

COMUNICACIÓN DIALÓGICA
Y TRANSFORMACIÓN SOCIAL EN LA WEB
Acercamiento a experiencias cubanas



COMUNICACIÓN DIALÓGICA
Y TRANSFORMACIÓN SOCIAL EN LA WEB
Acercamiento a experiencias cubanas

compiladoras
Miriela Fernández Lozano
Yohana Lezcano Lavandera



Coordinación editorial: Tamara Roselló Reina
Edición: Ailin Parra Llorens
Diseño y diagramación: Yaimel López Zaldívar

Sobre la presente edición:
© Editorial Caminos, La Habana 2016
ISBN 978-959-303-128-8

302.2
Fer

Fernández Lozano, Miriela, 1984 -
Comunicación dialógica y transformación en la web : acercamiento
a experiencias cubanas / Miriela Fernández Lozano, Yohana Lezcano
Lavandera. -- La Habana : Editorial Caminos, 2016.
112 p. : fotos. -- (Comunicación Popular ; 4)

ISBN 978-959-303-128-8

1. INTERNET
 2. REDES SOCIALES
 3. EDUCOMUNICACION
 4. COMUNICACIÓN HIPERMEDIA
- I. Lezcano Lavandera, Yohana, 1989 -
II. t.

Para pedidos e información, diríjase a:
Editorial Caminos
Colección Comunicación Popular
Ave. 53, no. 9609, e/ 96 y 98 Marianao, La Habana, Cuba
Teléfono: 7 260 3940 / 7 260 9731
Fax: (537) 267 2959
Correo electrónico: editorialcaminos@cmlk.co.cu
Sitios web: www.ecaminos.org / www.cmlk.org

Índice

Introducción / 6

Las redes y el modelo dialógico en Internet / 9

Miriela Fernández

1 **Primera Parte. Abonar utopías en la web: hacia un uso social con sentido de la tecnología**

Yohana Lezcano Lavandera

Post 1. De cómo nacen los trazos / 19

Post 2. Pronunciar el mundo / 21

Post 3. Pasos para transitar el camino al empoderamiento / 29

Post 4. Trazo Digital: construyendo identidades cómplices / 35

Post 5. Hiperactiv@s.uh comentó su estado. Punto de cierre, ¿o de partida? / 41

Consejos sobre *blogs* / 47

2 **Segunda Parte. ¿Qué sabemos de Internet? Educomunicación, referencias y prácticas en la apropiación digital**

Caperucita en Facebook. Una experiencia desde Cuba / 53

Rodolfo Romero Reyes

AllSt@r I-11: una reflexión en torno al poder / 59

Iván del Toro Hernández y Yerisleydys Menéndez García

Relaciones de género en el ciberespacio: múltiples caminos a la emancipación / 63

Rayma de la Caridad Falcón Peñate

Herramientas para una comunicación incluyente / 65

@Twitter y Me Gusta Facebook, (re)aproximaciones a las redes sociales / 69

Jorge Carlos de La Paz y Miguel Ernesto Gómez Masjuán

Problemáticas en torno al acceso a Internet en Cuba / 79

Zuamy Campos Padilla

3 **Tercera Parte. Del Manual para Radialistas Analfatécnicos de Santiago García**

¿Cómo puedo tener una página web? / 83

¿Qué son los *blogs* y las redes sociales? / 91

¿Cómo subir audio y video en el ciberespacio? / 97

¿Qué es la radio *on-line*? / 101

Introducción



El presente cuaderno, como otros, ha sido pensado para la formación. Esta vez propone a sus lectores que dialoguen con las herramientas que compila mientras se preparan o continúan su inserción en el ciberespacio. Desde el Centro Memorial Dr. Martin Luther King, Jr., defendemos la idea de que la apropiación de Internet como práctica comunicativa incluye sentidos culturales, sociales, económicos, políticos, que asumimos bajo las luces del paradigma de la emancipación.

Por ello, uno de los objetivos principales de esta publicación es reflexionar en torno a la importancia del posicionamiento digital de los diversos actores sociales, cuyo quehacer se centra en el aporte a un proyecto de beneficio popular. De ahí que reúna una serie de trabajos sobre experiencias educomunicativas con diferentes grupos sociales para su empoderamiento digital.

La educomunicación, que con entusiasmo llevan adelante comunicadores y comunicadores populares en diferentes espacios, se dirige al desarrollo de conocimientos, saberes y prácticas que permitan la deconstrucción de relaciones dominadoras y la construcción dialógica, participativa, colectiva, también a partir de una comunicación liberadora. Los artículos, o mejor *posts*, aquí reunidos, se basan en estudios académicos de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, pero con la energía de la Investigación-Acción-Participación y la Educación Popular. Ellos dan cuenta de las primeras aproximaciones a iniciativas educomunicativas relacionadas con Internet que se ponen en práctica.

Los textos describen aprendizajes, potencialidades y obstáculos de los procesos formativos de acuerdo con categorías como territorialidad, edad, conocimiento digital y enfoque de género. En Cuba, donde todavía la accesibilidad a Internet posee numerosos límites, estos trabajos ayudan a visibilizar dificultades, pero fundamentalmente constituyen coordenadas para superarlas.

Desde el *post* “De cómo nacen los trazos”, de la educadora y comunicadora popular Yohana Lezcano, van sucediéndose otros de la propia autora, sobre Hiperactiv@s.uh, una experiencia de empoderamiento ciudadano en la web llevada a cabo por estudiantes universitarios. Los educadores Iván del Toro Hernández y Yerisleydys Menéndez García en “AllStar I-11, una reflexión en torno al poder 2.0”, muestran los sentidos que un grupo de estudiantes del politécnico de informática Aguado y Rico, en Centro Habana, otorgan a las nuevas tecnologías.

El discurso participativo en Internet, promovido, sobre todo, a partir del surgimiento de la web 2.0 —que dio más posibilidades de interactividad y cuya filosofía centró a usuarios como productores de la información— es revisitado desde esta experiencia. Al nacer en un lado complejo del corazón habanero —teniendo en cuenta las características socioeconómicas del municipio Centro Habana—, provoca el pensamiento crítico en torno a la participación, el poder y la necesidad de la comunicación y la Educación Popular camino a Internet.

Por su parte, Rayma de la Caridad Falcón Peñate aborda un proceso educomunicativo junto a niños y niñas de la escuela primaria Renato Guitart de La Habana, el cual les permitirá profundizar sobre visiones liberadoras de género. Así podrán desarrollar en el ciberespacio una comunicación con ese enfoque, utilizando el audiovisual y la herramienta YouTube.

En “@Twitter y Me Gusta Facebook, (re)aproximaciones a las redes sociales”, Jorge Carlos de La Paz y Miguel Ernesto Gómez Masjuán caracterizan las redes sociales Twitter y Facebook, elegidas por el uso cotidiano que prin-

principalmente los jóvenes le dan para compartir sus informaciones y perfiles. Sin embargo, las buenas prácticas que rescatan en este trabajo se ponen en función de una apropiación comprometida con el cambio social. Las redes y el modelo dialógico en Internet puede contribuir a los tejidos sociales que acompaña el Centro Martin Luther King.

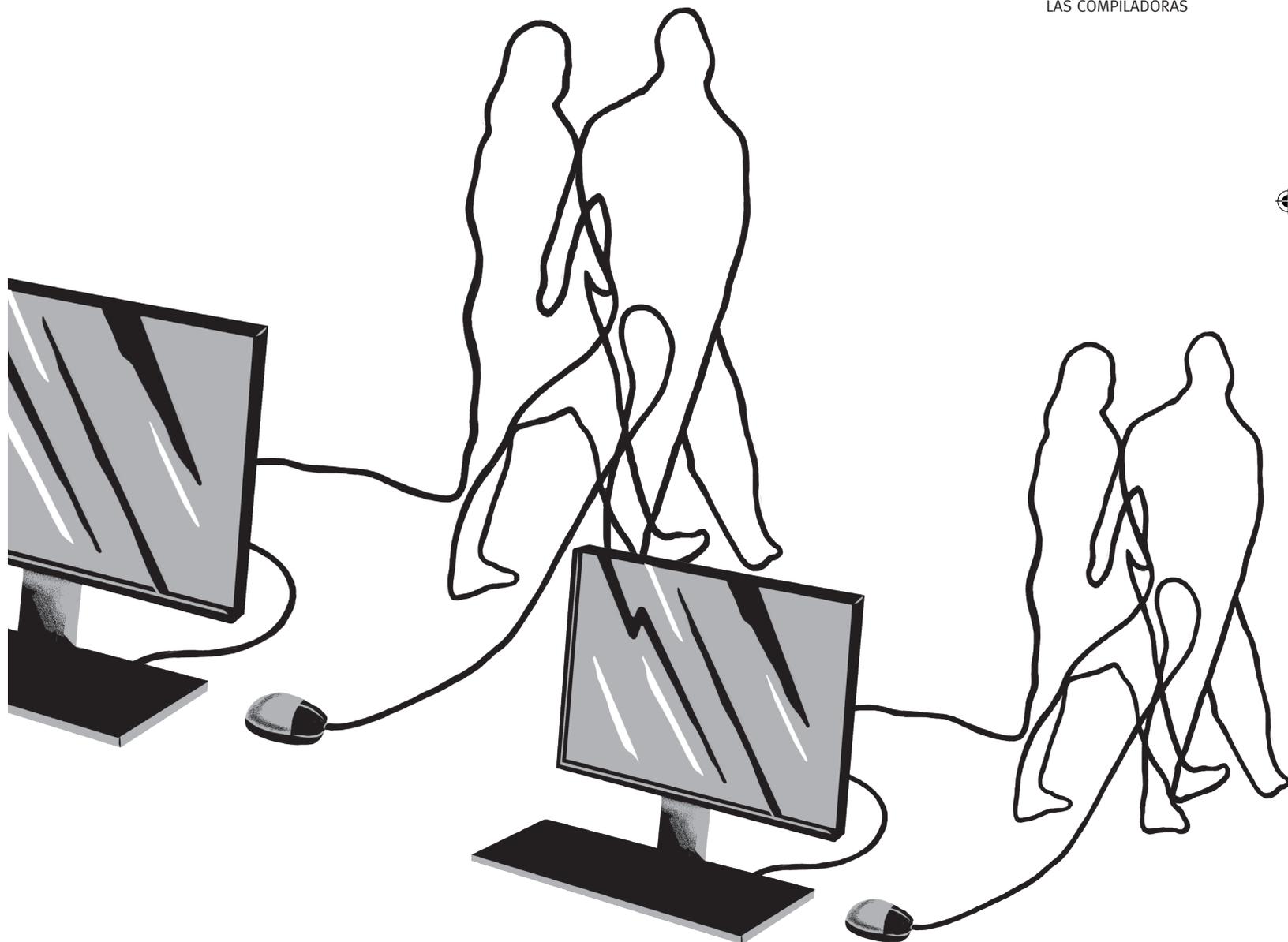
Así, se recorre la experiencia latinoamericana del periodismo desde abajo y la comunicación con voz propia, en la intención de aportar al empoderamiento digital de actores cubanos de la sociedad civil. Aquí emergen otra vez las dificultades de la conectividad en Cuba, la necesidad de la organización social y la formación, y se motiva la reflexión sobre los desafíos para un posicionamiento digital de la Red de Educadores y Educadoras Populares y la ecuménica Fe por Cuba, a lo que contribuyen los datos del contexto aportados por Zuamy Campos Padilla.

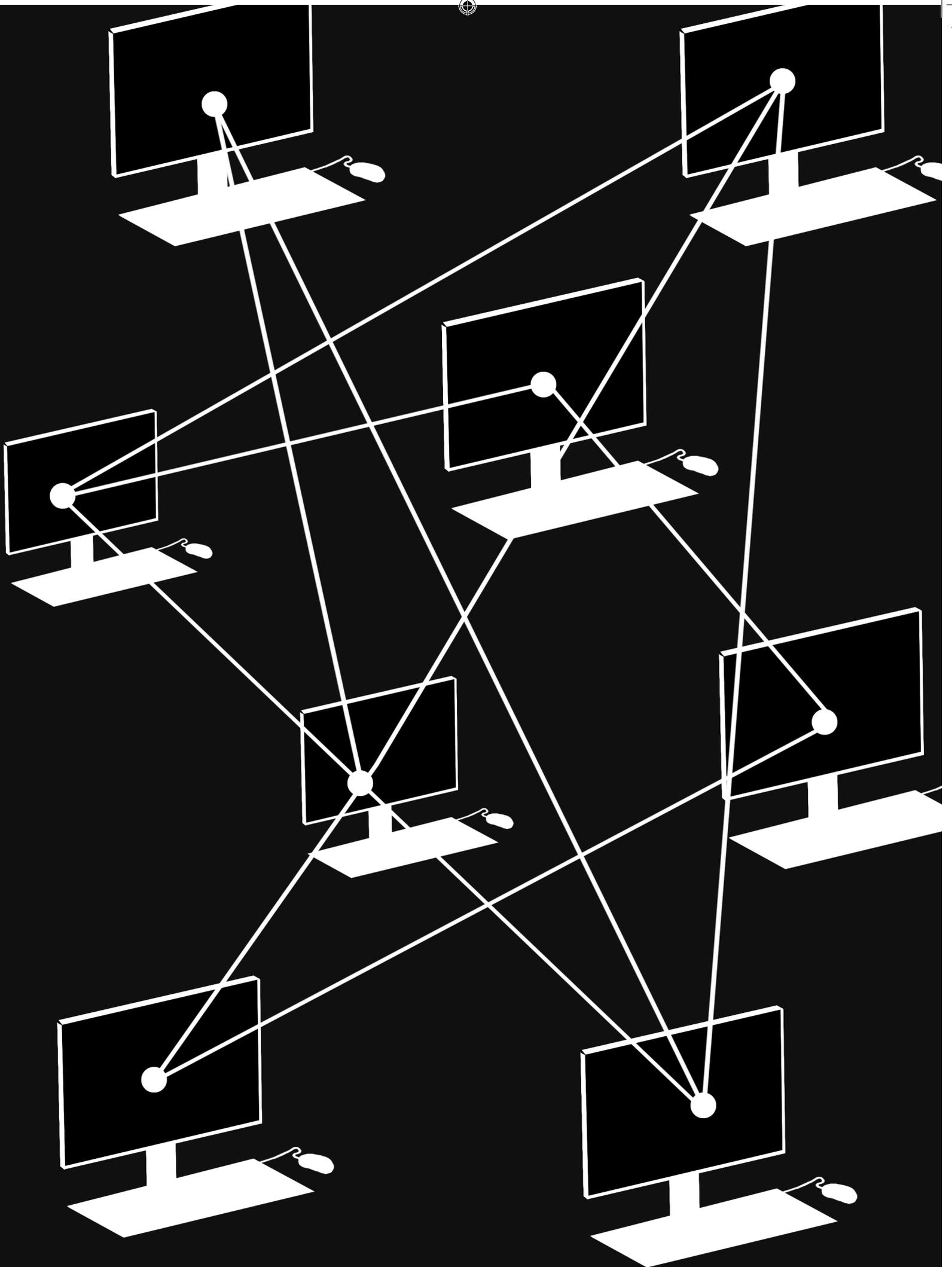
Del *Manual de radialistas analfatécnicos*, que nos llega desde Radialistas Apasionados en Ecuador por el comunicador popular e investigador Santiago Gracia, se eligieron varios textos para esta compilación. Su dinamismo y exhaustividad son dos valores que ayudan a quienes los lean a comprender mejor las herramientas de este universo digital.

También queremos agradecer las contribuciones de Tamara Roselló, tanto en la selección de los artículos, como en la creación de algunas propuestas incluidas para el trabajo comunicativo.

Apenas el camino comienza. El posicionamiento en Internet sigue siendo un reto para muchos que defienden un proyecto popular transformador y la dialogicidad como práctica comunicativa esencial. Aquí les va un acercamiento, un reflejo de los esfuerzos que se llevan adelante en la Cuba de hoy.

LAS COMPILADORAS





Las redes y el modelo dialógico en Internet

Miriela Fernández

● Qué son las redes? ¿Existen diferencias entre redes sociales y redes sociales *on-line*? ¿Es Internet un espacio de participación y transformación política? ¿Qué posibilidades brinda a los actores de la sociedad civil cubana que apuestan por un proyecto de beneficio popular desde abajo, desde sus distintos territorios? En ese sentido, ¿qué les aporta la experiencia latinoamericana? Todas son preguntas en función del objetivo de este texto: contribuir al posicionamiento en Internet de las redes que acompaña el Centro Memorial Martin Luther King, Jr., la Red de Educadores y Educadoras Populares (Red EP) y la ecuménica Fe por Cuba.

La sociedad civil en el país se mueve. En su artículo “La sociedad civil en Cuba: cambios en proceso” (2010), la investigadora Mayra Espina, antes de hablar del impacto dinamizador de la misma, tomaba posición en cuanto a la conceptualización del término, teniendo en cuenta el amplio debate que se viene dando desde los años noventa. “Me siento más afín a una visión sistémica compleja y al punto de vista gramsciano¹ —decía—, para el cual la diferenciación entre sociedad civil y sociedad política es sólo metodológica (y en este sentido la uso también en este análisis), pero no orgánica, pues aquí la noción de sociedad civil se fundamenta en una interpretación relacional, y no fragmentada, de los procesos y objetos sociales. Desde este posicionamiento existe una relación contradictoria, de interpenetración y exclusión, entre la sociedad civil y el Estado (determinadas estructuras del Estado forman parte de la sociedad civil, y a su vez ciertas estructuras de la sociedad civil forman parte del Estado) y esta se define como terreno de obtención de hegemonía, integrado por el conjunto

de relaciones, organizaciones, instituciones y prácticas sociales a través de las cuales se produce y distribuye el conjunto de valores socialmente establecidos”.

