

COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL Y NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

Communication for Social change And New Technologies for Information and Communication

Natalia Restrepo Saldarriaga
Universidad de Antioquia (Colombia)
nrestreposaldarriaga@gmail.com

Recibido: 14/11/2011
Aceptado: 02/12/2011

Resumen

Este artículo hace énfasis en las relaciones entre la comunicación para el cambio social y las TIC. Derivadas del transcurso de una investigación, en curso, sobre el impacto, a nivel comunicacional y de cambio social producto de un programa de alfabetización digital dirigido a jóvenes desmovilizados de grupos al margen de la ley o desplazados a causa de la violencia.

Las problemáticas derivadas del conflicto armado en Colombia han motivado la generación de proyectos de capacitación y remodelación de competencias laborales y sociales para poblaciones vulnerables. Aquí se encuentran circunscritos los programas de alfabetización digital, que transitan de lo instrumental a lo comunicativo. El proyecto llamado "Mi Llave" es diseñado y financiado por la OEA. Conservando como objetivo la instrucción para el aprovechamiento, uso y apropiación de las TIC como mecanismo de comunicación y acción para acceder de nuevo a la sociedad.

Abstract

This article emphasizes the relationships between communication for social change and ICT. Derived from the course of an investigation in progress, the impact of a digital literacy program, at level of communication and social change, in young people demobilized from armed groups outside the law or displaced by violence.

The problems consequence from armed conflict in Colombia have led to the generation of training projects and remodeling work and social skills for vulnerable populations. Here are circumscribed digital literacy programs, which transit from the instrumental to communicative. The project called "My Key" is designed and funded by the OAS. Keeping the objective of instruction for the development, use and appropriation of ICTs as a means of communication and action to regain access to society.

Palabras clave: Alfabetización digital, vulnerabilidad, TIC, jóvenes, cambio social

Keywords: Digital literacy, vulnerability, ICT, youth, social change

1. De la tecnología y la sociedad

De la piedra al pergamino y de él a la imprenta, hoy al computador; vivenciamos la revolución de la información de la mano de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Una revolución que ha tocado todos los aspectos de las vidas de las personas y todos los ámbitos de la sociedad.

No será sobredimensionado afirmar que las TIC han entrado en todos los ámbitos de la sociedad y las personas. Incluso aquellas que se declaran Neoluditas [Neuloditas son quienes se oponen radicalmente a los avances tecnológicos de hoy. Proviene de la palabra Ludita, circuncrita por Ned Ludd un obrero británico del siglo XVIII o XIX

que estaba convencido de que el maquinismo y la tecnología eran los males de la revolución industrial.], que no tienen un teléfono celular por no sentirse perseguidos, que no saben usar el correo electrónico y que no saben que es Facebook, están siendo afectados por la Tecnología. Es muy probable que escuchen radio (un pequeño transistor de pilas es suficiente), en la radio escuchan alguna emisora de noticias que se nutre de agencias de noticias, llamadas a expertos o protagonistas de los hechos del día, revistas y periódicos del mundo y teleconferencias en tiempo real. Todo lo anterior lo hace posible la tecnología, 25 años atrás la información no viajaba con tanta velocidad, un Tsunami en Japón era conocido en Colombia, días después de ocurrido, hoy escuchamos los hechos en directo y si además, ese neoludita, tiene televisor, ve lo que está sucediendo en vivo y en directo. Y muchos otros ejemplos pueden deducirse de la relación del hombre con los medios de comunicación.

En palabras de Castells (2000), el mundo se encuentra en medio de una transformación histórica. Como todas las grandes transformaciones, es multidimensional: tecnológica, económica, cultural, política y geopolítica. Toda transformación tiene sus detractores y defensores. Pero lo realmente importante es conocer o, por lo menos, tratar de identificar el significado que esa transformación tiene para la sociedad, el mismo Castells (2000) se pregunta si tantas transformaciones conllevarán a un bienestar en la sociedad, si se podrán relacionar con los procesos de Cambio Social.

Una preocupación, de quienes estamos del lado de la tecnología y también del lado de las personas - que además creemos que no son opuestos sino que la tecnología debe “servirle” a las personas - es que tanto las TIC nos pueden ser útiles en procesos de desarrollo y cambio social, si son equivalentes a progresos en competitividad y por lo tanto en calidad de vida.

