacios virtuales y digitales, tienen desde hace varias décadas su trayectoria inscripta en las ciencias de la comunicación y de la información, así como también en los estudios de la computación.

Tal es así que se reconocen algunas de las perspectivas teóricas en el estudio de las *ciberculturas*, las interrelaciones o interactividades del sujeto con las computadoras y de las "nuevas" relaciones sociales, como las nombra Scolari (2008), *hipermediatizadas* a través de entornos digitales y de las interfaces. Tiempo atrás, Eliseo Verón (1995) teorizaba sobre estos procesos conceptualizándolos como constitutivos de las *sociedades mediatizadas*, que en contraposición de las mediáticas, son aquellas en las que las prácticas sociales son transformadas por el hecho mismo de la existencia de medios.

Desde las ciencias de la *comunicación*, los medios y las tecnologías

como campo de estudio, son muy importantes al ser constitutivos de su origen como disciplina. Esto es así porque a través de su análisis podemos comprender a las sociedades contemporáneas. Cabe destacar la preocupación de las ciencias sociales en general por este tema y que adquiere un auge más reciente con las redes digitales. Henry Jenkins (2008), desarrolla esta idea con la teoría de la *cultura de la convergencia* (mediática), y señala que a través de ella se observan los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales. Argumenta entonces que la convergencia representa ante todo un cambio cultural.

De modo general, el objeto de discusión sobre la comunicación digital se refiere a los procesos de producción, circulación y consumos de contenidos, y la pregunta base de la que parte la *comunicación* apunta a la producción de significados en esas prácticas. Al preguntarnos por estos procesos de usos y apropiaciones, nos ocupamos específicamente del agenciamiento<sup>1</sup> de los sujetos, de las posibles resistencias y negociaciones de sentidos.

Entre las corrientes que se desprenden de estos estudios encontramos: la comunicación mediada por las computadoras, que tiene asidero en el interés que generó esta tecnología a principio de la década de 1970 en cuanto a las posibilidades y potencialidades de interactividad e interacción. Unas décadas más tarde, emergieron los estudios que agencian las posibilidades de los usuarios, entre ellos los estudios de las culturas virtuales. En esta etapa se inscriben muchos trabajos de las teorías funcionalistas y sobre todo un gran aporte desde las teorías de los usos y gratificaciones. Sobre las culturas virtuales, se encuentran además las contribuciones hechas desde los estudios críticos que ponen en relieve la constitución de comunidades e identidades, siendo los lenguajes y las interacciones *en línea* el foco de análisis.

Los estudios más recientes se centran en lo que se denomina como el *ecosistema mediático* y la vida cotidiana de las personas.

---

1 Se entiende por agenciamiento a la capacidad de las personas, sujetos, usuarios de generar espacios críticos y creativos de enunciación tanto individual como colectiva, respecto de las prácticas de usos de las tecnologías.

En consecuencia, el foco se sitúa en los procesos antes que en los medios en sí mismos. Esto implica pensar en las transformaciones más allá de los medios, es decir a partir de un abordaje cuya necesidad inmanente es incorporar a las audiencias como activos. Además de las tradiciones teóricas ya mencionadas, se complementa con los estudios de audiencias, de la ecología mediática y los estudios culturales. Este posicionamiento teórico-metodológico diluye las ambigüedades que hasta ahora teníamos entre el *mundo en línea y fuera de línea*.

En este sentido, el problema central tiene lugar en el intento de estudiar el internet tanto como cultura como artefacto cultural. Allí se articulan dos tradiciones de estudio: una que concibe a la tecnología de internet como determinante, con lo cual configuraría un tipo de cultura *online*; y otra perspectiva que la abordaría poniendo a los sujetos en el centro, con sus prácticas de uso que incorpora además el espacio *offline*.