Aunque no es el tema central de este trabajo ahondar en las características de la sociedad civil cubana, es importante un acercamiento y la distribución de algunos de sus rasgos como la acción colectiva consensuada, la coordinación propicia a la horizontalidad y la democracia, estructuras reticulares y otros incluidos en el artículo citado, ya que ambas redes —la Red EP y la ecuménica Fe por Cuba— se han autoubicado en la sociedad civil cubana. Otros aspectos que indican, según Espina, la complejidad adentro de este entramado social cubano, a mi modo de ver, podrían ser evidenciados por estas redes, con mayor fuerza en el futuro, de acuerdo a los rumbos del país, las formas de decisión política desde el Estado y su coherencia o no con un proyecto socialista participativo, democrático y popular, con base en la igualdad y la inclusión, y a los debates que se vayan dando al interior de ambos tejidos en relación con la autonomía.

Podría hablarse de la conformación de estas redes desde los años noventa, cuando acontecimientos como la caída del campo socialista y la entrada en el “período especial” motivaron diversos cambios en el país y también dinamizaron la sociedad civil. Una, nacida de la formación en el área socioteológica, pastoral y del ejercicio diacónico; la otra, de la capacitación en Educación Popular y del trabajo comunitario en una acepción amplia (institucional, zonas del poder local, barrio y otros).

A finales de esa década, en una entrevista realizada al filósofo Jorge Luis Acanda,² refería que las transformaciones en relación con el mercado que se llevaban a cabo exigían un redimensionamiento, una reformulación

¹ Según refiere en el texto: En esta síntesis del punto de vista gramsciano me auxilio de J. L. Acanda: “Cambios en la sociedad civil cubana y su reflejo en el pensamiento cubano desde los 90 al momento actual”, en Tulchin, et. al. (editors): *Changes in Cuban Society since the Nineties*, Woodrow Wilson International Center for Scholars, Washington D.C., 2005.

² Milena Recio: *Sociedad civil en los 90: El debate cubano*, Tesis de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad de La Habana, 1997.

del Estado y de sus funciones, si se quería seguir construyendo el socialismo. Lejos del pensamiento que colocaba en el mercado las soluciones centrales para el mantenimiento del proyecto social cubano, él apuntaba la importancia de mirar hacia la política y a actores como el Estado y la sociedad civil para, desde ahí, reformular la hegemonía existente y desarrollar acciones en función de mantener el camino al socialismo. Como otras instituciones y proyectos, el Centro Martin Luther King, fundamentalmente a través de la formación, asumió ese desafío, además de ir conformando tejidos sociales que recrearan en la práctica sus contribuciones en torno a la participación social, la redistribución del poder y la esencia del diálogo.

Hoy, entre las prácticas cotidianas donde Espina (2010) reconoce “las relaciones entre la sociedad civil y la esfera política”, se incluye también, y cada vez más, la presencia en Internet. En su texto apuntaba que a través del correo electrónico, una diversidad de *blogs*, y “los debates de naturaleza crítica que tienen lugar en boletines electrónicos” se ha venido configurando un “ciberespacio semipúblico”, el cual debe transitarse para buscar la opinión, el posicionamiento de diferentes voces y organizaciones de la sociedad civil que aportan a la continuidad del proyecto cubano. Desde allí hay un intercambio abierto, diverso, crítico, que amplía el de otros sitios pertenecientes de igual manera a la *res publica*.

Es interesante el hecho de catalogar de semipúblico ese espacio, ya que se remarca así la problemática del acceso a Internet en Cuba y, como consecuencia, las dificultades en la apropiación de sus plataformas.³ Teniendo en cuenta la alianza de sentidos políticos que se dan en el ciberespacio, la conformación y recreación de propuestas, las posibilidades de visibilización que brinda y de participación en procesos locales —sobre todo en una época donde se puede pertenecer a una localidad desde la distancia— es necesario el tránsito a Internet. De ahí que las redes estén dando sus primeros pasos en la apropiación del ciberespacio para la participación política, desde sus identidades y formas propias de recrearla.



³ De acuerdo con IPS, hasta el 2015 se habían instalado 58 puntos Wi-Fi de conexión inalámbrica a Internet a lo largo del país; aunque para acceder se requiere de un monto de 2 cuc, alto precio para el cubano de a pie. Las autoridades declararon que, en cumplimiento de la global Agenda Conectar 2020, para ese año la mitad de los hogares cubanos estarán conectados a Internet y, además, el 60 % de la población contará con teléfono móvil.

La experiencia latinoamericana

Los movimientos, asociaciones, tejidos sociales en Internet han contribuido a democratizar la comunicación. Han intentado poner en práctica lo que hemos defendido y llamado “modelo dialógico”, tomando como base la comunicación y la Educación Popular. En no pocas ocasiones, desde el surgimiento de Internet, la comunicación ha tenido un papel relevante en que se logra la organización de acciones y visibilidad de quienes las impulsan. A partir de estrategias locales de intercambio de información, se han realizado movilizaciones territoriales y globales, abierto discusiones relacionadas con distintas problemáticas sociales no visibilizadas, y se ha contribuido a robustecer o transformar marcos legales y políticas públicas.

En los noventa, con la aparición de la llamada “red de redes”, el círculo territorial “hacia adentro”, tanto para los sectores populares como para los medios de comunicación, se comenzó a dilatar de modo vertiginoso a través de las nuevas tecnologías, lo que también contribuyó a incrementar el encuentro y la participación más allá de un espacio físico. En un campo más especializado, a partir de la Web 2.0 comenzó a hablarse con mayor énfasis del periodismo participativo. En el 2005, los investigadores Shayne Bowman y Chris Willis escribían: “Examinamos los procesos de autocorrección, las fortalezas y debilidades de los principales sistemas y formatos de periodismo participativo. Estos incluyen: grupos de discusión, *weblogs (blogs)*, publicación colaborativa, sistemas ‘punto a punto’ (*peer to peer*, en inglés) y sindicación XML. Se examinan las variadas funciones que la audiencia puede desempeñar y los tipos de formatos de periodismo participativo en que estas prosperan”.⁴

Sin embargo, aunque su fin declarado haya sido la participación del público y la democratización de la comunicación, estos medios “participativos” continuaron reproduciendo esquemas tradicionales de control de la información. Hasta hoy, aun con la evolución de los usos y herramientas del periodismo 2.0, los receptores no han logrado adquirir del todo allí la definición de sujetos activos, puesto que la participación parte de conceptualizaciones instrumentales, a veces se relaciona con interactividad o con la autoproducción que, de todas formas, debe pasar por determinados criterios para visualizarse.

⁴ Sh. Bowman y Ch. Willis: “Nosotros, el medio”, 2005, traducción de Guillermo Franco. Disponible en: <http://www.hypergene.net/wemedia/espanol.php>.

Desde América Latina, con una postura no tan esperanzadora, Gabriel Kaplún señalaba que los modelos jerárquicos y mecanicistas siguen tomando ventaja en la red de redes, pues “los intentos participativos (de los medios tradicionales) son demasiado pequeños y poco consistentes, ‘fracasan’ con demasiada facilidad; las jerarquías se asustan y prefieren retroceder”.

Sin embargo, no es posible obviar la importancia en relación con cambios en el periodismo que han traído estas iniciativas en Internet. Una parte del periodismo ciudadano está vinculado a procesos sociales y se han creado plataformas donde las principales voces parten de comunidades y otros sitios de protagonismo popular. Así se ha profundizado ese posicionamiento crítico desde la comunicación y han emergido conceptos con una clara visión de cambio, como periodismo de abajo, medios libres, autónomos, independientes, alternativos.⁵

En torno al periodismo de abajo se define: Rompe con el esquema comercial no solo del periodismo, sino de la comunicación. Organiza el qué, quién, cómo, cuándo y dónde, de acuerdo a la lucha de los pueblos y no de gobiernos y empresas. Informa lo que sucede al momento (la inmediatez con la que se transmite define su éxito), como algún acontecimiento que altera a una comunidad, persona o pueblo. Tiene posición sobre el hecho y lo asume. Visibiliza lo que no ofrecen los medios convencionales. Es otro manejo de la información, enfocado a los problemas de la comunidad. Tiene una agenda propia, no la que imponen los gobiernos y las empresas. Se realiza sin fines de lucro. La información no es mercancía. Trabaja para la construcción de otros mundos posibles. Tiene un objetivo y una intención: cambiar la realidad a favor de los desposeídos. Aunque se plantea desde una postura clara, siempre tiene conflictos y dudas sobre su trabajo. Busca mayor rigurosidad en beneficio de los movimientos y causas sociales. Son los pueblos a quienes tenemos que rendir cuentas. Se dice que somos “la voz de quienes no la tienen”, pero todos los pueblos tienen voz. El periodismo de abajo no “les da voz”, sino únicamente los escucha y cuando los pueblos lo demandan, difunden esas voces. Es el que trabaja con la gente y está social y políticamente comprometido con ella. Es parte de un movimiento y trabaja desde adentro. Tiene credibilidad entre los pueblos. Tiene ética y es comprometido.⁶

⁵ En ese sentido, sería interesante profundizar en torno a la experiencia Periodismo de barrio: <http://www.periodismodebarrio.org>, una atractiva plataforma con aires transmediáticos impulsada por jóvenes periodistas cubanos.

⁶ Gloria Muñoz Ramírez: “Manual de Periodismo de abajo”, Desinformémonos, Fundación Rosa Luxemburgo, 2014.

Varios de estos medios, como son el caso de desinformémonos (desinformemonos.org) —iniciativa impulsada por periodistas desde México (Gloria Muñoz Ramírez, coordinadora; Adazahira Chávez, editora)— y Garganta Poderosa (www.lapoderosa.org.ar) —en Argentina—, aunque unen a muchas manos a través del mundo, evidencian que en estos días el periodista con escasos medios económicos y habilidades para manejar herramientas digitales puede llevar adelante un proyecto de comunicación en la red de redes. Además, al encontrarse interconectado a fuentes diversas *on-line* y/o *off-line*, emprender un proceso más participativo y complejo.

Varios son los aprendizajes que han salido de la asunción de este tipo de periodismo: en primer lugar, el trabajo colectivo, la vinculación entre el medio de comunicación y la comunidad, ya que son periodistas que desandan y se hacen parte de estos espacios y, muchas veces, logran la integración de sus residentes; de ahí la importancia de la apropiación que hacen de la educación y la comunicación popular y la formación; la colocación en sus páginas o tras cada nota de enlaces a sitios o informaciones similares que sirvan de profundización o *background*, la preparación del *self-service* con iniciativas afines y canales para la creación colaborativa y participativa. Además, han sido fundamentales las historias de vida, la visibilización de propuestas, procesos, sin acotarlos a “retratos de momentos”.

Durante un taller de comunicación, celebrado en septiembre del 2013, en el Centro Martin Luther King,⁷ periodistas de estos medios señalaban entre las necesidades más apremiantes que poseen “la capacitación de nuevos comunicadores y comunicadoras, tanto en las ciudades como en el campo. La formación política y técnica para responder a los retos de los movimientos sociales en materia de comunicación, o sea, crear semilleros de productores y productoras de materiales comunicativos (escritores, editores, fotógrafos...), expandir capacidades y conocimientos”. Asimismo, diagnosticaron como cuestiones a mejorar la rigurosidad de la información y el periodismo de investigación, el uso del *software* libre y la seguridad web.

⁷ En ese espacio los participantes elaboraron un manifiesto en el que expresaban: “Una consabida verdad del modelo comunicativo global es que lo invisible a los grandes medios no sucede, no existe. Esas personas, grupos, comunidades, luchas no son realidad (...), al menos para esos medios y sus millones de consumidores. / ¿Esto significa que debemos incorporarnos a sus lógicas, convertir nuestras vidas en espectaculares? / Aunque las marchas, resistencias, sacrificios de nuestros movimientos son extraordinarios no ocurren para ser filmados o colgados en una red social. Acontecen porque nos oponemos a algo —algo injusto, además— que nos limita como seres humanos (acceso a la salud, la educación, la tierra, la alimentación (...)).”

A pesar de estas experiencias, la profesora cubana Milena Recio⁸ afirma que si bien los medios digitales posibilitan un “desplazamiento radical desde un modelo difusionista, hacia un modelo de relación interactivista, en lo cual quedarían conjuntamente implicados varios niveles y funciones del periodismo contemporáneo: el contenido, el proceso y el encargo social”, se hace impostergable la variación conjunta de estas dimensiones y la transformación de los criterios transmisivos hacia la dialogicidad y la resignificación de los sujetos. De ahí que, a estos esfuerzos llevados adelante por comunicadores y comunicadoras comprometidos con causas sociales, se haya incorporado la comunicación gestada por las personas que integran los movimientos y otros tejidos sociales como las redes. Es lo que se llama en América Latina “comunicación con voz propia” o “nuestra comunicación”.

El hecho de que las plataformas digitales se convierten hoy en herramientas importantes para la organización y el diálogo social ofrece posibilidades de la llegada a Internet de una comunicación distante del modelo transmisivo. Ello tiene que ver con la adopción de principios freirianos⁹ en la comunicación, que trasciende el mero contenido de los medios y reside, además, en las prácticas y en el sustento teórico de las mismas. De ahí que en sus procesos comunicativos, los movimientos sociales prioricen la formación como paso principal para ubicarse en Internet y también construyan una dinámica organizativa en ese sentido, donde un aspecto importante es la expresión de su diversidad a partir de sus construcciones y propuestas.

Los foros sociales, las cumbres de los pueblos y otros encuentros se han potenciado a través de las redes digitales y fueron espacios que permitieron desarrollar esa comunicación con voz propia. Muchas luchas antes locales y aisladas se conocieron a partir de estos espacios organizados y difundidos a través de Internet. Pero también dentro de ellas los comunicadores se dieron la tarea de situarlas en las redes sociales en esa larga disputa de sentidos y concepciones del mundo.

A partir de los años 90 se vive una paulatina apropiación de las plataformas digitales por los movimientos y otros tejidos sociales. Desde las diferentes organizaciones populares, el correo electrónico sirvió para la coordinación de acciones y movilizaciones. También ayudó a la conformación de redes, como Jubileo Sur contra la deuda de los pueblos, la militarización y otras problemáti-

cas, al dar la posibilidad del acercamiento entre activistas de diferentes países enlazados mediante esta conexión digital. De esa forma se propiciaron actividades conjuntas más allá de Internet.

Igual valor tuvieron las listas electrónicas por donde circularon y aun circulan — ante coyunturas y encuentros en la región— documentos, declaraciones, agendas comunes de movimientos. Así se concretan, de manera participativa, debates dados en eventos u otros sitios o que tienen lugar a través de esta herramienta. En el caso de la Minga Informativa, una experiencia comunicacional que aunó a comunicadores y comunicadoras de diferentes movimientos sociales, la lista pasalavoz@movimientos.org alcanzó a más de 20 mil direcciones. La Articulación de Movimientos Sociales hacia el ALBA, nacida en el 2009, integró en la lista alabamovimientos@gmail.com a aquellos movimientos con base social más amplia de todo el continente.

Aunque pueda dársele doble clic a esta frase, sobre todo en el tema de la interpretación y asunción del concepto de democracia el catedrático español Jesús Timoteo dice que Internet resulta un espacio de poder diluido en el que la sociedad civil actúa de manera consecuente con “una mentalidad nueva según la cual los ciudadanos son conscientes de que tienen en sus manos, de alguna manera, sus propios destinos, de que tienen capacidad de acción a través de los medios de comunicación y de que la democracia existe sobre todo como capacidad de protesta, de acción social(...)”.¹⁰

Para los movimientos, la comunicación empieza a ser vivida “como una posibilidad de romper con la exclusión”, que además se hace de forma ágil y es asumida también como presión social. La diversidad de medios pertenecientes a estos que circulan por las redes digitales se basa en una propuesta de comunicación participativa, plural, horizontal, dialógica y democrática, dando cuenta que la apropiación de la tecnología resulta la “activación de la competencia cultural de la gente, la socialización de la experiencia creativa; y el reconocimiento de las diferencias (...)”.¹¹

En ese sentido, varios investigadores han visto aquí, en el proceso de formación que se lleva a cabo, cómo dialogan las personas desde sus culturas locales con las prácticas virtuales y cómo se apropian de las plataformas digitales sin dejar a un lado sus identidades; el conocimiento anterior sobre otros medios de comunicación; los usos que han hecho de otros dispositivos como

⁸ M. Recio: *Periodismo digital: el límite de lo posible. Un análisis del periodismo digital en Internet*, Tesis de Maestría, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, 2003.

⁹ Basados en la filosofía de Paulo Freire y el desarrollo de la Educación Popular.

¹⁰ J. Timoteo: *Poder diluido en una sociedad de pantallas y espectáculos*, 2005. Disponible en <http://firgoa.usc.es/drupal/node/19636>.

¹¹ Jesús Martín Barbero: “Perder el objeto para ganar el proceso”, *Revista Signo y Pensamiento*, No. 18, 1991, pp. 21-29.

el celular, por ejemplo; sus deseos, saberes y proyecciones individuales y comunitarias. Por ello, Hopenhayn, al referir la dimensión cultural de los procesos educomunicativos y tejidos sociales en la transición a Internet, invoca el reconocimiento a la diferencia.

La bandera de la comunicación democrática que levantan los movimientos sociales en las redes digitales acerca una “nueva utopía que sustituye el viejo valor de la igualdad por el emergente valor de la diferencia”.¹² Se trata de colocar en la red de redes otras visiones culturales, diversas maneras de vivir y de pensar el mundo; y por tanto, hay en estas prácticas un sentido emancipatorio. Se revitaliza el enfoque gramsciano de la propuesta freiriana al depositar en los antes receptores y receptoras no solo capacidad de interpretar, sino de recrear, compartir su realidad, lo cual muestra la naturaleza pedagógica de la lucha política.

En varios textos —como *Paulo Freire reconstruye esperanza: Vigencias educativas en el nuevo milenio y Dialogicidad versus “comunicados” de la sociedad global*—, disponibles en Internet, al abordar la formación de los actores populares para las redes digitales, vinculándola a la pedagogía freiriana, se señalaba la importancia de recuperar su experiencia a través de la historia personal y social, el énfasis en la cultura heredada y en construcción que se devuelve en Internet también en relatos, vivencias y propuestas de una comunidad en movimiento.