Esta era, denominada, La Era de la Información, está obligada a que:

Toda la sociedad reciba educación y de poder asimilar y procesar información compleja. Esto empieza por el sistema educativo, desde abajo hacia arriba, desde la escuela primaria hasta la universidad. También guarda relación con el proceso general de desarrollo cultural, que incluye el nivel de alfabetización funcional, el contenido de los medios y la difusión de información entre el conjunto de la población (Castells, 2000, p. 54).

De igual manera, el desarrollo de las personas se ve afectado por las competencias en el uso y aprovechamiento de las TIC. Desde cualquier área del conocimiento o de los oficios, el ser humano, hoy en día debería tener ciertas habilidades en tecnología para usar un computador, un software necesario para su trabajo o simplemente saber hacer búsquedas efectivas y válidas en la web. Consecuentemente, las TIC se han convertido en las herramientas para el desarrollo económico y el bienestar. Estas condicionan el poder, el conocimiento y la creatividad, pero, no están equitativamente distribuidas entre los países y adentro de los países mismos. Castells (2000, p. 13-24)

Estar “conectado”, sugiere estar preparado para ejercer algunas acciones con las herramientas de las TIC y “quienes lo están, tienen la oportunidad de compartir y, con el tiempo, aumentar sus oportunidades. Quienes no lo están o se desconectan, verán desvanecerse sus oportunidades, ya que lo que cuenta está organizado en torno a una red mundial de redes interactuantes” (Castells, 2004, p. 45).

En nuestro contexto (Medellín) y seguramente en todo el mundo, la exclusión social hace parte de las desventajas o consecuencias de la “desconexión”, esto se refiere, de acuerdo con Castells (2000) al proceso mediante el cual a ciertas personas o grupos se les impide el acceso a posiciones sociales que les daría derecho a

sostenerse adecuadamente, de manera autónoma, en el contexto de las instituciones y los valores imperantes.

Medellín, es una ciudad receptora de comunidades desplazadas por la violencia en los campos, de desmovilizados de las Autodefensas Unidas de Colombia y de reinsertados de grupos armados al margen de la ley, como los grupos guerrilleros Fuerzas Armadas Unidas de Colombia (FARC) y el Ejército de Liberación Nacional (ELN). Lo que la hace una ciudad con diversidad, no solamente de poblaciones, sino de características sociales, económicas, educativas y culturales. Esas personas, conocidas como personas en situación de vulnerabilidad, llegan a una ciudad en la que encuentran estilos de vida muy distintos a sus realidades anteriores. Desde el caminar por calles llenas de gente, hasta usar un teléfono celular o un computador para comunicarse, conseguir un empleo o mantenerse informado.

Las personas deberían estar en capacidad de generar conocimiento, de acceder a la información y de procesarla de forma eficiente. Ahora, el origen de la competitividad y la productividad está en la información, en el uso y aprovechamiento que de ella se haga. Las poblaciones en situación de riesgo pueden estar un paso atrás o con desventaja frente a quienes pueden tener algún tipo de conocimiento y acceso a las tecnologías.

2. Lenguajes, convergencias y TIC

El donante, en el caso del proyecto “Mi Llave”, es la Organización de los Estados Americanos (OEA), que invierte un dinero en la capacitación en habilidades tecnológicas para las personas en situación de vulnerabilidad. Capacitación que no es equiparable con un entrenamiento en oficios agrícolas, mineros, metalúrgicos, contables o incluso de sistemas. Porque esta formación en habilidades para el uso de una herramientas tecnológicas son transversales a cualquier tipo de actividad, incluyendo las relaciones sociales y culturales.

En una primera instancia se podría pensar que la OEA está capacitando en habilidades técnicas solamente y precisamente de eso se trata la investigación en curso, de determinar que tipo de habilidades o competencias obtuvieron las personas luego de pasar por el proceso de alfabetización digital. Buscando encontrar otras competencias aparte de las técnicas y sobrepasar lo técnico para llevarlo al desempeño social y cultural.

Invertir en la educación es una fuente de productividad. Pero tener educación no significa nada si el trabajador no goza de buena salud, de una vivienda decente, de estabilidad psicológica y realización cultural. En otras palabras, de un mejoramiento multidimensional de la calidad de vida. Así, los Estados benefactores – sin soportes burocráticos – deberían ser fuente de productividad y no simplemente representar cargas presupuestarias (Castells, 2000, p. 13-24).