En el contexto actual de explosión de las tecnologías digitales, la articulación entre los *smartphones* y el *sistema de medios* tienen su ápice en Internet. Esta coyuntura fue impulsada por la gestión de Gobierno de Mauricio Macri a través de la creación del ENACOM<sup>2</sup> (Ente Nacional de Comunicaciones) y del programa *Argentina Digital*. Con el pretexto de la convergencia tecnológica, ha liberado algunos espacios al tiempo que propició la concentración mediática. Con posterioridad, el actual presidente Alberto Fernández firmó un Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) en el cual el "acceso" a Internet y los dispositivos móviles de telefonía celular se convirtieron en servicios públicos esenciales y estratégicos. En ese sentido, se promulga que el acceso a internet y a las tecnologías de la comunicación y de la información son derechos humanos y, en consecuencia, las actividades de los usuarios

---

2 Se trata de un ente autárquico creado en 2016 que tiene como propósito conducir el proceso de convergencia tecnológica, además de regular las prestaciones y calidad de servicios. Asimismo, procura promover la inclusión digital y garantía de accesos. Dicho ente vino a remplazar al AFSCA (Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual) creado a partir de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, puesto que la misma no contemplaba el Internet como servicio fundamental en la convergencia. De ese modo, se fusionó en un solo organismo junto con AFTIC (Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones).

deberían estar protegidas y garantizadas por el Estado, más allá de los vaivenes comerciales de las prestadoras de servicios.

### **ALGUNOS DATOS SOBRE EL INTERNET. ACCESOS Y CONSUMOS:**

- En el segundo trimestre del 2020, en la Argentina el 78% de la población es usuaria de internet, algo más de 35 millones de habitantes.
- Casi el 100% de estos son también usuarios de redes sociales, unos 34 millones de personas.
- El tiempo diario de conexión de los argentinos ronda en promedio las nueve horas diarias; de las cuales algo más de tres horas se dedican a las redes sociales, luego se reparten en streaming de video-tv y música.
- Los principales dispositivos de conexión son los móviles. Existen más de 58 millones de celulares sobre poco más de 44 millones de habitantes, es decir el 129 %.
- El 88 % de los teléfonos celulares son Smartphones.
- A estas se suman un 78% de conexiones mediante computadoras, ya sean de escritorio o portátiles, y otros 44% de usuarios de tabletas.
- De la totalidad de usuarios, el 95% de ellos acceden a través de dispositivos móviles.
- La totalidad de usuarios activos se conectan a redes y servicios de mensajería instantánea.
- El 91 % de estos usuarios producen intercambios en las redes (no sólo visualizan).
- En el orden de redes favoritas aparecen: Youtube, WhatsApp, Facebook, Instagram, Messenger, entre otros.

Según los datos de ENACOM<sup>3</sup> proporcionados por el INDEC<sup>4</sup> en el primer trimestre de 2020 Tierra del Fuego ha sido una de las provincias con mayor penetración de internet. Esto significa que registra el más alto porcentaje de conexiones hogareñas vía ADSL o cable módem, unas 20 por cada 100 habitantes. Los datos del organismo indican que la penetración de Internet ronda el 76% de los hogares fueguinos, mientras que el 80% de ellos tienen computadoras. Sin embargo, en la Provincia se registró una caída de las conexiones fijas al servicio de internet en un 5,9% respecto al año 2019. *Si bien las caídas de conexiones residenciales se registraron en todo el país, Tierra del Fuego lideró esta lista.* Como resultado, muchos de estos usuarios optaron por las redes móviles. De la misma manera, en el país se registraron unos siete millones y medio de accesos fijos a internet, mientras que algo más de treinta y un millón de accesos operaron a través de móviles.

Además de arrojar datos contundentes sobre la *brecha digital* – que da cuenta de las carencias y dificultades de acceso y usos de las tecnologías basadas en internet– estos datos ponen en relieve las desigualdades sociales y demanda situar a los usuarios y a las políticas de comunicación/cultura el centro de nuestros análisis. En este sentido, es imperioso recuperar las experiencias de los usuarios para pensar en estrategias inclusivas en la construcción de nuevas ciudadanías, desde donde se recuperen los sentidos sobre las comunicaciones como derechos humanos.