Con el proceso de formación se pretende, además, que los miembros de los movimientos y otros tejidos sociales adquieran una “caja de herramientas”. Se ha priorizado en esta “nuestra comunicación”, el trabajo en equipo, la conformación de agendas desde la diversidad. Se desarrollan coberturas informativas dirigidas hacia las web de los movimientos, plataformas conjuntas como movimientos.org o albamovimientos.org, redes sociales como Facebook o Twitter, donde se visibilizan acciones, declaraciones, cambios legislativos impactados por estos sujetos.

De acuerdo con los coordinadores de la Minga Informativa: “El hecho de estar participando en dinámicas conjuntas en redes y coordinadoras sectoriales motiva a las organizaciones a compartir entre ellas su realidad, ideas, propuestas, experiencias. Ese compartir les deja visualizar con mayor claridad que su situación no es aislada, que los problemas que viven también se presentan de manera similar en otros países, que la respuesta que cada cual ha dado puede ser una fuente de inspiración para las demás, pero igualmente la ayuda a

ubicar problemáticas globales en torno a las cuales actuar conjuntamente”.¹³

Otro aprendizaje de la comunicación con voz propia es el trabajo con las fuentes: “(...) no nos restringimos a fuentes oficiales (...) Otras fuentes son las académicas, especialistas de universidades que traten los temas del periódico, y jurídicos, relacionados con políticas públicas”, dice Jorge Pereira, de *Brasil de Fato*, periódico de los movimientos sociales en ese país. De una manera más concisa, Suzane Duraes, del Movimiento de Pequeños Agricultores brasileño, refiere como fuentes a tener en cuenta “las que van desde abajo, hasta dirigentes de los movimientos sociales, gobernadores e intelectuales”.

También los comunicadores y comunicadoras de movimientos y redes han sido ágiles en convertir documentos y declaraciones de sus organizaciones en notas atractivas, utilizando recursos como videos, animaciones y galerías de fotos que suben a sus páginas. El enlace entre la comunicación de movimientos sociales y el periodismo de abajo, sin renunciar a su propuesta comprometida, resulta esencial en ese viaje por la colocación del modelo dialógico en Internet. Esto se ha denominando “convergencia de medios”.



12 M. Hopenhayn: “¿Integrarse o subordinarse? Nuevos cruces entre política y cultura”, *Cultura, política y sociedad. Perspectivas Latinoamericanas*, CLACSO, Buenos Aires, 2005, pp. 17-41.

13 S. Burch, E. Tamayo y O. León, O.: *Movimientos Sociales en la red*, ALAI, Quito, 2001.

La comunicación en Internet cuenta también con la elaboración de estrategias y evaluaciones que permiten corregir, profundizar y encauzar hacia el objetivo de los movimientos los procesos comunicativos. Hoy existe un mayor nivel de especialización en torno a la comunicación al interior de los movimientos sociales y continúa la formación tanto en aspectos tecnológicos como políticos. Aunque el acompañamiento solidario entre movimientos y redes que iluminó los noventa persiste, así como encuentros y articulaciones regionales, es visible una concentración en coyunturas locales y nacionales en función de cambios en esos contextos.

Siguen siendo temas en los debates de estos actores populares, a los que se integran comunicadores, el reconocimiento de la diversidad al interior de los movimientos, la continuación de pasos para la superación de la sectorialización de las luchas, la recreación de las identidades a partir de experiencias comunicativas que han sido atractivas, funcionales, coherentes con los procesos comunitarios y la búsqueda de recursos más imaginativos desde la ética y estética de los movimientos.

El alcance del tránsito a Internet, el posicionamiento desde estas plataformas, la posibilidad de una mayor participación en ese espacio, del ejercicio del poder de todos desde los procesos comunicativos, el derecho a la comunicación y a la información siguen siendo tópicos de análisis.

A mi modo de ver, no se ha perdido el entusiasmo de la alternatividad que aspiró a la construcción de otro mundo. Pero hoy es más notable una actitud hinkelamiñana, en el sentido de que lo imprescindible viene siendo derramar la propuesta de cambio en los escenarios actuales, disputar en el espacio local y digital el ahora, y vivir anticipadamente, dando cuenta de ello en Internet.

Entonces, ¿qué son las redes sociales? ¿Qué están aportando?

A partir de diversos procesos sociales y comunicativos, analistas e investigadores se han empeñado en definir las redes. En el océano de conceptos, parecería no llegarse a acuerdos entre las diferentes posiciones, sin embargo, sí es posible hallar coincidencias y hasta consensos para, incluso, tomar postura en torno a las redes sociales y su relación con Internet.

Sería importante tener en cuenta, primero, que las redes son tejidos sociales en un espacio determinado, sea virtual o no, pues existen redes barriales, comunitarias, nacionales, internacionales, con diferentes propósitos, funciones y responsabilidades.¹⁴ Estas pueden tener una presencia virtual. Hay redes sociales *on-line*, que surgen solo en Internet o a través de dispositivos conectados, aunque es muy probable que se encuentren o motiven por algún tipo de contacto físico, según su desarrollo y compromisos.

Para quienes asumen el camino de la Educación Popular y la contribución con un proyecto de beneficio popular, es preciso partir de la definición de José Luis Rebellato a propósito de la capacidad transformadora que coloca en las redes como un rasgo esencial: "(...) una red es un conjunto de procesos de producción en la que cada componente actúa transformando a los demás. La red se hace a sí misma, es producida por sus componentes a los cuales también produce. Es un sistema vivo".¹⁵ Muchos otros autores coinciden en su carácter articulador de personas, grupos, comunidades o iniciativas comunitarias, de forma horizontal, donde se quiebra el modelo verticalista, jerárquico, piramidal.



14 Marta Alejandro: "Las redes: una actitud de diálogo y compromiso", *Comunicación y movimientos populares. Cuáles redes?*, Editorial Unisinos, Argentina, 2002, pp. 326-335.

15 J. L. Rebellato: *Antología mínima*, Editorial Caminos, La Habana, 2000.

Una característica vital es la comunicación como práctica social, cultural y política que sustenta y ofrece estabilidad a las mismas. Otro rasgo tiene que ver con la autonomía, con la construcción de una autonomía popular organizada que va más allá de la práctica personal y las posibilidades individuales de movilizar a otros. Es decir, supera la comunicación interpersonal o grupal mantenida por personas durante un período, para dar cuenta de un proceso asociativo permanente con propósitos claros de transformación y emancipación. Esta posición derrumba de alguna forma el mito que coloca en los mensajes desde la virtualidad la posibilidad del cambio social. Se trata de un proceso complejo, en el que se resitúa ese potencial en la organización social, en la conexión entre sujetos de diferentes espacios con similares demandas y propuestas, en las mediaciones técnicas, contextuales y otras.

En ese sentido, y a raíz de los diferentes “maremotos sociales” convocados, difundidos, gestados desde el ciberespacio, José Ramón Vidal llama a una reconceptualización de Internet, viéndolo “no como una red de redes de computadoras, sino como una red de redes humanas, que utilizan una plataforma de interconexión digital mediada por computadoras”.¹⁶ Asimismo, se ha remarcado el hecho de que las llamadas redes sociales como Facebook, Twitter y otras constituyen “un sitio que contiene un servicio, basado en Internet”. Son una aplicación donde los usuarios pueden realizarse un perfil que otros puedan visitar —en caso de que se les permita el acceso—, contar con vínculos para estar al tanto de lo que publican quienes pertenecen a la llamada “lista de amigos”, viajar por los enlaces de estos. Pueden formarse esas redes de las que hablamos pero, en todo caso, lo que está en juego acá es el uso de esas herramientas. Su potencial transformador radica, precisamente, en la apropiación que se realice de ellas. Otro dato es que estas son más accesibles hoy desde aplicaciones móviles.

De igual modo, se remarca como peculiaridad de las redes la libertad de asociación, lo cual ha traído no pocas críticas a este tipo de organización social. En esa dirección, se habla de estos tejidos como informales. Para quienes asumen un modelo autoritario, jerárquico y de subordinación suele ser más difícil lidiar con una forma organizativa que ofrezca la posibilidad de aportar, sin la existencia de un centro, desde la dialogicidad y la comunicación horizontal, la responsabilidad y el compromiso en el ejercicio del poder y la democracia, sin

16 “Tecnologías y desarrollo social: una mirada de principio de siglo”, ponencia presentada en el Coloquio Internacional Información y Comunicación Social. Hacia la Sociedad del Conocimiento, Monterrey, noviembre, 2006.

obviar los conflictos que puedan aparecer, inherentes a las relaciones humanas y, además, teniendo en cuenta que se trata aquí de construcción y contribución con un proyecto político. El profesor argentino Sergio Tagle habla entonces de la importancia de “una trama de diálogos horizontales que procese democráticamente la diversidad de lo subordinado¹⁷ para encontrar puntos de encuentro/consenso/unidad que les imprima fuerza para relacionarse, negociar, acordar o confrontar con lo hegemónico”.¹⁸

Para Tagle, las redes posibilitan la rearticulación y recomposición del movimiento popular: diversas “subjetividades en colectivos autogestionarios que —articulados en redes— se involucran en procesos de construcción de ciudadanía social/sociedad civil autónoma/movimientos sociales/movimientos populares”.¹⁹

¿Qué significa para una red social transitar a Internet? ¿Cómo aportar desde la virtualidad? Como explica en su tesis doctoral la educadora popular e investigadora María Isabel Romero, la Red de Educadoras y Educadores Populares ha devenido un proceso peculiar dentro de la sociedad cubana, en tanto constituye una forma de asociatividad no institucionalizada formalmente que promueve el fortalecimiento del compromiso sociopolítico, valores emancipadores y transformaciones sociales en diversos ámbitos. Asimismo sucede con la red ecuménica Fe por Cuba, que aún con intención ecuménica, diacónica y liberadora a personas de diferentes denominaciones religiosas.

Estas redes constituyen un proceso dialógico en sí mismo. En un momento de cambios en Cuba, el desarrollo de estas formas de organización pueden oxigenar la sociedad civil cubana, contribuir a recomponer el movimiento popular desde una postura crítica y propositiva en relación con un proyecto socialista. Por tanto, la comunicación popular, dialógica, debe seguir permeando tanto la organización como otras prácticas, teniendo en cuenta además la persistencia de un modelo comunicativo transmisivo en Cuba “que se concentra en la difusión de informaciones y en el despliegue de campañas dirigidas al convencimiento sobre la bondad de ciertas ideas que parten siempre desde un centro que ‘sabe’ hacia una vasta y supuestamente homogénea periferia que ‘desconoce’ (...) El modelo antes enunciado ha sido

17 Teniendo en cuenta el carácter jerárquico de la sociedad.

18 Sergio Tagle: “Palabras de un poder emergente. Comunicación, movimientos populares y construcción política alternativa”, *Comunicación y movimientos populares. Cuáles redes?*, Editorial Unisinos, Argentina, 2002, pp. 337-359.

19 *Ibidem*.

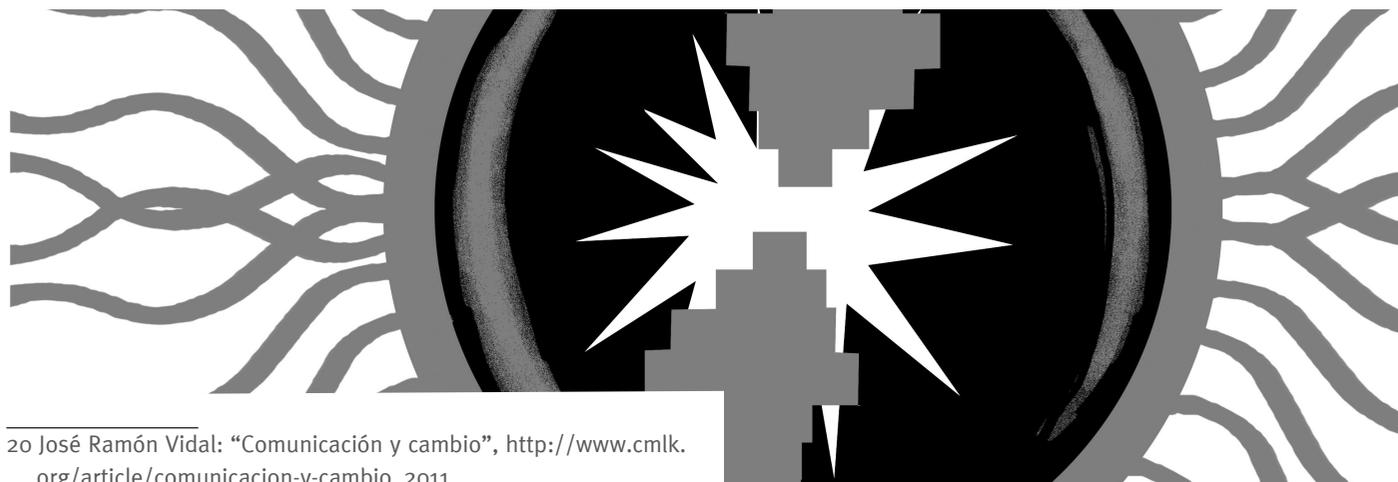
y continúa siendo el que genera la visión predominante en la práctica comunicativa cubana”.²⁰

El paso al ciberespacio de estas redes significa, en primer lugar, una contribución a la democratización en Cuba y una experiencia novedosa de comunicación dialógica y popular aportada por la sociedad civil cubana. Permitirá, además, fortalecer las capacidades de articulación, coordinación y comunicación de las redes y evidenciar y dialogar con otros actores sobre las propuestas que se encaminan al autodesarrollo comunitario y que pueden tener un amplio alcance social en el sentido de su inclusión en políticas públicas y/o estrategias territoriales.

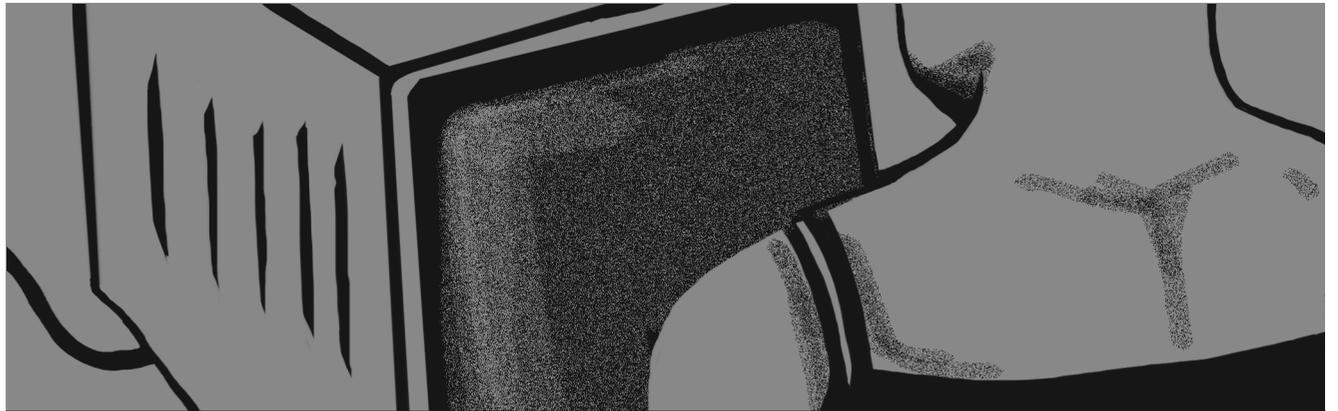
Por ello, es importante rescatar —para contextualizar— algunas consideraciones que en su texto *Palabras de un poder emergente. Comunicación, movimientos populares y construcción política alternativa*, ofrece el educador popular Sergio Tagle y que sirven para pensar procesos comunicativos en Internet:

- Asumir la comunicación dialógica significa superar las desigualdades estructurales que envuelven las relaciones comunicativas entre personas, sectores, grupos y clases sociales. En ese sentido, es fundamental la formación que incluye lo técnico y lo político.
- La comunicación popular va más allá de los moldes mediáticos, está en función de la participación de los diferentes sujetos de la transformación, de sus propuestas y cambios. Por tanto, no se trata únicamente de producción de mensajes y de narrar los impactos de la organización, sino de crear un proceso permanente en que la participación de cuenta de las transformaciones.
- Educar y autoeducarse para el ejercicio de los derechos sociales, en el que entra también la comunicación.
- Dinamizar los aprendizajes grupales, para lo cual hay que desarrollar la comunicación comunitaria, aun cuando los otros no formen parte de las redes. Contribuir al debate público.
- Construir un escenario mediático que imprima visibilidad pública a los diversos actores de la sociedad civil no contemplados como actores comunicativos ni políticos por la comunicación hegemónica.
- Legitimar los discursos y prácticas culturales, políticas, económicas transformadoras.
- Facilitar la participación del intelectual crítico y comprometido en el acompañamiento a debates y en la conformación de la opinión pública.
- Contribuir a conflictuar dialógicamente la presencia de lo hegemónico en lo popular en términos culturales y políticos.
- Interpelar a otras instancias de poder desde los intereses y expectativas de las redes.
- Definir líneas editoriales que no se limiten a difundir impresiones e ideologías personales de comunicadores y coordinadores, sino que descansen en intercambios educativos, en las preocupaciones y percepciones cotidianas de quienes integran las redes.
- El reconocimiento a la diversidad, al trabajo colaborativo y solidario.
- Extender las propuestas de las redes públicamente, dando cuenta de que se constituyen desde un poder social emergente.

Con estos ítems se ha querido revisitar también la experiencia latinoamericana. Mucho peso tiene la comunicación dialógica en que las redes logren fomentar la participación social tanto en los espacios virtuales como en otros. La formación contextualizada, con base en la Educación Popular, sigue siendo esencial en el reconocimiento de las potencialidades personales, grupales y territoriales para la transformación.



²⁰ José Ramón Vidal: “Comunicación y cambio”, <http://www.cmlk.org/articulo/comunicacion-y-cambio>, 2011.