Es entonces, este proceso de alfabetización digital un esfuerzo de cambio social, un esfuerzo que requiere de la comunicación para generar fuerzas que trabajen unidas en torno a unos fines comunes, entre ellos, su inclusión en la sociedad, la generación de solidaridad que conlleve a sociedades más estables y seguras.

El acceso a la información, las capacidades para usar un dispositivo digital o entender la lógica de la comunicación en tiempo real por medio de la tecnología, son condiciones *sine qua non* para la sobrevivencia en la sociedad.

Debido a lo anterior el objetivo general de la investigación es Identificar y analizar el impacto a nivel (ámbitos) social y comunicacional de un programa de alfabetización digital realizado por jóvenes en situación de riesgo o vulnerabilidad en la ciudad de Medellín durante el año 2010. Desde la perspectiva de los participantes

El advenimiento de los medios masivos de comunicación ha supuesto en la sociedad unos paradigmas frente a la influencia de los mismos. Este fenómeno se hace evidente en las investigaciones de Park (citado en Buxton, 2008) a principios del siglo XX y en el texto de Nelson Castellanos (2003) sobre la llegada de la radio a Colombia, unos años después. Ambos se refieren a las repercusiones del acceso a la información por parte de los ciudadanos, el control de la misma por parte de ciertas élites, su miedo a que la información sea generalizada o esté al alcance de muchos y la influencia que esto puede tener en las generaciones crecientes.

Park (citado en Buxton, 2008) hace una diferenciación sobre los efectos que un medio puede tener en los jóvenes distanciando las clases sociales. Por cuanto la formación de valores o antivalores, según Park y Blumer (citados en Buxton, 2008), se ve estrechamente ligada a la calidad de los contenidos de los medios a los que están expuestos. No muy lejos de lo que se podría deducir hoy en día, tanto en el impacto de la calidad de contenidos de los medios en los jóvenes, cómo en las consecuencias de su acceso a la información. En ambos casos, la formación, educación y acceso a oportunidades académicas como laborales, se ven permeados por la “alfabetización”; que en el caso del objeto de estudio de este trabajo de grado, es la “alfabetización digital” distinguida como la adquisición de competencias para el uso del computador, los dispositivos móviles y el manejo de la información a la que se accede por medio de estos.

Adquirir competencias para un uso “efectivo” de los sistemas de información se podría comparar con la apropiación de saberes para el manejo de las máquinas, saberes en los campos de las ciencias exactas y de la salud; que hasta hace pocos años eran la “moneda de valor” en la sociedad. Actualmente, esa “moneda de valor” es la información, pero no la cantidad de información, sino el uso y apropiación de la misma para convertirla en conocimiento.

Así como años atrás, la radio narraba los hechos ocurridos en cualquier parte de

Colombia (Castellanos, 2008) y se masificaba el acceso a la información por medio de un radio de baterías. Hoy, Internet ofrece una amplia gama de contenidos para todos quienes puedan tener acceso a un computador y una conexión a Internet.

3. TIC y cambio social

En el campo de ensueño de los promotores de las nuevas TIC, la imagen es bastante simplista: las nuevas TIC y la conectividad de Internet son per se la solución para la pobreza y el subdesarrollo. Pongamos al alcance de los pobres, computadoras y conectividad, y como por arte de magia, la pobreza será derrotada (Dagrón, 2001, p. 1309).

En concordancia con Dagrón (2001), espero, con esta investigación, encontrar tópicos consecuentes con su afirmación. Demostrar cómo las TIC por si solas no son la respuesta o la solución a nuestros problemas coyunturales. Incluso, en mi opinión, no son la solución de casi ningún problema, a menos que sea de tipo técnico, pero las personas, siempre estarán primero, delante de las tecnologías y estas deben servirle a ellas para mejorar la calidad de vida.

Como lo sugiere Dagrón (2001) las TIC no son una condición suficiente para el desarrollo. Sin embargo están aquí para quedarse. Por tanto es urgente fortalecer una visión social que ponga Internet al servicio del desarrollo. Dagrón (2001) propone cuatro elementos esenciales sobre los cuales Internet debe ser usada como promotora del desarrollo:

- a. Ir más allá de la conectividad
- b. Promover entornos favorables
- c. Minimizar amenazas y riesgos
- d. Maximizar los resultados positivos.

“En la visión social propuesta, las TIC no son inherentemente necesarias ni beneficiosas. El desafío es precisamente poder decir cuándo y bajo qué condiciones Internet puede contribuir al desarrollo” (Gómez y Martínez, 2001).