---

3 Penetración de Internet fijo (accesos por cada 100 hogares) ENACOM <https://datosabiertos.enacom.gob.ar/visualizations/32226/penetracion-de-internet-fijo-accesos-por-cada-100-hogares/>

4 INDEC, Servicios. Accesos a internet: Informes Técnicos / Vol. 4, n° 162 - ISSN 2545-6636

Considerar estos puntos de partida desde la comunicación, la semiótica<sup>5</sup> y los aportes de la etnografía<sup>6</sup>, abre posibilidades para escudriñar los significados que las tecnologías tienen tanto para las personas como en los procesos de producción de cultura. A tal punto que las posibilidades actuales en cuanto a experiencias de usuarios, dan vuelta por completo el modelo de comunicación tradicional mediático que hasta aquí había sido hegemónico.

Restan muchas preguntas en torno a un mundo digital, virtual, signado por aplicaciones, algoritmos, *gigas* y *bytes* de almacenamiento, geolocalizaciones, comandos remotos, conectividades e interfaces; pero también de asimetrías, distancias, contradicciones y tensiones constantes. Muchas de éstas encontrarán asidero en el "eclecticismo metodológico" que caracteriza a *la comunicación*.

## REFERENCIAS CITADAS

Barbero. J. M. 1991. De los medios a las mediaciones. México: Gustavo Gili.

Benjamin, W. 1990. Discursos interrumpidos I. Filosofía del arte y la historia. Madrid: Ed. Taurus.

Doueih, M. 2010. La gran conversión digital. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Hine, Ch. 2004. Etnografía virtual. Barcelona: Editorial UOC.

Jenkins, H. 2008. *Convergence culture*. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.

Mc Luhan, M. 1996. Comprender los medios de comunicación. Las

---

5 La semiótica es la ciencia de los signos o el estudio de los sistemas de signos cuya finalidad es estudiar sus usos para crear y transmitir significados y sentidos en el proceso de la comunicación.

6 La etnografía es tanto un método como un enfoque de investigación que consiste en la descripción / interpretación de fenómenos sociales. Como práctica de producción de conocimiento actúa mediante la observación participante y desde la perspectiva de las personas, actores o sujetos estudiados. Supone un conjunto de actividades que se conocen como "Trabajo de Campo" y constituyen la evidencia para la descripción y producción del "texto etnográfico".

extensiones del ser humano. Buenos Aires: Paidós.

Miller, D. 2019. Cómo y por qué el mundo cambió las redes sociales, *Etnografías Contemporáneas*, 5(9) 6-17.

Reguillo, R. 2004. Los estudios culturales. El mapa incómodo de un relato inconcluso. Barcelona: Portal de la comunicación. INCOM. UAB.

Scolari, C. 2008. *Hipermediaciones*. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa.

Verón, E. 1995. Semiosis de lo ideológico y del Poder. La mediatización. Buenos Aires: Oficina de publicaciones. Ciclo Básico Común de la Universidad de Buenos Aires.

Williams, R. 2011. Televisión. Tecnología y forma cultural. Buenos Aires: Paidós.

Wolton, D. 1999. Internet, ¿Y después? : una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación. Gedisa, 35-67.

Zacobich, F. y Gerrard, A. 2019. *Tecnologías digitales y consumos culturales: intersecciones entre la comunicación y la etnografía*. I Jornadas de Investigadores y Estudiantes del ICSE: Producir conocimiento en el contexto de crisis. Instituto de Cultura, Sociedad y Estado. Universidad Nacional de Tierra del Fuego AelIAS (ICSE-UNTDF), Ushuaia y Río Grande (Tierra del Fuego).