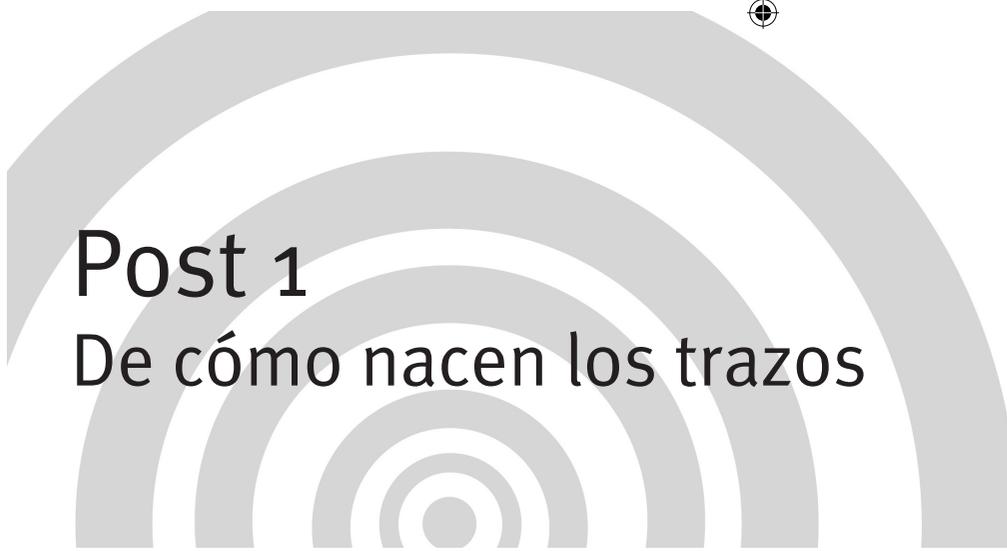


Parte 1

Abonar utopías en la web: hacia un uso social con sentido de la tecnología

Yohana Lezcano Lavandera





Post 1

De cómo nacen los trazos

Todo cambio social para producirse tuvo que ser imaginado y soñado en momentos en que lograrlo parecía imposible.

Ana María Larrea

El *performance* es lenguaje que tiene el poder de hacer el mundo, no solo de decirlo. Es, más allá de definiciones teóricas o implementaciones metodológicas, una suerte de invitación a comprometer los sentidos en vivencia expresada desde la hibridez de lo corpóreo, lo espiritual y lo racional.

Communitas es un tipo particular de *performance* que tiene la cualidad de poner en común, de generar ámbitos donde las fronteras de lo personalizado se desdibujan para construir una identidad colectiva, sin perder las esencias individuales. Centrado en el acto comunicativo como sentido de vida, funciona como un espacio de libertad plena, donde los símbolos moldean creativamente la realidad.

Un *performance communitas*, circunstancia ideal para contar historias, para narrar la vida, fue el nervio fecundo que nos motivó, como jóvenes de la Universidad de La Habana, a construir un espacio cómplice para enrumbar horizontes de compromiso social. Lo concebimos desde un hacer comunicativo que insiste en reconvertir las lógicas dominadoras de la web a partir de sentidos más críticos, conscientes y emancipadores.

Y las ganas transformadoras fueron tomando cuerpo en un grupo, Hiperactiv@s.uh, al que le dimos vida Gabriela, Mailén, Betty, Laynié, Vivian, Wilfredo, Elizabeth, Dayna, Layrenis, Noe, Rosa Elena, Joel, David, Geandy, Roger, Marbelys, Liliana, Marianela y Yohana, estudiantes de Comunicación Social, Psicología, Filosofía, Contabilidad, Cibernética, Geografía, Turismo, Ciencias de la Información y Periodismo.

Nos propusimos dar testimonio de una pertenencia identitaria que se tradujo en un año de encuentros a modo

de talleres basados en la concepción y metodología de la Educación Popular. ¿La provocación? Una tesis de diploma que quiso romper los estancos formales de lo establecido como “ciencia de la comunicación” y su interrelación con los “campos académicos” a los que tradicionalmente debe mirar alguien que aspire al título de licenciatura en periodismo.

Para algunos sectores de la academia cubana y la práctica reporteril, todavía es “raro, sospechoso, inútil, vano, inentendible” que el campo de actuación profesional de los periodistas pueda estar ligado a la función educativa de la comunicación. Por eso, convertir un ejercicio investigativo de culminación de estudios en un proceso de aprendizaje que deviniera, además, en proyecto de acción social, fue el primer reto al que nos enfrentamos como Hiperactiv@s. La vocación de crear espacios de investigación no solo como observatorios críticos, sino como lugares para pensar la transformación social, se convirtió en la fuerza motriz de esta aventura compartida.

Por eso, siempre tuvimos como guía las palabras del teólogo brasileño Frei Betto: “La universidad no puede permanecer ajena a la vida cívica de los pueblos, pues tiene la misión fundamental de formar generaciones creadoras, plenas de energía y de fe, consciente de sus altos destinos y de su indeclinable papel histórico al servicio de la democracia, de la libertad y de la dignidad de los hombres”.

Esa certeza se multiplica cuando los protagonistas de la transformación son los propios universitarios dispuestos a canalizar todas las ansias de cambio en un territorio como la web, entorno tecnocultural que

ha revolucionado los modos tradicionales de comunicación y lucha ciudadanas, espacio que hoy se acerca cada vez más a la cotidianidad de cubanos y cubanas.

¿Pero cómo usamos esos espacios? ¿Cómo aprovechar sus potencialidades sin ser absorbidos por el consumo acrítico, soso, vago? ¿Cómo los beneficios tecnológicos pueden ponerse en función de concretar proyectos autóctonos para la expresión de las necesidades más urgentes de la gente?

Hacer un uso más consciente, crítico y creativo del ciberespacio parecería la respuesta más rápida; sin embargo, esta enunciación precisa de estrategias pedagógicas bien planificadas que aseguren una sustantiva participación en el mundo virtual.

En la Universidad de La Habana, una de las primeras instituciones cubanas en conectarse a la telaraña global, hoy existe una alta demanda de alternativas endógenas que logren transfigurar los usos predeterminados de las aplicaciones web para que respondan más concretamente a intereses de la comunidad universitaria y de la sociedad toda. Los estudiantes del Alma Máter requieren de proyectos educativos que incentiven su voluntad creadora y transformadora en el ciberespacio, más allá de las asignaturas básicas contempladas en los planes de estudio de las diferentes carreras, por lo general encaminadas a potenciar aprendizajes instrumentales.

¿Dónde queda entonces la necesidad de fortalecer la capacidad de pensarse y sentirse parte de los procesos comunicativos y sociales confluyentes en Internet? ¿Cómo traducir esto en realización práctica?

Aunque la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana ha promovido en los últimos años un uso y apropiación más creativa y crítica de la web, unir tal voluntad con maneras de hacer participativas y emancipadoras como la educomunicación, la educación popular y la investigación-acción-participación, todavía es sueño de pocas personas. Buscando esa meta nos aventuramos a transitar el camino hacia el empoderamiento ciudadano en la web (ECW), esencia motivadora de los talleres realizados como parte de la investigación.

Entendimos entonces al ECW como un proceso multidimensional, mediante el cual se desarrollan modos conscientes de interactuar en el escenario virtual, se fomentan capacidades, competencias, valores tecno-culturales a partir del uso y apropiación creativa y con sentido de las potencialidades de la Red de redes por parte de la ciudadanía.

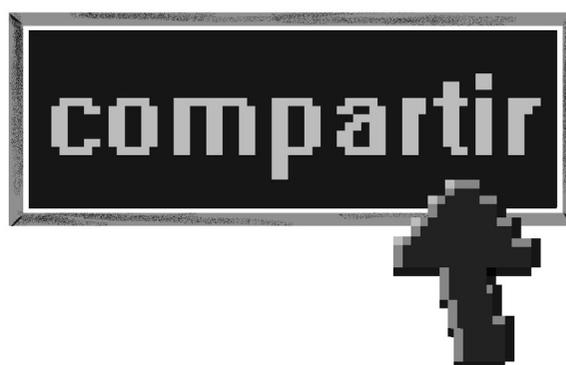
El tiempo de análisis sobre esta categoría nos demostró que no puede ser considerada como una meta a conquistar, no es fin en sí mismo. Es un medio, un proceso permeado de tensiones que se manifiestan en lo individual, lo grupal y lo social. Transitar por esos conflictos

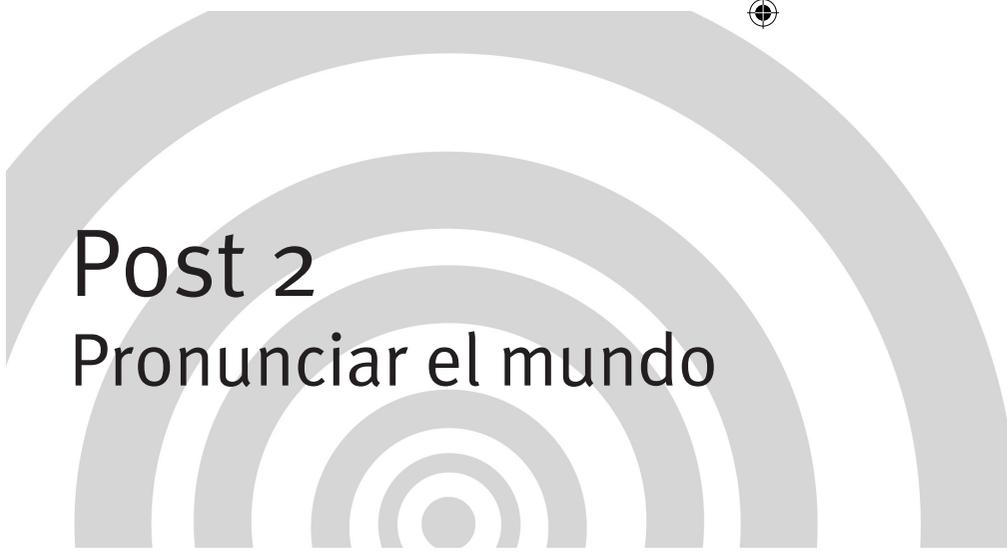
genera una relación de aprendizaje-desaprendizaje que permite a las personas autoreconocerse, proyectarse, expresarse y emanciparse.

El desplazamiento al escenario virtual de algunas de las relaciones de poder del espacio tradicional, y la (re)producción y reconfiguración de otras, debe ser concientizado para desde ahí reinventar alternativas en pos de la libertad, la participación, la inclusión y la justicia social. Pero para lograr que este enunciado no solo parezca una aspiración irrealizable, se requiere de la conformación de sustantivas vías de expresión ciudadana luchadas por los propios actores sociales que intercambian *on-line* y *off-line*.

Llegar a esas claridades fue un proceso complejo. Una de sus manifestaciones fue la creación de un *blog* colectivo; iniciativa poco usual, pues las nuevas herramientas digitales parecen traernos constantemente a espacios más individuales, más atomizados, mientras nos hacen creer que estamos todo el tiempo acompañados.

Este *blog*, nombrado Trazo Digital, condensó muchas de las historias que en lo adelante proponemos contar como testimonio de los avances y retrocesos en nuestro proceso colectivo, basado en un modo de aprendizaje divertido, flexible, creativo y esperanzador, sustentado desde los afectos entre sus participantes. Aunque ninguna experiencia de este tipo puede ser agotada en memorias escritas, aquí están, en forma de post, fragmentos de relatos que nos dieron vida.





Post 2

Pronunciar el mundo

La capacidad de narrar, el hecho mismo de nombrar al mundo, de tejer nuestras propias versiones de la vida, tiene que ver con la fuerza política para moldear el entorno.

Clemencia Rodríguez

El grupo se reunió alrededor de Vivian. Aprovechando la motivación de todos y todas, May dijo que la pelotica que tenía en las manos representaba el poder y que, por lo tanto, quien la tuviera podía ejercerlo como quisiera. Las primeras iniciativas se concentraron en ordenar ejercicios físicos extravagantes: vueltas exageradas, repetidas cuclillas con las manos entrelazadas, caminos sobre los hombros de los demás, interpretaciones musicales con estilos muy propios y danzas arrítmicas en colectivo... terminaron por agotarnos un poco. De pronto, Noe usurpó el poder arrebatándole la pelota de las manos a Layrenis, pero solo pidió que nos fuéramos del salón, a lo que respondimos resueltamente que no. Wilfre ocupó el centro del círculo y decidió que debíamos tocar el objeto aunque fuera con un dedo. Nos apretamos bastante para que cada quien accediera a la pelota y en ese momento nos “ordenaron” caminar hacia un lado, hacia el otro, agacharnos, pararnos...

Este ejercicio fue una de las motivaciones que nos abonó el camino para reflexionar sobre cómo se manifiestan en nuestra vida cotidiana las relaciones de poder, tanto asimétricas, como horizontales, en lo individual o en lo grupal-social. Además, fue un pretexto para entrever cómo cedemos espacios de poder —consciente o inconscientemente—, y permitió evaluar maneras de utilizarlo y comprender la necesidad de aprender a ejercerlo conscientemente. Para Gabriela fue un detonante a partir del cual “cuestionar qué hacer con nuestra cuota de poder, cómo y para qué utilizarlo”; Elizabeth lo aprovechó como pie para repensar los tipos de liderazgos; y May entendió que la idea que nos unía era crear un

espacio donde ejercer la voluntad y la libertad, y que si eso se hacía en colectivo, de acuerdo a intereses comunes, “es posible subvertir el poder desde concepciones políticas emancipadoras”.

A partir de esas reflexiones motivadas desde la práctica, comenzamos a acercarnos a lecturas que propiciaron debates teóricos sobre el poder y el empoderamiento, y así, elaboramos en colectivo dimensiones de una categoría poco estudiada y sistematizada.

Fuerza, posesión, dominio, capacidad... son términos que recirculan en las representaciones de lo que tradicionalmente se identifica con la idea de poder; y siguiendo a Weber, Locke y Gramsci, entendimos que la clave para ejercer el poder de modo efectivo está dada en el consentimiento de los dominados. De esta forma se comprendió la idea del poder no solo como propiedad individual, sino como perteneciente a determinados grupos sociales que autorizan a un sujeto a actuar en nombre de los demás.

Según la concepción gramsciana, una clase domina a otras porque no solo es capaz de imponer, sino de hacer aceptar como legítimo ese dominio al punto de conquistar, de acuerdo a sus intereses, todas las esferas en que se desenvuelven los gobernados, fundamentalmente las concernientes a la producción espiritual. Un análisis sobre el poder, por muy austero que pretenda ser, estaría incompleto si no hace al menos una breve referencia a la asunción de hegemonía. Esta descansa, otra vez mirando a Gramsci, en “la capacidad de la clase dominante para establecer y preservar su liderazgo moral e intelectual, para dirigir más que para obligar (...) El ejercicio normal de la hegemonía se caracteriza por la

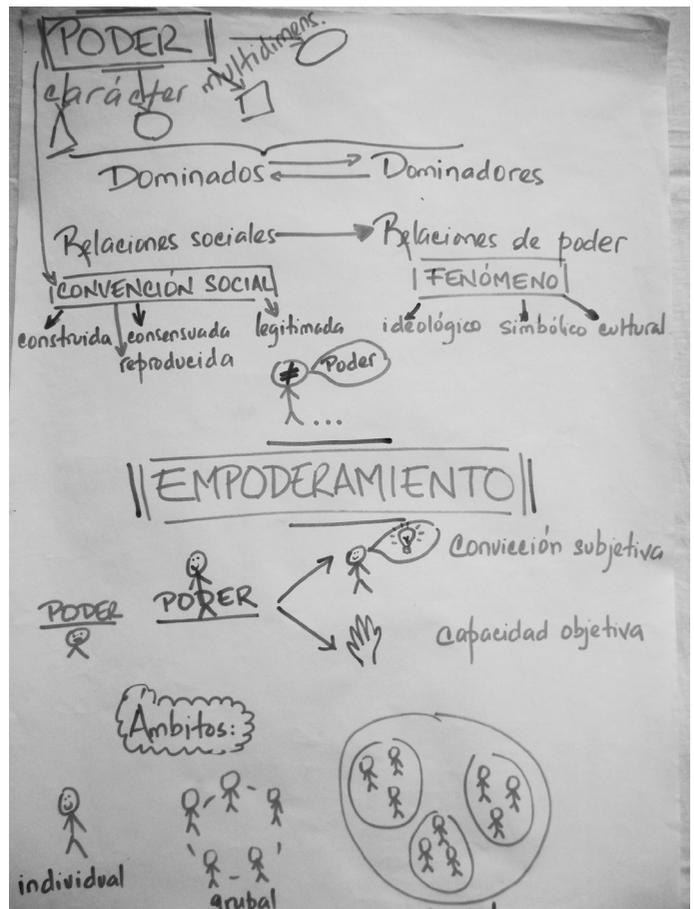
combinación de fuerza y consenso, que se equilibran de diferentes maneras, sin que la fuerza predomine demasiado sobre el consenso, y tratando de que la fuerza parezca apoyada en la aprobación de la mayoría”.

La experiencia académica del grupo sirvió para que no tardaran en aparecer las ideas de Michel Foucault cuando crítica la estrecha concepción del poder como sinónimo único de represión y pondera la idea de reconocer también su componente gratificante, formador de capacidades creativas y de conocimientos. “Lo que hace que el poder se aferre, que sea aceptado, es simplemente que no pesa solamente como una fuerza que dice no, sino que de hecho circula, induce al placer, forma saber, produce discursos; es preciso considerarlo más como una red productiva que atraviesa todo el cuerpo social que como una instancia negativa que tiene como función reprimir”.¹

Pero quizás la trascendencia del pensamiento de Foucault se alcance en el reconocimiento del carácter multidimensional del poder al entenderlo no como elemento exclusivo y autodeterminado, sino como “relaciones extraordinariamente numerosas, múltiples, en diferentes ámbitos, en los que unas se apoyan a otras y en las que unas se oponen a otras”.² Las nociones que se entretujan alrededor del poder parten de configuraciones dinámicas, convulsas, mediadas por subjetividades y condicionamientos socioculturales. Sus claves sustanciales apuntan a asumirlo como ícono de interrelaciones humanas, como convención social construida, consensuada, legitimada y reproducida en un contexto y tiempo determinado.