De acuerdo con los principios de la Comunicación para el Cambio Social, entonces Internet y, en general, las tecnologías, deberán ser utilizadas, analizadas y aprovechadas por los beneficiarios. La población es quien puede decidir y saber a ciencia cierta cuál, cómo y para qué usar la tecnología en beneficio propio.

Dagrón (2001) propone unas condiciones esenciales y no negociables para las TIC con respecto al desarrollo, considero importante tenerlas en cuenta siempre en el proceso de esta investigación, por cuanto el proceso de Alfabetización Digital con jóvenes en situación de riesgo debe ser permeado por estas condiciones para desarrollar una cultura de lo digital, mas allá de lo instrumental.

Las condiciones son:

- Propiedad comunitaria: Desafíos: El involucramiento de las comunidades en proyectos de nuevas TIC instalados para su beneficio.
- Contenido Local: El desarrollo de contenidos locales es la condición no negociable más importante para el uso de las nuevas TIC en los procesos de cambio social y en el progreso material de comunidades urbanas o rurales. Varios proyectos de nuevas TIC que operan a partir de la comunidad, producen contenidos locales apropiados a la población específica.
- Tecnología Apropriada: Problemas: Las herramientas son apropiadas cuando la comunidad desarrolla un sentido de propiedad, a través de un proceso continuo de apropiación del proyecto. Esta apropiación no debería entenderse como una simple adopción de la tecnología ni como el desarrollo de

destrezas para operar el HW y el SW. La adquisición de destrezas es importante, pero no es lo último. Otros asuntos son igualmente importantes tales como la gestión, la producción de contenidos locales, los métodos de investigación, las actividades de capacitación y de extensión comunitaria para mencionar sólo unos cuantos.

- Lengua y pertinencia cultural: Sin la presencia de culturas y lenguas locales no hay ninguna posibilidad de que las TIC contribuyan al progreso de las comunidades. La identidad lingüística y cultural será el centro de cualquier intervención exitosa con las nuevas TIC.
- Convergencia y redes: Los proyectos de TIC que están convergiendo hacia otros proyectos de comunicación, las iniciativas que utilizan las TIC para complementar proyectos de desarrollo social existentes, tienen más probabilidades de ser aceptadas por la comunidad y fortalecer actividades hacia el cambio social.

Si lo que buscamos es el desarrollo para el cambio social, la convergencia entre las nuevas TIC y las organizaciones no gubernamentales de desarrollo tiene un potencial enorme. Algunos se han dado cuenta de ello y han desarrollado un puñado de experiencias valiosas (Dagrón, 2001, p. 1308 – 1320).

4. Comunicación para el cambio social

Las comunidades deben ser capaces de reunirse y definir soluciones a sus problemas. Soluciones definidas colectivamente, no puede un ente (sujeto u organización) llegar a una comunidad a imponer unas soluciones sin el conocimiento (entiéndase conocimiento como vivenciamiento) de la situación del “otro”. Algo así

como “ponerse en los zapatos del otro” es una visión un poco utópica. Por eso la comunicación para el cambio social no se basa en fórmulas reencauchadas, porque todas las comunidades son distintas, la comunicación para el cambio social debe generar en las personas procesos de comunicación adecuados para abordar sus problemas y proyectar soluciones, de acuerdo con sus realidades.

Un análisis preliminar de la historia de la investigación de la comunicación y sus repercusiones en las realidades de las sociedades, todas con sus particularidades y diferenciaciones. Conduce a entender unas cuestiones básicas, primero, los estudios de la comunicación comenzaron de forma casi simultánea, o mejor, como respuesta al advenimiento de los medios masivos de comunicación y segundo, estudiar la comunicación, de masas o no, esa es otra discusión, implica el estudio del ser humano, de la sociedad, en general de la cultura.

No sería posible hacer un estudio de un proceso comunicativo, sin tener en cuenta el proceso social, el contexto, las singularidades y en general la transformación cultural que implica cualquier intervención en una sociedad. La escuela norteamericana ha tenido clara la relación entre cultura y comunicación o entre cultura y cambio social. Han entendido la comunicación como un proceso de persuasión buscando un cambio de actitud, la modificación de la conducta a través de la información (Carey, 1981, p. 465).

Sin embargo la escuela británica se ha encausado en el análisis de los medios, enfocándose en las relaciones entre medios y sociedad, por supuesto, esto fue una época de la historia de la investigación en comunicación: 1960. (Worral, 2008, p. 271). Pero ha sido la punta de lanza o el referente que se ha tenido de muchos de los estudios en comunicaciones que se realizan en Europa en general, en dónde, según Carey (1981) “ La comunicación es vista como un proceso a través del cual se crea, modifica y transforma una cultura compartida... una visión ritual de la comunicación”.

El planteamiento de la comunicación para el cambio social, “está enfocado en un proceso de diálogo y debate basado en la participación y en la acción colectiva, a través del cual la propia gente determina lo que necesita para mejorar sus vidas. En el corazón del concepto está la convicción de que las comunidades afectadas entienden mejor su realidad que los “expertos” ajenos a ella.” (Dagrón y Tufte, 2006, pp. 1150 - 1152)

En palabras de Dagrón y Tufte (2006), en la comunicación para el cambio social, el proceso es más importante que los productos. La comunicación para el cambio social no preestablece qué herramientas, mensajes o técnicas son mejores, porque se centra en el proceso mismo con base en la comunidad de dónde debe surgir la acción propuesta.

Dagrón y Tufte (2006) proponen unas fuerzas impulsoras de la comunicación para el cambio social:

- a. La sostenibilidad de los cambios sociales es segura cuando las personas y comunidades afectadas se apropian del proceso de comunicación y sus contenidos
- b. La Comunicación para el Cambio Social es horizontal y fortalece los vínculos comunitarios al amplificar las voces de los más pobres
- c. Las comunidades deben ser las protagonistas de su propio cambio y administrar sus herramientas de comunicación en lugar de concentrarse en la persuasión y la diseminación de información, la comunicación para el cambio social fomenta el diálogo en una relación de igualdad, el debate y la negociación desde dentro de las comunidades
- d. Los resultados del proceso de comunicación para el cambio social deben ir más allá del comportamiento individual y tomar en cuenta

- normas sociales, políticas actuales, la cultura y el contexto de desarrollo general.
- e. La Comunicación para el Cambio Social busca fortalecer la identidad cultural, la confianza, el compromiso, la apropiación de la voz y, en general, el empoderamiento de la comunidad
 - f. Rechaza el modelo lineal de la transmisión de información desde un emisor central a un receptor individual y, en cambio, fomenta un proceso cíclico de interacciones centradas en el conocimiento compartido y la acción colectiva.

Sería difícil pensar en un proceso de cambio social, sin comunicación, o sea, sin los medios. Y, por supuesto, si hoy los medios son las Tecnologías de la Información y la Comunicación, pues se desprende de su uso, su buen aprovechamiento y sobretodo empoderamiento, el ideal de la difusión y soporte de muchos cambios sociales. La misma tecnología que llega a las comunidades es ya un proceso de transformación en su cultura, entendiendo cultura como sus formas de socializar, comunicarse, vivir, compartir, su economía y en general, todos los tipos de relaciones entre los sujetos.

Cómo lo cita Carey (1981), Mannheim en sus estudios aclara que no es su objetivo explicar la conducta humana, la finalidad es tratar de comprenderla, reducirla a sus estructuras subyacentes para interpretar sus significados. Este postulado cabe perfectamente en la investigación en curso, ya que es importante tener como fundamento que la investigación no busca explicar las actitudes de los jóvenes frente a las TIC, sino entender lo que para ellos ha significado el paso de lo análogo a lo digital, de acuerdo a sus contextos socio-culturales.

Así mismo, se rescata el objetivo de Acosta (S.F. pp. 59-79), de conceptualizar la visión social desde Jhon B. Thompson, quien identifica los medios, en este caso se aplica a las TIC, como formas de interacción y consumo en escenarios de circulación

hegemónicos. Esto contrasta con los postulados de Castells (2001), sobre excluidos e integrados, que hoy siguen siendo válidos a nivel de alcances y cobertura de las TIC en muchas sociedades. Sin embargo esta discusión entre Thompson con sus postulados de años atrás y los modernos discursos de Castells, son los que enriquecen la investigación y esencialmente la centran en la realidad actual, social y tecnológica de la ciudad de Medellín, Colombia; en dónde se desarrolla la investigación.