Las esencias esbozadas convergieron en una postura que trascendió el cuadriculado y burdo modo de considerar al poder como capacidad o fuerza impuesta por determinada clase, para ampliar la visión hacia un fenómeno ideológico, simbólico y cultural. Pero debe tomarse en cuenta, además, que su cualidad “ubicua” implica la manifestación desigual del mismo. De ahí que la ubicuidad de la categoría trabajada no se muestre como característica homogeneizadora, sino más bien como espacio de desencuentro, de presiones y disparidades sedimentadas en el campo simbólico; y actualizadas en terrenos económicos, políticos, sociales y culturales. Toda pugna de fuerzas se circunscribe a prácticas, necesidades y significados otorgados en un constructo social que se resguarda en la cotidianidad para asegurar el mantenimiento de modos de pensar, sentir, actuar, vivir.

Cada participante del taller fue entendiendo que en este estado de tensión constante se mueven las sociedades. Para reconocerse dentro de esta lógica, los seres humanos necesitan deconstruir una serie de atributos codificados en relaciones dadas como procesos “naturales”. Hacer una abstracción de ese mecanismo “normal” permite contribuir de modo consciente en favor de su generación y distribución, o bien desenmascarar, criticar y transformar los ámbitos en los que el poder actúa. Subvertir esos “desbalances direccionados” se coloca como principal desafío en todo ejercicio/construcción de poder.



1 Foucault, M.: “Estrategias de poder”, en Romero, M. I. y C. N. Hernández (comp.): *Concepción y metodología de la educación popular*, tomo I, Editorial Caminos, La Habana, 2004, p. 194.

2 Ibídem.

Pistas en la conformación de un concepto

Transcurrieron tres sesiones del taller, tras recuperar y reflexionar sobre prácticas comunicativas en la web. Y como la universidad había sido espacio mediador antes y después en la relación con Internet, y luego de lanzar ideas en subgrupo para elaborar desde su experiencia diferentes conceptos asociados al empoderamiento, la ciudadanía y la web, el grupo comenzó a aproximarse teóricamente a estos términos.

Una mirada sobre esta noción de empoderamiento advierte un sentido autogestionador implícito, el cual destaca varios componentes: el aumento de fortalezas espirituales, el hecho de entender todo el proceso como parte de relaciones sociales, y el mantenimiento de aptitudes y competencias necesarias para moldear los modos de vida hacia condiciones más favorables.

Mucho se ha hablado de la expresión sin conocer con exactitud sus principios. La ambigüedad semántica con la que se asume cualquier referencia al vocablo empoderamiento provoca una ambivalencia de significados en correspondencia con el uso dado y la fuente de la cual provenga. La difusión indiscriminada de la palabra la ha convertido en lugar común, en comodín de discursos agraciados, en espacio de clichés y superficialidades, en carnada para ganar dinero fácil, en engaño y dominación. Dicho de otro modo, para muchos el empoderamiento ha devenido espejismo, demagogia, desesperanza, clonación de las lógicas de poder ya existentes.

El espíritu transfigurador que enarbola el empoderamiento requiere de la anulación total de posturas pasivas, del asistencialismo en espera de esporádicos destellos de buena fe ajenos a los conflictos y demandas correspondientes a cada persona, grupo o comunidad. “Si bien las condiciones externas son importantes, no son suficientes para el empoderamiento, ya que también se requieren sentimientos de competencia, energía y el deseo de actuar. Por consiguiente, el empoderamiento incluye tanto la capacidad objetiva de controlar el propio entorno, como la convicción subjetiva de que uno puede hacerlo”.³

La significación de la noción estudiada pasa por el tamiz de motivaciones, actitudes, ideales y hábitos únicos en cada ser humano. No obstante, el carácter activo, la necesidad de autonomía y la fuerza emprendedora se erigen como elementos comunes en las percepciones de tal concepto. “Empoderarse significa, para cualquier persona, adquirir el control de su vida, definir su propia

agenda y lograr la habilidad de hacer cosas que reafirmen su identidad emancipada y emancipadora”.⁴

De todo ello se infiere la necesidad de despojar algunas asunciones idílicas que sobre el empoderamiento se han creado. Esta palabra per se no es sinónimo de garantías de progreso. Nadie puede empoderar a nadie, las personas deciden empoderarse a partir de un proceso crítico, concientizador y propositivo. De esta forma, un actor social empoderado ostenta una serie de valores, actitudes y aptitudes que le permiten gestionar el acceso a espacios de debate y de decisión. Además, tiene la capacidad de analizar la realidad, formular propuestas, movilizar voluntades y producir cambios significativos en las relaciones del poder.

Una vez claras las significaciones sobre empoderamiento compartidas por el grupo, nos acercamos a las nociones de ciudadanía clásicas y a las más críticas. El intento de condensar en una única y exclusiva definición los distintos conceptos de ciudadanía —criticados, superados, reapropiados y transformados históricamente— redundaría en ejercicio estéril. La capacidad de sentirse y pensarse ciudadano se ha transfigurado del mismo modo en el que han evolucionado las sociedades. Por ello el taller intentó desmontar las múltiples miradas en torno al término, entendiendo sus complejidades, cuestionamientos y reasunciones de acuerdo a las circunstancias históricas concretas y al referente teórico en cuestión.

Las concepciones de ciudadanía del *polites* griego y del *civis* latino son reconocidas como las bases teóricas de tal concepto. Si para los atenienses esta distinción equivalía a efectuar la política y representaba la participación directa en la adopción de decisiones públicas, para los romanos la ciudadanía debía expresarse mediante los valores éticos demostrados, tales como la lealtad e identidad nacionales, y no por prerrogativas consanguíneas. Así, mientras la época antigua estuvo marcada por un interés permanente de gobierno propio y colectivo, la oscuridad feudal puso un freno que neutralizó el esplendor del proyecto de ciudadanía para convertirlo en servidumbre e inmovilidad frente al poder eclesiástico medieval.

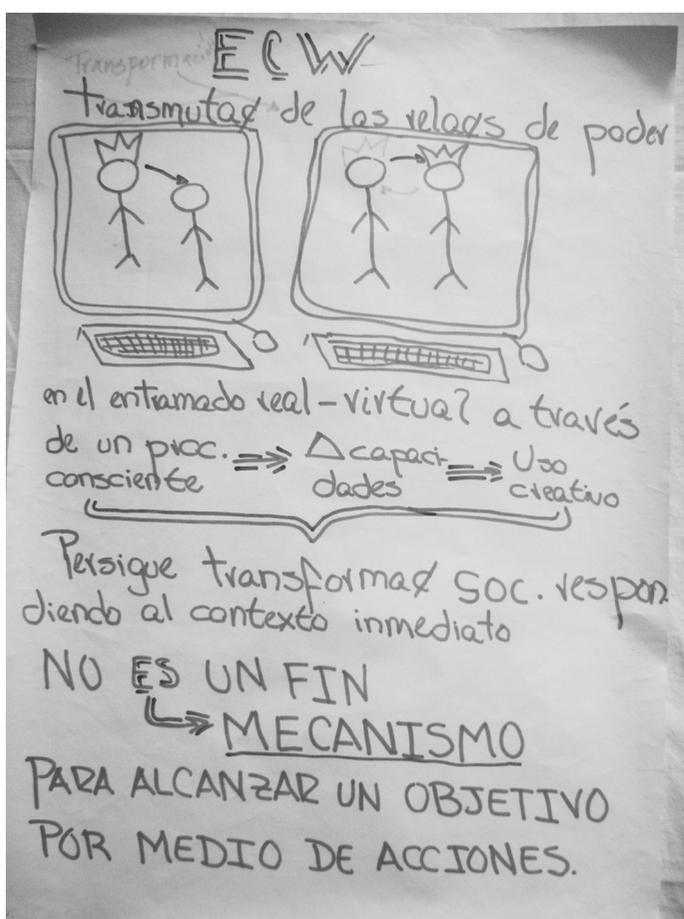
Los siglos XVIII y XIX trajeron consigo un proceso de universalización de la ciudadanía, debido a la unificación de territorios con gobiernos diversos. Esta transformación conceptual provocó que lo antes entendido como estatus atribuido a los habitantes permanentes y reconocidos de las ciudades, se convirtiera en el es-

3 Maddaleno, M., J. Schuttaine, E. Nunes y L. La Rosa: “Empoderamiento de mujeres adolescentes y jóvenes. Proceso clave para el logro de los objetivos del milenio”, 2008, p. 25. Recuperado en www.minsa.gob.pe/portal/Adolescente/IForoEmpoderandoAJ.pdf.

4 Aldana, A.V.: *Empoderamiento Femenino: alternativa para reconstruir la esperanza*, ponencia presentada en el VI Congreso Latinoamericano de Humanidades “Humanidades y Tecnología: una interacción necesaria”, Universidad Tecnológica Metropolitana, Santiago de Chile, mayo de 2003, p. 2.

tatus “normal” de los habitantes “legales” del estado-nación, visto como comunidad de ciudadanos. Las percepciones sobre el concepto comenzarían entonces una prolongada variación en correspondencia con los intereses de pequeños grupos de poder y no del consentimiento común.

Así se llega a la idea de ciudadanía clásica, la cual se identifica con la inclusión de todos los individuos en una comunidad. “Se trata de un complicado y delicado mecanismo —histórico y situado— de derechos y obligaciones, que sirve en primer término para pautar las reglas del juego social, cuyo sentido último es el de mantener el equilibrio entre la libertad y la seguridad”.⁵



5 Reguillo, R.: “Ciudadanías Juveniles en América Latina”, *Última Década*, Vol. 11, Valparaíso, 2002.

Ser ciudadano activo en una red mundial de interdependencias

La balanza se ha inclinado, de manera tradicional, hacia la idea de armar esta categoría solo a lo interno de las naciones; mas, el nuevo entorno social, jurídico, cultural y tecnológico demanda de otras estrategias que equilibren los modos de ejercerla. La ciudadanía debe ser contemplada como la inminencia de superar líneas divisorias que opriman las facultades hacedoras de hombres y mujeres. Es “el recurso necesario para repensar un modo de ser en el mundo ampliado, es decir, para pensar el intercambio y la vinculación simbólica de los individuos en un espacio vuelto común por las tecnologías de producción y distribución de información y productos mediáticos”.⁶

Considerarse ciudadano es una percepción que trasciende el mero hecho de conocer los contornos territoriales a los que se debe una persona. Es desarrollar un sentido de pertenencia basado en prácticas cotidianas que definan y autentiquen a quienes comparten tradiciones, creencias, costumbres, e incluso necesidades similares. La plataforma cultural de la ciudadanía defiende como componente intrínseco la conformación de identidades, expresadas de modo material y simbólico en espacios privados y públicos.

“Hasta hace muy poco decir identidad era hablar de raíces, raigambre, territorio y memoria. Pero decir identidad hoy implica también —si no queremos condenarla al limbo de una tradición desconectada de las mutaciones perceptivas y expresivas del presente— hablar de redes, y de flujos, de migraciones y movilidades, de instantaneidad y desanclaje. La identidad no puede entonces seguir siendo pensada como expresión de una sola cultura homogénea perfectamente distinguible y coherente. Hoy las identidades nacionales son cada día más multilingüísticas y transterritoriales”.⁷

En este clamor de respeto a la otredad, se impone continuar abogando por los derechos de organización, expresión y participación desde diferentes anclajes culturales. “La ciudadanía es un relato que se va reconstruyendo con los otros en una producción conjunta”.⁸ No fue difícil entonces que el grupo reconociera que, como parte de los reacomodos experimentados por el concepto de ciudadanía en su evolución, sobresale entre los temas de

6 Mata, M. C.: “Comunicación, ciudadanía y poder: Pistas para pensar su articulación”, *Diálogos de la Comunicación*, No. 64, FELAFACS, Lima, 2002, p.65.

7 Martín Barbero, J.: *La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana*, ponencia presentada en el Coloquio Internacional Globalismo y Pluralismo, Montreal, 22-27 de abril de 2002.

8 García Canclini, N.: *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Editorial Grijalbo, México, 1995.

la agenda actual la estrecha relación establecida con los medios masivos de comunicación.

Es que la ciudadanía se constituye también en procesos comunicacionales.⁹ Una vez más la acción de comunicar aparece como punto confluyente de expresión y lucha ciudadanas para evitar que la diversidad continúe diluyéndose en desigualdad. “Comunicar es hacer posible que unos hombres reconozcan a otros, y ello en doble sentido: les reconozcan el derecho a vivir y pensar diferentemente, y se reconozcan como hombres en esa diferencia”.¹⁰

Las plataformas comunicativas se erigen como lugar de encuentro, reconocimiento, y construcción plural de la opinión (...). Desde la comunicación se favorece el ejercicio de la ciudadanía, toda vez que posibilita el intercambio, la integración de intereses, necesidades y la aparición en la esfera pública de un sujeto activo portador de demandas y contrapropuestas.¹¹ La adquisición de esos sentidos críticos y transformadores que se proclaman con tanta fuerza, forma parte esencial de la concepción de una ciudadanía activa. La cualidad de ser activa solo se cumple si los individuos se saben y se sienten en estado consciente frente a lógicas dominadoras.

Pero todo ese espíritu transgresor debe ser puesto en función de un bien común. La ciudadanía se entiende entonces como una suerte de mundialización de los principios elementales de la moral en una “república ética universal”¹² que garantice la conquista de mayor libertad, igualdad y solidaridad para todos los seres humanos.

Es por ello que referirnos a “lo ciudadano” de forma restringida es fragmentar sus posibilidades. Ciudadanía es igualdad legal, social, pero fundamentalmente humana, no solo a nivel individual, sino sobre la base del trato y el respeto al conciudadano como ser semejante. Ciudadanía activa es sinónimo de integración social, es asumirse como perteneciente a una cultura, a una filiación política, a un pensamiento filosófico, a través de un accionar incómodo y de resistencia a lógicas prefiguradas desde la excusión y la dominación.

9 Ver cita de García Canclini en Fernández, V.: “Medios de comunicación, mercado y cultura. ¿Qué lugar para la ciudadanía?”, *Kairos. Revista de Temas Sociales*, No. 20, Argentina, 2007, p. 6.

10 Martín Barbero, J.: “Comunicación, campo cultural y proyecto mediador”, *Diálogos de la Comunicación*, No. 26, FELAFACS, Lima, 1990, p. 15.

11 Ver Rodríguez, A.: *Artesanías de sentidos. Acercamiento a las concepciones sobre las prácticas emergentes de ciudadanía en plataformas de comunicación en red*, tesis en opción al grado de Máster en Ciencias de la Comunicación Social, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, 2012, pp. 49-51.

12 Ver cita de Cortina en Camacho, C.: “Propuesta de un Modelo de Comunicación Masiva para la Construcción de Ciudadanía en América Latina”, *Razón y Palabra*, No. 35, 2003, p. 82. Recuperado en <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n35/ccamacho>.

En ese empeño, Humberto Vandenbulcke¹³ confía en la educación ciudadana para:

- Sacar a la gente de su pasividad y encausar procesos para que lleguen a la iniciativa, la búsqueda de soluciones, la formulación de propuestas, la toma de iniciativas, y la acción individual y colectiva.
- Aumentar la participación de la población en la autogestión de la sociedad.
- Defender los derechos y promover también los deberes ciudadanos con respecto al mejoramiento de la calidad de vida.
- Llenar a la gente de confianza y afirmar identidades para poder luchar y actuar en la sociedad a través de procesos democratizadores.

Tales misiones denotan que gestar y desarrollar ciudadanías es reconocer la permanencia de mecanismos conflictivos, de formalización social, política y jurídica. No existe un único prototipo de ciudadano, sino procesos diferentes de acercamiento a la ciudadanía para que no siga entendiéndose desde una concepción burguesa-capitalista. “Así podemos seguir despedazando la ciudadanía en una multiplicidad infinita de reivindicaciones (...) hasta llegar a reinventar la manera de ser ciudadanos”.¹⁴

En la búsqueda de alternativas que aboguen por el ejercicio de poderes ciudadanos, destaca el potencial tecnológico que caracteriza a la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Martín Barbero entiende los complejos fenómenos que se manifiestan en la contemporaneidad desde la estrecha relación entre cultura, comunicación y tecnología en tiempos de globalización, proceso que atraviesa a la ciudadanía en un mecanismo constante: “(...) lo que la tecnología moviliza y cataliza hoy no es tanto la novedad de unos aparatos sino nuevos modos de percepción y de lenguaje, nuevas sensibilidades y escrituras”.¹⁵

Así, los entornos comunicativos actuales están adquiriendo y transfigurando las tradicionales maneras de construcción de lo público. En palabras de Manuel

13 Ver cita de Humberto Vandenbulcke en *ibídem*, p. 88.

14 Ver cita de García Canclini en Frankenberg, L: “Hacia una ciudadanía mediática en la era de la información”, s.f., pp. 7-9. Recuperado en <http://www.mty.itesm.mx/principal.html>.

15 Martín Barbero, J.: “Cuando la tecnología deja de ser una ayuda didáctica para convertirse en mediación cultural”, *Revista Electrónica Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, Vol. 10, No. 1, 2009, p. 24. Recuperado en <http://campus.usal.es/~teoriaeducacion/revnumero1001/n1001martinbarbero.pdf>.

Castells, en nuestras sociedades se está trasladando el proceso de formación de la opinión pública de las instituciones políticas al ámbito de la comunicación.¹⁶

Se va configurando entonces un “ecosistema comunicativo” en el cual la fuerza transgresora no radica solo en la innovación acelerada de productos, sino en la capacidad creadora de nuevos saberes y la habilidad para comunicarlos. La propia concepción y desarrollo de la filosofía 2.0 ha garantizado constantes procesos de desintermediación. El usuario es capaz de gestionar y elaborar contenidos auténticos.

La apertura a posibilidades tecnológicas antes no imaginadas, la democratización en los usos y en los accesos —no se puede dejar de aclarar que esa apertura también responde a un poder hegemónico que no “democratiza” todos los accesos, ni lo hace de manera generosa y desinteresada— han potenciado las capacidades creadoras de los internautas, garantizando plataformas para diseñar y administrar proyectos comunes en una ineludible mezcla de lo comunicativo, lo cultural y lo político. Provisiones que sirven para que los actores sociales se pronuncien como seres reconocidos y reconocibles por otros sujetos en la telaraña global.