4. Empoderamiento social

La Organización de los Estados Americanos (OEA) en correspondencia con El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), ha concebido algunos programas dirigidos al desarrollo de los países latinoamericanos en vías de desarrollo. Entre muchos tantos, está el proyecto de Alfabetización Digital, que en el caso Colombiano, se llama Mi Llave. Este programa, además de basarse en algunas políticas de la OEA y parámetros de Microsoft, está previsto bajo las directrices del PNUD. Quienes han abordado la comunicación, como “comunicación de apoyo al desarrollo”. Que hace alusión al uso de la comunicación en los proyectos de asistencia para explicar los objetivos del proyecto a las personas que se verán afectadas por el mismo, con la esperanza de que esto mejore las probabilidades de éxito de dichos programas.

Este concepto ha sido debatido por algunos especialistas en Comunicación, como Hedebro (1983, pp. 1308 - 1320), ya que tiene la premisa de la comunicación “De arriba hacia abajo” y no del “Centro hacia fuera”. Esto es, que los programas han sido desarrollados con enfoques limitados, diseñados por expertos, pero no apoyados en la misma comunidad para el diseño de los proyectos.

Según Hedebro (1983) “la comunicación es indispensable para todas las formas de cambio social, pero no es el principal impulsor, como si lo son las condiciones

históricas, económicas y políticas”. La comunicación tiene una influencia general en la dirección que toma el desarrollo social a través de su función de productor de ideología. Sin embargo la sola comunicación debe ejercerse como único generador de cambios estructurales, ni siquiera, como sustituto de algún otro componente de los antes mencionados.

En programas de comunicación para el cambio social y de competencias técnicas y socio culturales es importante tener en cuenta las palabras de Hedebro (1983): “Por medio de la comunicación conduce a la libertad. La libertad se consigue conquistándola, no por un regalo. Debe buscarse constantemente... es, mas bien, la condición indispensable para la búsqueda en que estamos inscritos los hombres como seres inconclusos” (PO, 35)

“La comunicación es la suma de la información relevante con la que las personas pueden empoderarse para el desarrollo en sus comunidades” (Childers, 1990). De acuerdo con Childers, entonces la comunicación se convierte en el vehículo de empoderamiento de las sociedades, en este caso de las comunidades en situación de vulnerabilidad.

5. Medios y comunicación

Hoy, en plena “Era de la Información”, o como la nombran otros teóricos: “revolución de la información”, la atención se centra en los instrumentos, los aparatos y son ellos los que generan los emprendimientos sociales. Sin embargo, no se puede olvidar que son meramente vehículos, que lo importante es el contenido y no el envase. De lo que deben empoderarse las personas es del contenido, de los lenguajes, de la información y del manejo y utilización de la misma, no es necesario que todos sean técnicos o programadores, es importante que se apropien de las competencias para publicar, buscar, clasificar y analizar información.

Hace unos años la información era producida y manejada por unos pocos, por profesionales de la comunicación que pertenecían a grandes emporios noticiosos. Hoy, el discurso es distinto, es producido por las personas del común que pueden manifestarse y realizar representaciones de las realidades por medios algo más democratizados como los que tienen como base las TIC. Es el caso de los Blog, las redes sociales, los microrelatos, los mensajes de texto, entre muchos otros que día a día se van generando gracias a la velocidad de crecimiento de las tecnologías de la Información y la comunicación.

Tratar de hacer una adaptación de los elementos que conforman el análisis del discurso desde Foucault hasta 2011, es muy aventurado y osado. Sin embargo el mismo Hall (2000) se refiere a producción de significado a través del lenguaje. El vínculo continúa entre los conceptos y el lenguaje que nos permite hacer referencia a mundos ya sea el mundo real o imaginario. Traerlo al 2011, podría referirse “imaginario” a “virtual”, cómo se expresó anteriormente, con un evidente abuso semántico.

En 2000 y hoy, el discurso produce saberes, objetos, sujetos y prácticas de conocimiento, que difieren de un período a otro, sin necesaria continuidad entre ellos, se trata de rechazar que se normalice la resistencia y por consecuencia se cree discurso de ésta.

Algunos sectores podrían decir que las cosas no han cambiado mucho. Dos grandes emporios económicos manejan los dos canales privados de televisión en Colombia desde 1998, encausando sus redacciones a los intereses económicos y políticos de sus propietarios. Sin embargo hoy, existe una nueva forma de informarse alternativamente, quiero decir, no quedarse con lo que los canales privados nos quieren hacer creer, sino informándonos de formas mas directas y especializadas sobre los temas que son de nuestro interés.