De tal forma, las aplicaciones de la web 2.0 y sus procesos multimediales, hipertextuales e interactivos se distinguen como espacios donde se redimensionan las potencialidades expresivas de los ciudadanos, avalando lógicas de autovisibilización que conforman haceres y saberes más empoderados. Pero, ¡alerta!: Las aplicaciones web son instrumentos que facilitan el empoderamiento ciudadano, pero de ningún modo constituyen el proceso en sí mismas. Las facilidades otorgadas por las TIC no garantizan una participación contra hegemónica, no la contienen, sino que la viabilizan.

La tecnología no supone un modo de empoderamiento o una construcción sustantiva de ciudadanías. Existen múltiples modos de acercarse a una misma herramienta y transformarla de acuerdo a condicionantes contextuales u objetivos diversos. Se trata, entonces, de evitar el deslumbramiento desproporcionado que pueden inducir estas múltiples posibilidades comunicacionales.

Para ello se requiere de una mirada crítica que equilibre ventajas y también limitantes. Por ejemplo, todas las aplicaciones web no ofrecen las mismas oportunidades para participar de manera activa. De hecho, muchas veces se quedan solo en ilusiones de participación. Además, la otra cara de la moneda no permite

¹⁶ Ver cita de Manuel Castells en Rodríguez, A.: *Artesanías de sentidos. Acercamiento a las concepciones sobre las prácticas emergentes de ciudadanía en plataformas de comunicación en red*, tesis en opción al grado de Máster en Ciencias de la Comunicación Social, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, 2012, p. 59.

olvidar al amplio número de personas que no pueden acceder a las posibilidades para la acción ciudadana que promueve el entorno 2.0. De hecho, junto a esta vorágine tecnológica, en la sociedad virtual se reproducen las mismas relaciones de poder establecidas antaño. La brecha digital se impone de manera recurrente como grieta cultural y cognitiva por encima, incluso, de diferencias económicas y sociales.

Sin embargo, existe una pluralidad de formas para reconvertir esas propias lógicas dominadoras en activismo ciudadano. Recurriendo una vez más a Gramsci, la hegemonía en su condición dinámica “debe ser constantemente renovada y modificada, pues el mismo espacio que le sirve de realización es también el espacio desde donde se le desafía. El poder solo existe en una relación marcada en un par inseparable: por un lado su ejercicio y por otro, la resistencia a ese mismo ejercicio”.¹⁷

Resistir adquiere entonces un significado mayor que el de potenciar una actitud disconforme: el de convertirse en nervio emancipador constante que vertebré nuevas realidades para quienes son relegados hoy en la multiplicidad de significados que adquiere el ciberespacio. Las ideas de Acanda retomando a Foucault se hacen eco de esa afirmación: “Un poder no dominador se caracterizará por crear un ‘régimen de verdad’ que permita el desarrollo de un pensamiento sistematizador, crítico, racional; un ‘régimen de verdad’ que permita el desarrollo libre y creador de las subjetividades, la autoconstitución de los sujetos... irreductibles a los efectos de la dominación”.¹⁸

Encarnar nuevos arquetipos de disputa con las estrategias dominadoras ejercidas en la web, es buscar senderos otros, diversos, móviles, genuinos. Precisamente, es en esta relación codificación-decodificación de signos culturales donde vuelven a estrecharse los lazos entre comunicación y poder para encontrar iniciativas más acordes a las exigencias ciudadanas.

El quid de la cuestión radica, entonces, en (re)conocer de manera crítica las mejores formas de nombrar el mundo con palabras propias, voluntad que apunta directo a necesidades educativas reclamadas por la ciudadanía —aunque muchas veces inconscientes— en la conformación y consolidación de una cultura tecnológica que destaque los sentidos políticos permanentes en todo accionar físico-virtual.

Para ello, se hace imprescindible fomentar una actitud dialógica como modo de pensamiento y acción: “Sin

¹⁷ Ver cita de Gramsci en Acanda, J. L.: *Traducir a Gramsci*, Editorial de Ciencias Sociales, La Habana, 2007, p. 219.

¹⁸ Acanda, J. L.: *Inicios de Partida. Coloquio sobre la obra de Michel Foucault*, Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello, La Habana, 2000, p. 111.

procesos comunicacionales que incentiven, promuevan y organicen el diálogo a escala social (en los espacios privados, institucionales y públicos) no podrán logarse proyectos ético-políticos que pretendan contribuir a la eliminación de las diversas formas de dominación y de alienación de los seres humanos”.¹⁹

Internet cobra entonces un rol decisivo en la formación de competencias ciudadanas desde la comunicación, la cultura y la política. Sin embargo, en este amplio diapasón de oportunidades, se precisa recurrir a estrategias concientizadoras que permitan la comprensión de lo que significa en realidad ser sujetos plenos de derechos y deberes en la web.

La alfabetización digital puede incidir de modo favorable en el logro de este cometido, al menos en un momento inicial. Esta sirve para detectar “qué información se necesita, cómo se accede a ella a través de diversos medios, cómo se selecciona, se usa y comunica de manera adecuada”.²⁰

La idea es potenciar la satisfacción de las necesidades expresivas e investigativas de los usuarios, de la mano del conocimiento técnico-instrumental de las aplicaciones digitales. No obstante, la apropiación de herramientas de la web es condición necesaria pero no suficiente.

En defensa de ese criterio, Stephen Downes ve un potencial mucho mayor en la alfabetización digital: Crear palabras, crear diseño, crear *software*, crear comunidades: estos son todos los modos a través de los cuales podemos crear nuestro propio aprendizaje y modelar nuestro propio pensamiento, nuestro propio conocimiento, de la manera más liberadora posible. La intención no es simplemente enseñar a usar las herramientas sino desarrollar una aptitud para trabajar con ellas, construir una capacidad creativa; no solo el conocimiento técnico.²¹

Inmerso en esta lucha, el empoderamiento ciudadano recorre uno de los trillos más esperanzadores de la hora actual: asegurar todas las libertades humanas en una pugna incesante de relaciones de poder. Convertir ese sueño en certeza precisa de una reconversión profunda de mentalidades, de un proceso arduo de resignificaciones y de la progresiva pérdida del miedo a opinar, a actuar, a ser, a existir.

19 Vidal, J. R. (comp.): *El desafío del Diálogo*, Editorial Caminos, La Habana, 2012, p. 9.

20 Peña, D., B. Díaz y M. Vargas: “Tecnologías de información y comunicación en la conformación de ciudadanía: una mirada constructivista”, *Negotium*, No. 3, Venezuela, 2008, p. 98.

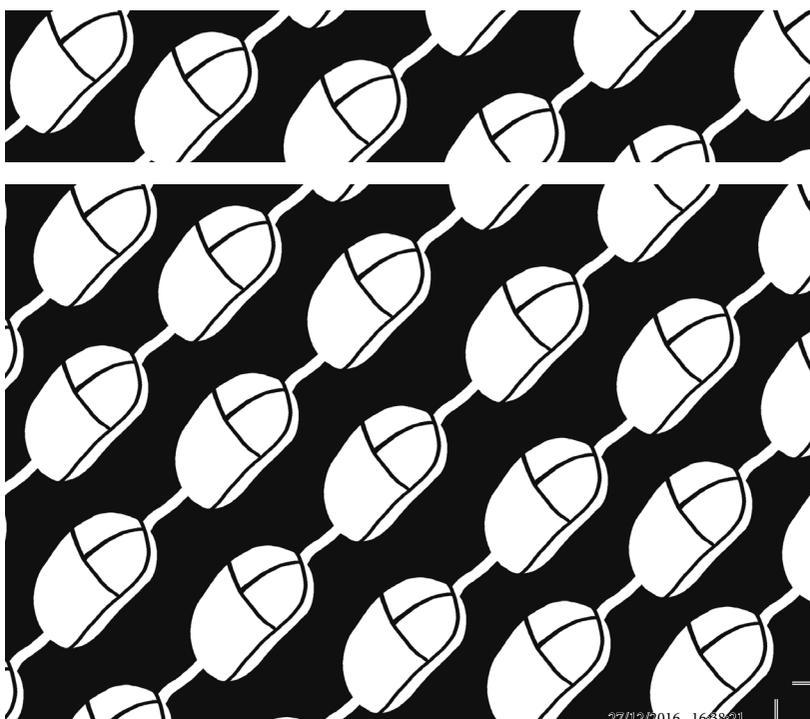
21 Ver Downes, S.: “Prólogo”, en Piscitelli, A., I. Adaimo y I. Binder (comp.): *El Proyecto Facebook y la Posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*, Fundación Telefónica, Madrid, 2010, p. XI.

¿Democracia 2.0?

Existen obstáculos en la democratización de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) que son funcionales a las lógicas hegemónicas de poder que causan y reproducen la brecha digital. Entre ellos destacan:

- la distribución desigual por sectores sociales,
- el analfabetismo informacional y tecnológico,
- el carácter dominante de la oferta privada que controla a la vez infraestructura, tecnología, servicios y contenidos,
- la débil iniciativa de la oferta pública estatal que no ha garantizado condiciones mínimas de accesibilidad, formación, y desarrollo local para estimular las redes ciudadanas virtuales.

Jordi Borja (2002)





Post 3

Pasos para transitar el camino al empoderamiento

La disputa por los sentidos de la realidad es también por los modos de pensarla y de producir los imaginarios (...) pensar es hacer, comunicar, transformar, romper y fundar.

Ana Esther Ceceña

— **H**abía una vez una cucarachita muy laboriosa, un día limpiando su casita se encontró una pe-seta...

—Oye Gaba, te falta escribir lo más importante: que se llamaba Martina! —dijo Mailén al tiempo que cogía su plumón y garabateaba unas líneas para marcar el punto donde debía adicionar la nueva idea.

En eso, Eli determinó que, por el otro lado de la pizarra, debía continuar la historia mientras se arreglaba el inicio: —¿Qué me compraré, qué me compraré? ¡Me compraré una caja de polvos! No, no, no, que me dirán vanidosa...

—Yo creo que la cucarachita dijo primero que quería comprar caramelos. ¿Qué les parece si borramos esa parte y ponemos lo de los dulces? —sugirió Karel.

—¡Qué va! —saltó Vivi—. Yo creo que mejor lo tachamos o lo subrayamos y por encima le hacemos los cambios, me parece que eso tiene más que ver con la filosofía de las wikis...

Este es solo un ejemplo del uso de técnicas realizadas en la vida *off-line* puestas en función del acercamiento más profundo a los modos de funcionamiento de las plataformas web. Comprender las potencialidades colaborativas de las aplicaciones con ejemplos más concretos, avalados desde la práctica, fue provocación permanente en este proceso con Hiperactiv@s. En el trabajo con *Facebook*, *Twitter* y *blogs* se realizaron técnicas semejantes, que permitieron a los protagonistas del proceso contar en los dos sentidos que comparte el investigador Martín Barbero:

“Contar significa tanto narrar historias como ser tenidos en cuenta por los otros. Lo que entraña que para ser

reconocidos necesitamos contar nuestro relato, pues no existe identidad sin narración ya que ésta no es sólo expresiva sino constitutiva de lo que somos. Para que la pluralidad de las culturas del mundo sea políticamente tenida en cuenta es indispensable que la diversidad de identidades pueda ser contada, narrada. Y ello tanto en cada uno de sus idiomas como en el lenguaje multimedial que hoy los atraviesa”.¹

Un sustantivo proceso de empoderamiento ciudadano en la web se sostiene en las múltiples historias contadas, demandadas y transformadas en el ciberespacio por sus propios actores, para convertir las necesidades individuales en realizaciones colectivas que remuevan los modos de hacer en ese complejo escenario tecnológico.

¿Cómo sabemos que podemos avanzar en el camino hacia el empoderamiento? Sin ánimo de establecer una respuesta preconcebida, los participantes fueron construyendo dimensiones para el empoderamiento que se tradujeron en pasos para transitar en lo personal y en lo colectivo. Algunas de estas señas, imposibles de diseccionar por completo dentro del todo que constituye el proceso son: 1) desarrollo de una conciencia crítico-emancipadora, 2) aprendizaje de códigos técnico-comunicativos, 3) gestión e implementación de proyectos de acción, y 4) reclamo/reconocimiento de condiciones necesarias. Mas, para entretejer relatos que partan de esas dimensiones es preciso imaginarlas constantemente atravesadas por 5) la participación.

¹ Martín Barbero, J.: *La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana*, ponencia presentada en el Coloquio Internacional Globalismo y Pluralismo. Montreal, 22-27 de abril de 2002.

1) Desarrollo de una conciencia crítico-emancipadora

Los primeros indicios de empoderamiento están dados en reconocer y delimitar la situación conflictiva de subordinación a través del cuestionamiento de los patrones de poder existentes. Es entonces que se fortalecen las capacidades de autoestima, autoreconocimiento y confianza en sí mismos de los protagonistas de dicha transformación. Para ello es recomendable responder las siguientes preguntas:

- ¿Contra qué poder empoderarnos? ¿Quién/quienes nos dominan?
- ¿Es posible subvertir estas lógicas?
- ¿Para qué nos queremos empoderar? ¿Qué poder deseamos ejercer?
- ¿Quién soy? ¿Quiénes somos como grupo/colectivo/movimiento/red?
- ¿Cuáles son mis/nuestras habilidades, capacidades, competencias, convicciones para la acción social y para la emancipación?
- ¿Qué puedo brindar a otros?
- ¿Cómo puedo actuar de acuerdo a esas convicciones en mi contexto?

Todas esas reflexiones conducen a sentir que existe un cambio posible y que el ciudadano es el principal actor y responsable en la subversión de ese estado de opresión. Tal fomento de condiciones subjetivas favorece el desarrollo de convicciones para la acción social. Así se va construyendo toda una energía, un espíritu, una mística para alcanzar la emancipación.

Esta etapa de concientización sienta las bases para subvertir el orden establecido, generando nuevos roles en los tradicionales desbalances de poder, con el fin de construir una sociedad distinta. Como parte de esta dimensión se necesita también de una autoevaluación constante que asegure un adecuado ritmo de marcha en cada uno de los pasos dados y al finalizar el proceso. Esta evaluación determina, además, si el proceso puede desarrollar continuidades y si es factible su socialización.

El desarrollo de una conciencia crítico-emancipadora implica comprender que empoderarse es convivir en una relación conflictual constante, donde no tiene cabida la neutralidad política. Percibir esa verdad garantiza los cimientos de una radical reconversión social.



2) Aprendizaje de códigos tecno-comunicativos

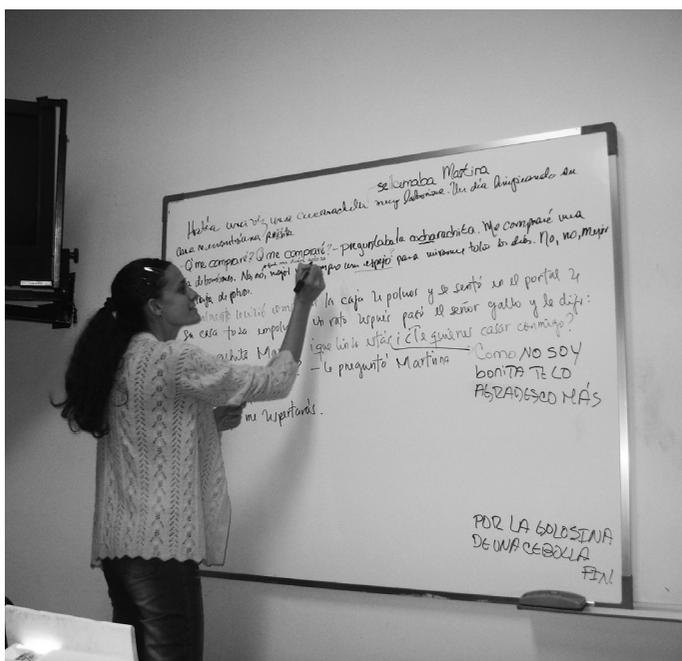
Fundar visibilidades para contar —en su doble acepción— apunta a detectar y enunciar necesidades expresivo-comunicativas y diagnosticar competencias tecno-instrumentales. Después de ser definido aquello que se quiere decir, debe saberse cómo decirlo y cómo emplear mejor los instrumentos disponibles para ello. De ahí se desprende la importancia del desarrollo de habilidades/competencias para la utilización de herramientas comunicativas y tecnológicas en correspondencia con las demandas y los objetivos propuestos.

Aun cuando los nuevos artefactos proveen de las herramientas para compartir información y trabajar de conjunto, en los ciudadanos recae la mayor responsabilidad/necesidad autoformativa para acumular el capital cultural que les permita contrastar fuentes, triangular información, hacer inferencias y encontrar los nexos —a veces no tan evidentes— entre las diferentes aristas de la realidad. El empleo del andamiaje tecnológico supone para la ciudadanía algo más que una extensión comunicativa o un nuevo recurso para expresar unas identidades prefiguradas o llevar a cabo unos objetivos prefijados. La utilización de estos artefactos tecnológicos aporta también un nuevo mecanismo, un nuevo estilo en la dinámica y la forma que adoptan las movilizaciones políticas actuales.²

Es por ello que aproximarse a las características estructurales, conceptuales y funcionales de las aplicaciones web garantiza conocer en profundidad el escenario de acción, pues una teoría sin aplicación real redundaría en proceder incompleto. Existe una diferencia notable entre ser usuario de algunas aplicaciones de la web 2.0 y explotar todas sus potencialidades para reinventar diseños más auténticos, reconfigurar los usos previstos desde el mercado y crear proyectos más parecidos a las condicionantes sociopolíticas que viven los ciudadanos.

“Los sueños de revolucionarismo que las tecnologías digitales e Internet han contribuido a estimular, se conservarán y conseguirán, probable y fundamentalmente, a través de la subversión consciente y deliberada, desde la práctica comunicativa, acompañada de un abundante esfuerzo intelectual para proseguir no solo la crítica al

² Rodríguez, A.: *Artesanías de sentidos. Acercamiento a las concepciones sobre las prácticas emergentes de ciudadanía en plataformas de comunicación en red*, tesis en opción al grado de Máster en Ciencias de la Comunicación Social, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, 2012, pp. 79-80.



modelo actual, sino la proyección de nuevas utopías, hasta forzar el límite de lo posible”.³

3) Gestión y desarrollo de proyectos de acción

Es indispensable establecer objetivos concretos, los cuales pueden segmentarse de acuerdo a la temporalidad de su realización en más inmediatos, a más largo plazo o bien pueden complementarse siguiendo las intenciones del proyecto de modo estratégico.

Decidir las vías más acordes para lograr los objetivos, analizar obstáculos y oportunidades, contemplar demanda y disponibilidad de recursos, son expresiones coherentes a una estructura bien concebida para el logro del empoderamiento ciudadano en la web. Además, planificar temporalmente la ejecución de las actividades proyectadas asegura una continuidad lógica en las acciones. En este punto del camino es necesario también prepararse ante la aparición de contratiempos inesperados.

Desarrollar una capacidad organizativa y movilizativa es otra de las líneas a contemplar. Se trata de simultanear espacios y concertar intereses haciendo coherentes las miradas diferentes en torno a una misma voluntad o fin.

Aun en procesos individuales de empoderamiento en la web, la ciudadanía requiere formar redes asociativas para un proyecto común. Entre los valores más significativos aportados por la concepción 2.0 destaca la socialización de contenidos entre los propios usuarios. De ahí que la existencia en el ciberespacio empiece a garantizarse gracias a su condición de sujeto en red, necesitado de compartir información y experiencia en este entorno simbólico-discursivo. Es por ello que el ámbito grupal —espacio de aprendizaje construido en colectivo— se erige como una de las maneras más sustantivas de gestionar e implementar proyectos de acción.

Si ya la estrategia está proyectada, queda implementar las acciones tratando de respetar en lo posible los códigos pactados con anterioridad y evaluando, de manera sistemática y colectiva, cada paso dado.

4) Reclamo/reconocimiento de condiciones necesarias

Para ejercer posiciones empoderadas en la web se requieren condiciones indispensables. Una vez más sobresalen panoramas excluyentes en el momento de

³ Recio, M.: *Periodismo Digital: el límite de lo posible. Un análisis de las transformaciones del periodismo en Internet*, tesis en opción al grado de Máster en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, 2003.

analizar quiénes efectivamente poseen tales posibilidades y quiénes tienen que reclamarlas en una lucha permanente. Mas, en todos los casos, estas condiciones deben ser reconocidas e incorporadas a la percepción/acción que engloba cualquier ECW.

El acceso a la información y a la tecnología se coloca como principal necesidad para toda práctica emancipatoria en la red de redes. Sin información que sea relevante, oportuna y presentada para ser entendida, se hace bastante difícil la acción ciudadana, en especial si se trata de un ambiente en constante renovación como Internet. Los usuarios mejor informados son los más preparados para aprovechar las oportunidades de acción, conocer los mecanismos de búsqueda de datos esenciales para la toma de decisiones y la comunicación con otros ciudadanos.

Asimismo, quien pretenda empoderarse en un espacio como la web, no podrá hacerlo sin la garantía de condiciones mínimas de conectividad. Por supuesto que acceder a la tecnología no se reduce a contar con el equipamiento necesario, sino a poseer capacidades básicas para entender los vericuetos virtuales, saber usarlos y expresarse a través de los mismos. El reclamo de acceso a la información y la tecnología se funde en el derecho a la comunicación en el ciberespacio, de modo que pueda garantizarse la constitución de redes ciudadanas sobre la base de necesidades e intereses comunes.

De igual modo, el diseño de las interfaces, contenidos y aplicaciones debe ser asequible a todos, velando por incluir cada vez más las lenguas tradicionalmente preteridas. Además, el ambiente comunicativo en red que se construya debe hacer frente a las discriminaciones por género, edad, color de la piel, orientación sexual, lugar de procedencia, nivel de instrucción, discapacidad física o cognitiva, etc.

Contemplar un tiempo de reflexión emerge como otra de las condiciones necesarias. Se trata de abogar por un período para madurar, pensar y tomar decisiones. Uno de los problemas de procesos participativos en la red es que se da en un tiempo corto, es decir, se acelera de modo drástico el mecanismo. La construcción de experiencias más creativas que combinen la participación *on-line* con la *off-line*, requiere de momentos de reflexión y práctica mucho más prolongados.



5) Participación

Cada una de las dimensiones de la categoría estudiada debe asumirse como un proceso participativo per se, si se entiende el verdadero espíritu del empoderamiento ciudadano en la web. Es decir, la participación atraviesa y contiene, a su vez, cada elemento integrante de aquel sistema holístico.

La investigadora cubana Cecilia Linares entiende a la participación como un “proceso activo encaminado a transformar las relaciones de poder que tiene como intención estratégica incrementar y redistribuir las oportunidades de los actores sociales de tomar parte en los procesos de toma de decisión”.⁴ También considera que existen niveles movilizador y de consumo; de consulta, discusión y/o conciliación; de delegación y control; así como de responsabilidad compartida y codeterminación, como el nivel más alto que se da sobre la base del control, la evaluación, la toma de decisiones y los beneficios compartidos.

Para Armando Chaguaceda la participación atraviesa por sucesivas fases de desarrollo en las cuales el protagonismo de los sujetos implicados resulta imprescindible: levantamiento de problemas, expresión de propuestas, elaboración de agenda, diseño y ejecución de un sistema. La participación es entendida entonces como base para el fortalecimiento de los procesos democráticos; como condición para el ejercicio de la ciudadanía; como mecanismo que contribuye a la integración social, al afianzamiento de la legitimidad, del consenso.

La idea de participación defendida por Chaguaceda es concebirla como “involucramiento consciente y activo del sujeto en los procesos sociales. Así, los derechos no remplazan las responsabilidades de actuar de la ciudadanía: crean una oportunidad para ese ejercicio”.⁵ Parece preciso, por tanto, comenzar a pensar la participación ciudadana y reflexionar sobre las mediaciones y las distancias que gobiernan el desarrollo de la sociedad de la información, transformando las prácticas culturales y los marcos cognitivos de reflexividad e imaginación política.

Las posibilidades abiertas por las nuevas tecnologías plantean como necesaria la interacción ciudadana con los sistemas modernos de comunicación, la cooperación y organización de redes cívicas y, sobre todo, el diseño de la organización del cambio social basado en la crea-

⁴ Linares, C., P. E. Mora y S. Correa: *La Participación: ¿Solución o problema?*, Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello, La Habana, 1996.

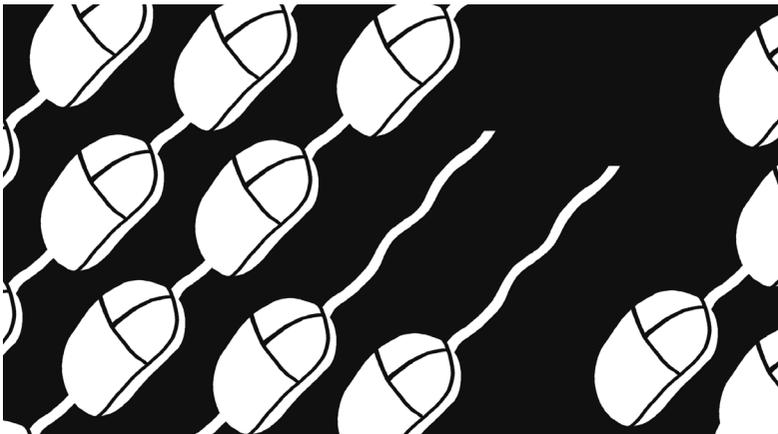
⁵ Chaguaceda, A.: “Nada cubano me es ajeno: nota sobre la condición ciudadana”, *Temas*, No. 50-51, 2007, p. 119.

tividad individual y grupal (...) Hoy, como nunca antes, es el ciudadano quien, de consumidor a creador cultural, protagoniza las transformaciones del nuevo ecosistema mediático.⁶

Las distintas dimensiones que comprenden al ECW requieren de una participación sustantiva, a través de la cual el ciudadano tenga la capacidad/ posibilidad de pensar, decidir, ejecutar y evaluar propuestas con mayor profundidad. El desplazamiento de la idea de interactividad a la concepción de procesos participativos más comprometidos, emerge como una de las formas de hacerle frente a los mecanismos de seudoparticipación que plagan el ciberespacio. De este modo puede establecerse una marcada diferencia entre elegir ante una oferta dada y configurarla cambiando las reglas del juego.

Para Francisco Sierra “las pseudoparticipaciones no garantizan formas de autodeterminación en términos de dominio y gobierno de su propia vida. La idea de empoderamiento presupone que el sujeto tiene disposición organizativa, capacidad de discriminar alternativas y de proyectar su futuro históricamente. Participar implica maduración, información de contexto sobre los problemas, causas y consecuencias, ejercicio de pensamiento crítico, de relacionamiento y tiempo de reflexión”.⁷

Las experiencias basadas solo en la red ostentan un nivel muy epidérmico, en un proceso de toma de decisiones muy rápida, sin mucha reflexión, sin suficiente debate. Hay que combinar la participación directa, inmediata, puntual en la red —como chateos y foros virtuales—, con otros espacios de dinámica de grupo y metodologías participativas, no mediadas tecnológicamente.

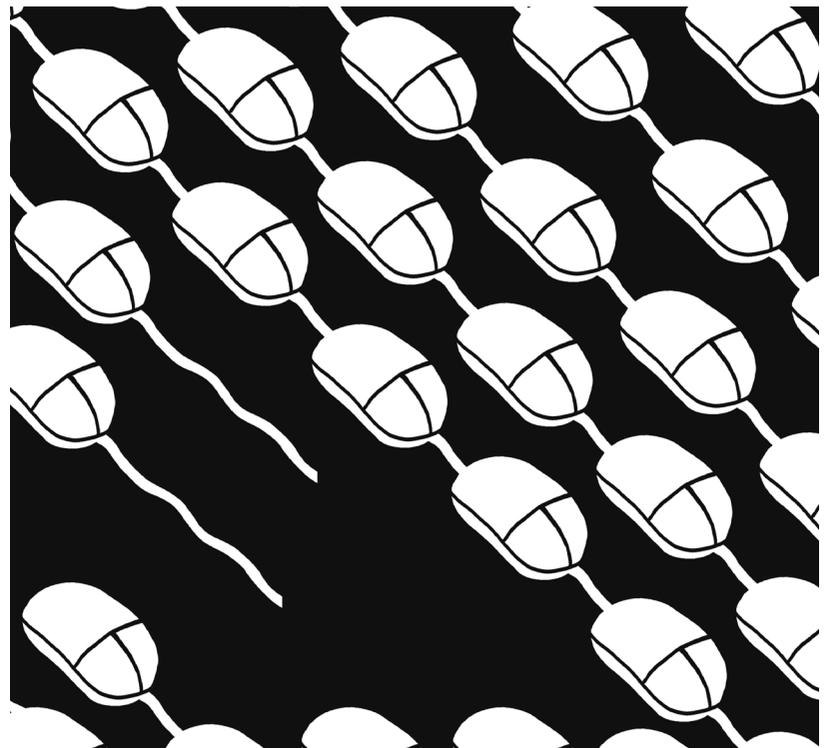


6 Sierra, F.: *Capitalismo cognitivo y educomunicación. Crítica y retos de las políticas democráticas de socialización del conocimiento*, conferencia magistral ofrecida en el XIII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, La Habana, 19-22 de octubre de 2009, p. 12.

7 Entrevista a Francisco Sierra en el año 2011 por Yohana Lezcano.

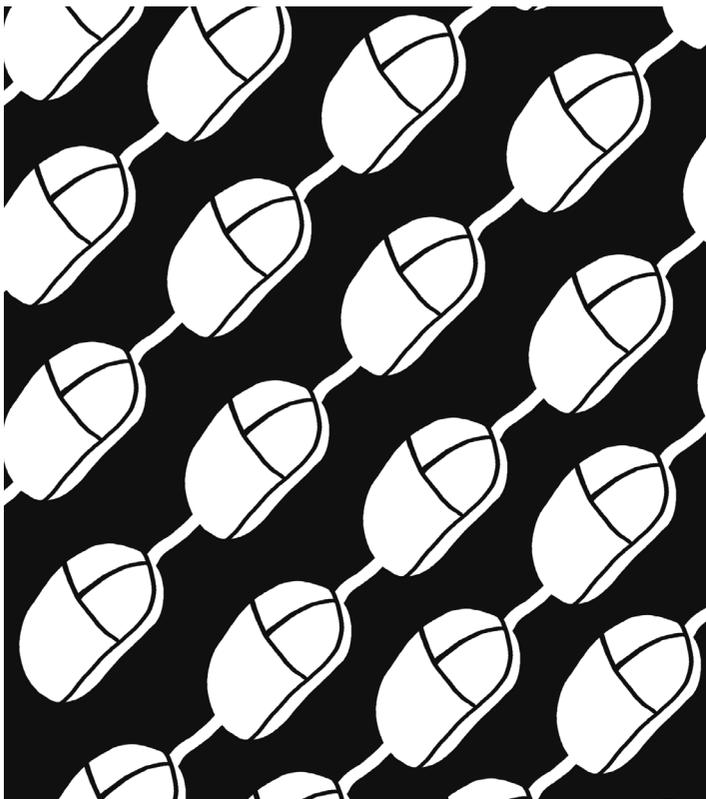
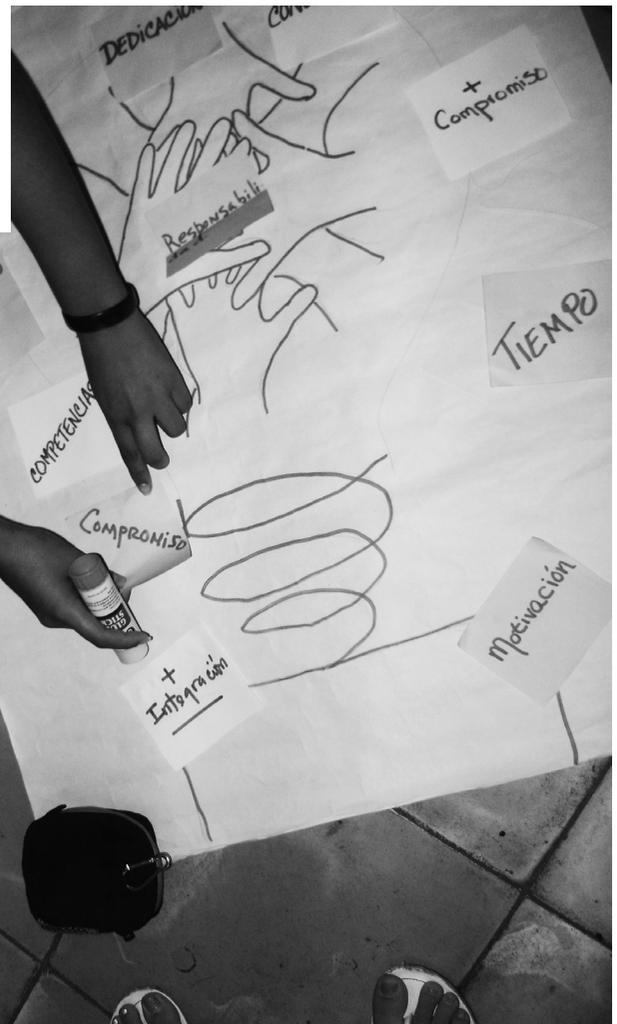
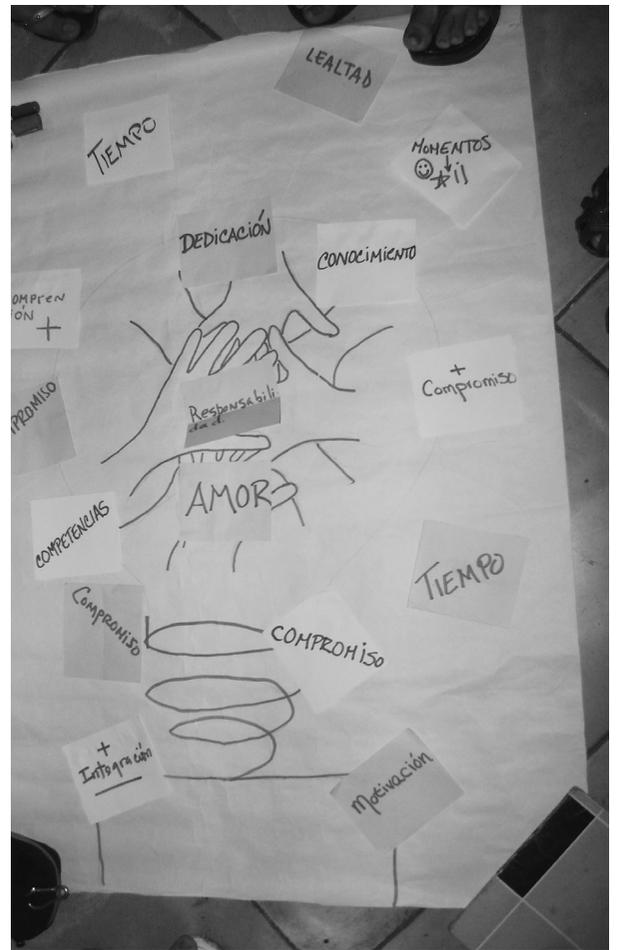
Para no reproducir los mismos estereotipos de tantos programas que proclaman a viva voz una participación sustantiva, las más de las veces declarada y no efectuada, es preciso dejar decidir a quienes protagonizan la historia qué nivel de implicación tendrán de manera efectiva, de acuerdo a lo que definan y entiendan por participación. Una vez más, las necesidades educativas prevalecen a la hora de concretar todo proyecto que potencie este espíritu.

Si apostamos por una sociedad donde los ciudadanos y ciudadanas crezcan en el ejercicio del poder, debemos también apostar por procesos de aprendizaje que permitan madurar y hacer crecer la producción de ese saber. La participación, en tanto creación de un sujeto activo, conlleva desarrollar una cultura de la participación, en el entendimiento de que se hace necesario educar para participar, es decir, recrear la cultura de la participación a partir de las diversas modalidades de educación o formación, y de la realización de proyectos donde ella se favorezca. Se trata de construir entre todos, desde el grupo más inmediato, donde todos y todas generen sus análisis, produzcan sus conocimientos, cuestionen sus propias concepciones y prácticas. Se trata de integrar el saber y el poder, participando; de ahí la necesidad de concebir espacios de aprendizajes que permitan madurar y crecer en este sentido.⁸



8 Ver Socarrás, E.: “Participación, cultura y comunidad”, en Linares, C., P. E. Moras y Y. Rivero (comp.): *La participación. Diálogo y debate en el contexto cubano*, Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello, La Habana, 2004, p. 179.