Es aquí en dónde hilamos lo ya mencionado de la alfabetización digital con la historia y el análisis de audiencias de televisión. Internet, es la plataforma que hoy permite, por supuesto, a quienes tienen acceso, contrastar información, fuentes, enterarse de lo que pasa en los lugares más recónditos del país o en los países más lejanos. La inmediatez de la información que permite hoy Internet, se refleja en unas audiencias mejor enteradas y por tanto más críticas, más analíticas y que “no tragan entero”.

Todo lo anterior reflejado en ciudadanos con mejores herramientas democráticas, informativamente hablando, más globalizados y con mejores y más elementos de juicio. Quienes antes y, por supuesto, todavía, nos presentaban una visión distinta de lo que los medios nos informaban: los críticos y los pocos espacios mediáticos destinados a esta labor. Hoy pululan por la red, son los bloggers quienes se pueden permitir hacer análisis y crítica (sin censura ni edición) de los acontecimientos, mediáticos o no, de la sociedad y que mantienen a los medios en un nivel de neutralidad y calidad informativa un poco más acertada y nivelada con respecto a la información de calidad.

En la actualidad, las TIC, han convertido al receptor (pasivo) en productor (activo), empezamos a escuchar la palabra “Prosumidor” una suerte de enlace entre productor + consumidor, de información, por supuesto. Kluitenberg (1998) se refiere al nuevo modelo de la comunicación en confrontación con el tradicional modelo: Emisor – Mensaje – Receptor. Pone de ejemplo la radio, que divide los papeles de la relación entre el emisor activo y el público/receptor pasivo, considerando que el mayor obstáculo para entender qué ocurre en estos medios es esa misma división.

“El ámbito interconectado debe ser visto principalmente como un espacio social, en el que se buscan y despliegan relaciones activas. Estas actividades a menudo suelen dar la impresión de ser inútiles, irracionales, erráticas o incluso autistas. La relación entre el emisor activo y el

público/receptor pasivo parece haberse reemplazado por una multitud de transmisiones no guiadas, que parecerían carecer de un receptor específico. Por ello, el Internet está considerado como un espacio informático irrelevante, caótico e inútil, un desperdicio de recursos o una fase transitoria del desarrollo que pronto será reemplazado por estándares profesionales de calidad, entretenimiento, información, profesionalismo en los medios y, sobre todo, respeto por el público.” (Kluitenberg, 1998, p. 956)

Por tanto volvemos al tema del principio, la conexión, estar conectado es estar informado, capacitado, relacionado con los mensajes, que hoy se difunden por los mismos medios tradicionales y por otros más cercanos a las personas, más interactivos y más democráticos. Ese último término es la clave del análisis de la presente investigación, lo esencial es la democratización de la información. Desde la posibilidad de acceder a ella y las capacidades para analizarla y clasificarla. Para todo lo anterior es necesario alfabetizar digitalmente, o re-alfabetizar, a las personas que tienen vacíos en estos temas.

Scalway (2006, pp. 994 - 1002) es muy claro al afirmar que en los procesos de comunicación para el cambio social “se deben redirigir las estrategias de comunicación hacia la priorización de nuevos entornos de comunicación que fomenten la comunicación interpersonal, el diálogo y el debate”, de acuerdo con Scalway las voces de los afectados, implicados o protagonistas son las que educan mediante sus mensajes, produciendo un cambio individual y social.

El empoderamiento es algo como la afirmación de la dignidad y el valor de la identidad personal. Los jóvenes en situación de vulnerabilidad están apenas en proceso de inclusión en la sociedad, sus niveles de empoderamiento con todos los aspectos que implica la vida en la ciudad son aún pobres. Uno de los campos que se pretende abordar con los programas de alfabetización digital es el empoderamiento

de la tecnología de la Información y la Comunicación, no como instrumento sino como vehículo, como facilitador de la comunicación, la información y la socialización.

6. Referencias Bibliográficas

- ACOSTA, L. (S.F) *“Celebración del poder e información oficial. La producción cinematográfica informativa y comercial de los Acevedo (1940-1960)”*, pp. 59-79.
- BUXTON, W. (2008). *“From Park to Cressey: Chicago Sociology’s Engagement with Media and Mass Culture”*, en David Park & Jefferson Pooley, *The History of Media and Communication Research. Contested Memories*, pp. 345-362. Peter Lang Publishing, Inc.: New York.
- CALVELO, J.M. Extracto de Comunicación para el Cambio Social. *En: DAGRON, A. TUFTE, (Comp.)*, Antología de la comunicación para el cambio social (pp. 1150 - 1152). South Orange, New Jersey: Consorcio de Comunicación para el cambio Social, Inc.
- CAREY, J. (1981). *“La investigación sobre la comunicación de masas y los estudios culturales: una visión norteamericana”* (pp. 461-479). En CURRAN, G y WOOLLACOT (ED.), *Sociedad y comunicación de masas*. México: FCE.
- CASTELLANOS, N. (2003). *“¿Tabernas con micrófono o gargantas de la patria? La radio comercial en Colombia 1930-1954”*, pp. 256-281, en Museo Nacional de Colombia, VII Cátedra Anual de Historia “Ernesto Restrepo Tirado” Medios y Nación. Historia de los Medios de Comunicación en Colombia. Bogotá.
- CASTELLS, M. (1999). *La Era de la Información. La Sociedad Red, Vol. I*, México: Siglo Veintiuno Editores. Pág. 54.
- CASTELLS, M. (2000). *“Posibilidades de desarrollo en la era de la información. Tecnología de la información, globalización y desarrollo social”*. En: *Urbana*, Vol. 45, N. 26, enero-junio 2000, pp. 13-24.
- CASTELLS, M. (2001). *Tecnologías de la información, globalización y desarrollo social*.

- CASTELLS, M., (2004). *Informacionalismo, redes y sociedad red: una propuesta teórica*, (27-75). En: Castells, M., (Ed.), *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza Editorial.
- CHILDERS. E. (1990). *La comunicación en la participación popular: el empoderamiento del pueblo para su propio desarrollo*. En: DAGRON, A. TUFTE, (Comp.), *Antología de la comunicación para el cambio social* (pp. 596 - 599). South Orange, New Jersey: Consorcio de Comunicación para el cambio Social, Inc.
- DAGRON, A. (2001). *Toma cinco: un puñado de condiciones esenciales para las TIC en el desarrollo*. En: DAGRON, A. TUFTE, (Comp.), *Antología de la comunicación para el cambio social* (pp. 1308 - 1320). South Orange, New Jersey: Consorcio de Comunicación para el cambio Social, Inc.
- DAGRON, A. TUFTE, T. (2006). *Raíces e importancia. Introducción a la Antología de Comunicación para el Cambio Social*. En: DAGRON, A. TUFTE, (Comp.), *Antología de la comunicación para el cambio social* (pp. 16-45). South Orange, New Jersey: Consorcio de Comunicación para el cambio Social, Inc.
- GÓMEZ, R. MARTÍNEZ, J. (2001). *¿Internet... Por qué y Para qué?*, En: DAGRON, A. (2004). *Las cinco condiciones esenciales para las TICs en el desarrollo* (p. 23-42). En: GIRARD, B. (Comp.) *Secreto a Voces*. Roma: FAO
- GONZÁLEZ, D. (2008). *Medios de comunicación y la estructuración de las audiencias masivas*. En: *Razón y Palabra* No. 62.
- HEDEBRO, G. (1983). *Hacia una teoría de la comunicación y el cambio social*. En: DAGRON, A. TUFTE, (Comp.), *Antología de la comunicación para el cambio social* (pp. 1308 - 1320). South Orange, New Jersey: Consorcio de Comunicación para el cambio Social, Inc.
- KLUITENBERG, E. (1998). *Medios e Internet. Extracto de Medios sin audiencia*. En: DAGRON, A. TUFTE, (Comp.), *Antología de la comunicación para el cambio social* (p. 956). South Orange, New Jersey: Consorcio de Comunicación para el cambio Social, Inc.

- KRESS, G. (2005). *El alfabetismo en la era de los nuevos medios de comunicación*. Colección Aula E. Ediciones Aljibe.
- LANG, P. (2008). *The History of Media and Communication Research. Contested Memories*. New York.
- REDAL, W. "Making Sense of Social Change: Studying Media and Culture in 1960s Britain", pp. 269-290, en David Park y Jefferson Pooley (eds.),
- SCALWAY, T. (2006). Concentrarse en las voces. Extracto de ¿Se ha captado el mensaje? 20 años aprendiendo del VIH/SIDA . *En*: DAGRON, A. TUFTE, (Comp.), *Antología de la comunicación para el cambio social* (pp. 994 - 1002). South Orange, New Jersey: Consorcio de Comunicación para el cambio Social, Inc.
- STUART HALL, (2000). "The work of representation", en *Stuart Hall (editor), Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage Publications -The Open University: London.