CREAR
POTENCIALIDADES
HIPERACTIV@S.UH
 GANAS D' EXPRESARNOS
 D' SER ESCUCHADOS
 REFLEXIÓN
 DISPOSICIÓN PARA DIALOGAR
 RESPONSABILIDAD
 DIGNIDAD RESPETO
 COMPROMISO
 IDEALES DE CAMBIO
 PARTI
 PACION
 SUSTANTIVA
 DIVERSIÓN
 DESEOS DE SUBVERTIR
 PRÁCTICAS
 DOMINADORAS
 ON/OFF LINE
 IDENTIFICACIÓN
 CON EL SOCIALISMO Y
 LA UH.
 EMANCIPACIÓN
 PROBLEMATIZACIÓN
 HABILIDADES
 COMUNICATIVAS
 APRENDER - ENSEÑAR DE CONSTRUCCIÓN
 TEORICA DE FENÓ-
 MENDS SOCIALES
 ALEGRÍAAAA... IMAGINACIÓN
TRANSFORMAR SIEMPRE
AYUDAR





Post 4

Trazo Digital: construyendo identidades cómplices

*Yo he preferido hablar de cosas imposibles,
porque de lo posible se sabe demasiado.*

Silvio Rodríguez

Primero fueron unas manos, pero no unas cualquiera, eran unas manos fundidas en la complicidad de narrar la vida desde sus colores, sonidos, sabores y olores. Entonces nació la espiral, y con ella la certeza de que se construía un proceso. Luego los trazos que conformaron el *mouse* y el teclado fueron conectados en red alrededor de ese todo mágico que proyectaba la luz de una buena idea, la satisfacción de enrumbar un horizonte común... Y así quedaron garabateadas en el papelógrafo las significaciones que definieron a Hiperactiv@s.uh.

Representar en un dibujo colectivo identidades compartidas se alzó como ejercicio cumbre para el reconocimiento de esa energía vital que alimentaba al grupo. Aparecieron entonces las potencialidades que les animaban a emprender el camino hacia la realización de un proyecto comunicacional colectivo. Eran fortalezas grupales las ganas de expresarse, de ser escuchados, de mover a la gente, de reflexionar, ayudar, amar, cambiar con alegría e imaginación. Todo ello se sustentaba en principios de respeto, disposición para dialogar, problematización constante, dignidad, trabajo grupal, participación sustantiva, pensamiento crítico, identificación con la construcción del socialismo cubano, compromiso social y responsabilidad siempre.

Esa concientización a la que llegaba el grupo demostraba que las posibilidades abiertas por las TIC para la generación de contenidos favorece el encuentro de identidades diversas en una construcción colectiva de conocimientos. Esa puesta en común de voluntades, aprendizajes y desaprendizajes, junto al reconocimiento de los errores ajenos y propios como experiencias para la creación de

proyectos otros, son esencias defendidas desde la Educación Popular que encuentran en el entorno comunicativo de la web una posibilidad de realización.

Para Tamara Roselló, coordinadora del programa de Comunicación Popular del Centro Memorial Martin Luther King, Jr., el desafío que propone esta pedagogía a la dinámica de Internet es el de preguntarse continuamente cómo dialoga ese saber con el contexto social a través de un matiz político irrenunciable que abogue por una práctica virtual más parecida a las características del entorno *off-line*:

Somos seres políticos y hacemos usos políticos de la tecnología. Sentido político quiere decir también tener capacidades comunicativas para expresarme sobre mi realidad, porque tengo este derecho, porque la vivo y desde la web estoy construyén-dola. Pero esto debe trascender el mero aprendizaje de una capacidad, y tiene que ir más allá de lo dispuesto por las autoridades, tiene que haber una práctica social otra en la que no te contentas con transformar y punto, esa transformación es para algo, para mover, para implicar a otros en un espacio comunicativo más plural, más de todos y todas, porque eso nos va a permitir mejorar, profundizar ese socialismo que queremos con más voces, con más gente.¹

De ahí que las bases de la experiencia como un todo hallaron su correlato en “el conocimiento comprendido

¹ Entrevista realizada a Tamara Roselló Reina, en el año 2012, por Yohana Lezcano.

como práctica social y proceso de aprendizaje e innovación y no solo como resultado; el carácter colectivo, mediador y mediado de este proceso (en lo contextual, discursivo, institucional, ético e ideológico) (...) y las lógicas de integración práctica-teoría-práctica enriquecida como eje articulador”.²

Siguiendo la propuesta de Carlos Núñez, primero el grupo reconoció su realidad objetiva, su contexto inmediato, donde vive, actúa y se desarrolla. Más tarde se analizaron las acciones espontáneas y organizadas para la transformación del entorno, y como tercer paso se analizaron, de manera crítica y consciente, los por qué de toda actividad realizada para volver a la práctica con conocimientos teóricos que enriquecieron los saberes desde la experiencia.³

La riqueza del proceso no se comprendió a cabalidad hasta que fueron transcurriendo los encuentros. En un principio, las reflexiones sobre los modos de apropiación de las aplicaciones virtuales solo recayeron en las personas que tenían experiencia en las mismas. Por mucho que la coordinación quiso intencionar el debate desde todas las aristas, una buena parte del grupo no conocía el escenario del que se hablaba. Situación que conllevó a rediseñar los rumbos del taller desde el reto de imaginar y desarrollar técnicas que respondieran al sentido y filosofía de cada una de las aplicaciones, de tal modo que pudieran fundirse elementos teórico-funcionales con ejercicios prácticos en las mismas.

El escaso —y en muchos casos nulo— acercamiento de la mayoría de los talleristas a aplicaciones como Facebook, Twitter, *wikis* y *blogs*, determinado entre otros factores por el bajo nivel de conectividad y la ausencia de espacios formativos relacionados con la web en la Universidad de La Habana, provocó la contemplación de contenidos no previstos antes en los diseños de los encuentros vinculados al aprendizaje de signos comunicativos y tecnológicos a tener en cuenta en todo proceso de empoderamiento ciudadano en la web (ECW). Al inicio del taller, solo dos estudiantes —una de Comunicación Social y otro de Ciencias de la Computación— tenían creados perfiles en redes sociales. Se necesitaba primero un acercamiento a ese lenguaje hipermedial para poder criticarlo desde bases sustanciales.

No podía pretenderse el desarrollo real de una conciencia crítico-emancipadora y la materialización de proyectos de acción sin que el grupo interpretara nociones básicas

2 Olivera, D.: “Testimonios de un cartógrafo: rememorando la primera expedición de Nemo y otras conquistas”, en Vidal, J. R. (comp.): *El desafío del Diálogo*, Editorial Caminos, La Habana, 2012, p. 37.

3 Ver Núñez, C.: *Educación para transformar, transformar para educar. Una perspectiva dialéctica y liberadora de Educación y Comunicación Popular*, Editorial Caminos, La Habana, 2006.

del entorno digital que aun no había tenido la oportunidad de conocer. El tiempo de interacción con las distintas aplicaciones para que el “cacharreo” primario se transfigurara en ejercicio consciente no podía acelerarse. Por lo tanto, el proyecto común que el grupo decidió llevar a cabo en una primera etapa fue la conformación de una página en Facebook, por ser la aplicación que mayor grado de familiarización había alcanzado y la de más “fácil” acceso.

A partir de ahí se comenzaría a tejer toda una mística alrededor de las significaciones otorgadas al hecho de compartir una identidad distintiva, un modo de pensar, ser y actuar, un sentido de pertenencia y un compromiso con el trayecto andado y las metas soñadas. La decisión de optar por un nombre que representara al grupo en la red de redes junto a la elaboración conjunta de un texto que resumiera las principales razones que lo identificaban y distinguían, apuntaron al autoreconocimiento y a la confianza en que podían transformar las situaciones conflictivas de las que son parte.

Somos un grupo de estudiantes de la Universidad de La Habana y nos proponemos una participación real en las aplicaciones de la Web 2.0, a partir de la transformación de nuestras prácticas comunicativas. Pretendemos lograr un empoderamiento ciudadano en la web mediante una mirada crítica y reflexiva y la generación de contenidos propios. Aprendemos en grupo y de manera divertida.

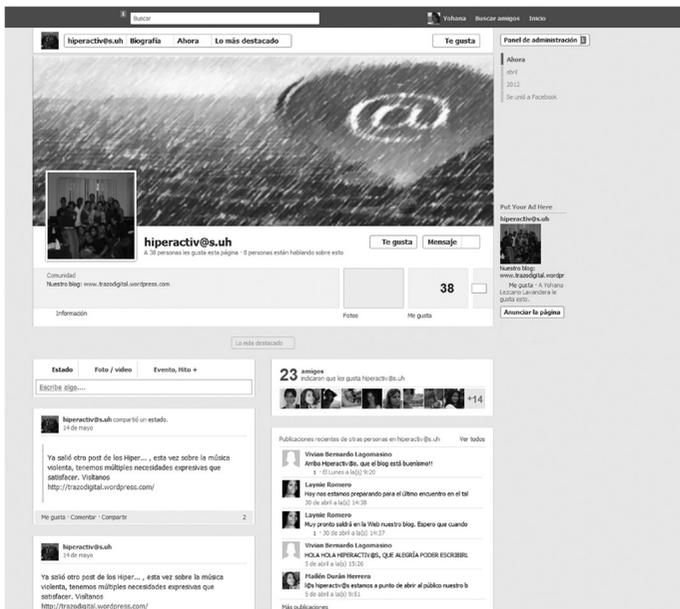
En este texto se reconocían los objetivos esenciales del taller y la metodología utilizada en función de los mismos. Pero aun quedaba latente la idea de considerar el proceso de ECW como finalidad y no como filosofía de pensamiento y acción para alcanzar metas concretas.

El contraste entre las aplicaciones, en la medida en que se trabajaron, permitió aprehender mejor sus características, ventajas, limitaciones, diseños, posibilidades comunicativas, niveles de participación permitidos y adecuación a las condicionantes e intereses particulares para el ECW. La contemplación de otros sitios donde encontrar información confiable y de calidad estuvo dada a la par del aprendizaje de códigos tecno-comunicativos. No obstante, la búsqueda y recuperación de información de manera individual continuaba siendo ejercicio indispensable para sentirse sujetos empoderados.

Fuera del taller se reprodujeron de nuevo muchas de las limitaciones tecnológicas devenidas barreras comunicativas para estudiantes de las facultades más ajenas a un “mejor” uso de Internet. Aun así, pudieron enlazar informaciones de medios de comunicación alternativos, publicaron fotos o comentarios de denuncia ciudadana, criticaron poderes hegemónicos confluyentes en

la web, e invitaron a conocer y participar de proyectos propios casi siempre relacionados con temas culturales o de comunicación.

La reflexión sobre el cambio en los modelos comunicativos tradicionales que impone la Web 2.0 junto a la capacidad movilizativa para la acción social que las redes sociales pueden favorecer, fueron algunos de los temas incorporados al debate. La preocupación por una participación real en esos espacios, por un uso más consciente y comprometido, se entretejía con la búsqueda constante de un hacer pensado comunicativamente. Las reflexiones y teorizaciones sobre el ciberespacio fueron acompañadas de una práctica que no solo recayó en aprendizajes técnicos y comunicativos, sino en la aprehensión de diversos modos de entretener juntos proyectos de acciones sustantivas *on-line* y *off-line* desde visiones políticas comprometidas con la realidad social.



El blog de los universitarios cubanos que no tienen blog

Pasaron unos cinco meses para tomar la decisión colectiva de que, de acuerdo a sus posibilidades e intereses, las potencialidades brindadas por los *blogs* correspondían más a sus necesidades expresivas y a los proyectos que iban vislumbrando. Era entonces que comenzaba otra parte clave del proceso, que apelaba de manera constante a poner en el centro la responsabilidad social.

Si estamos pensando que este taller nos va a servir para gestionar contenidos, para escribir nuestras propuestas y crear todo lo que queramos, entonces hay que pensar el nivel de responsabilidad que tenemos con quien nos pueda leer. Uno tiene que aprender a distinguir entre qué información es buena, es mala, qué responde o no a nuestros intereses y quién está detrás de eso. (Joel, 2do. año de Ciencias de la Computación)

La respuesta a estas interrogantes recayó en la puesta en común de objetivos, necesidades expresivas y tecnológicas que dieron paso a la planificación, organización estratégica y a un acercamiento mayor a las dinámicas funcionales de la plataforma WordPress. Esta fue escogida por el grupo para la creación del blog por tener una interfaz bastante amigable y por cargar sin demasiados problemas para algunos de los protagonistas.

La definición concreta de qué se quería comunicar, para qué y hacia qué público se destinaba, junto a una estrategia de socialización en canales diversos, comenzaba a ser preocupación de los participantes, pero con la claridad de que la sistematicidad y creatividad de lo que se escribiera darían la clave del éxito. Así que buscando concertar criterios sobre cómo identificar la publicación, se aportaron ideas que tributaron al hecho de que el *blog* resultara “algo útil e interesante, original, creativo y que fuera percibido como espacio alternativo promovido por universitarios cubanos, abierto a cualquier colaboración”.

Definir aquello que se quería expresar mediante el *blog*, posibilitó la delimitación de las necesidades grupales. Entre tales urgencias destacaron el “mayor conocimiento sobre cómo se trabaja en WordPress para crear un *blog* más atractivo e interesante; la potenciación de una capacidad organizativa y movilizativa (identidad + organización + compromiso); el desarrollo de habilidades para articular un discurso que permita estimular el debate; el tiempo de trabajo, de conexión y de maduración-evolución; el acceso a la información

y la tecnología; y la aprehensión de herramientas para facilitar el empoderamiento de otros sujetos”.

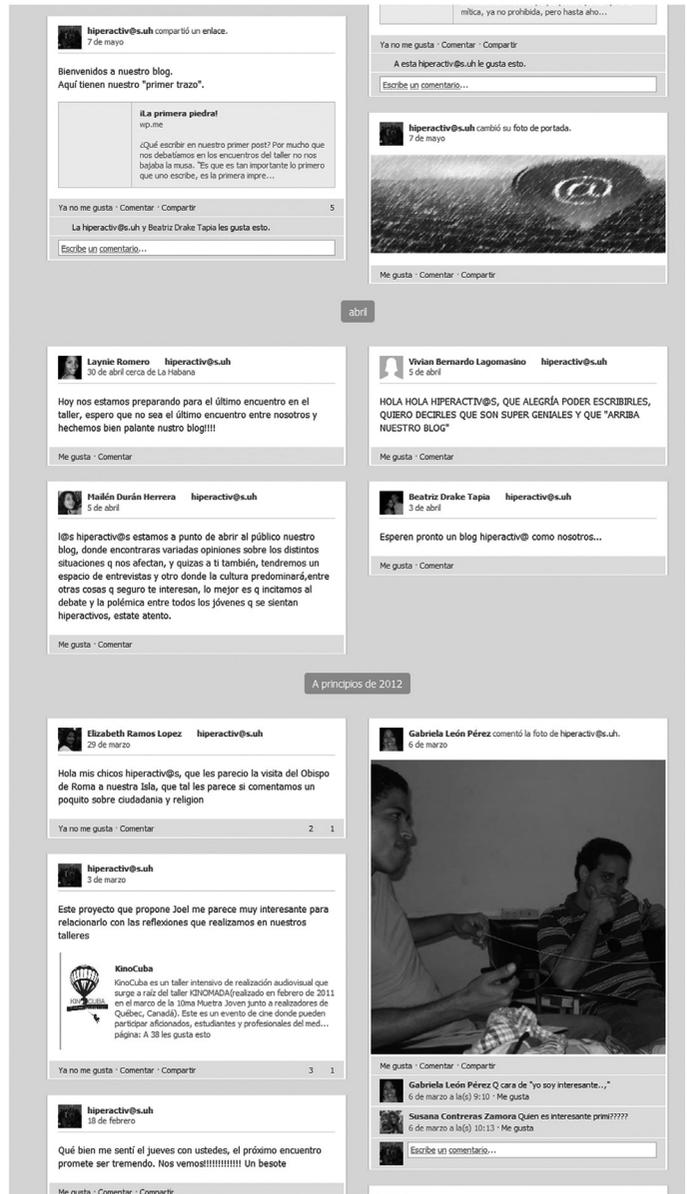
Por lo tanto, se fue conjugando el aprendizaje de formas de hacer más instrumentales, con la reflexión sobre los modos de comunicar desde la filosofía de los blogs. El objetivo era conocer la estructura de administración de un blog para colocarla en función de los propósitos comunicativos del grupo. Entender los por qué y los para qué del uso de las herramientas en función de las demandas ciudadanas era el primer reto.

Algunos de los temas más debatidos en ese momento fue la comprensión del sentido de comunidad que une a los blogueros, la relación que puede establecerse entre los blogs y otras aplicaciones de la Web 2.0, cómo los posts pueden influir en la vida off-line, algunas tácticas para lograr un mayor posicionamiento, qué criterios pueden seguirse al realizar un enlace, cómo lidiar con los comentarios, la intencionalidad a la hora de etiquetar, de seleccionar y nombrar las fotos, entre otros. Todo ello mantuvo siempre un correlato en la práctica mediante el análisis de varios blogs.

Ponerse de acuerdo en una plantilla, colores bases, tipografía a utilizar, opciones para colocar en el menú y un banner que identificaran los propósitos del blog y respondieran a las esencias del grupo, fue un ejercicio de diseño necesario pero muy complejo, el cual ocupó varios encuentros. Las significaciones otorgadas al banner como condensación de la identidad grupal fueron referidas por los talleristas: “El diseño en general representa la libertad, libertad sobre lo que vamos a postear y sobre lo que otros pueden escribir en él. El globo me gusta porque da sensación de echar las ideas a volar, y de que en él estamos nosotros, además la arroba nos caracteriza como actores en el mundo digital. El mar es una imagen representativa de horizonte a conquistar. Todo ello se complementa perfectamente con la distorsión de toda la imagen que da sensación de trazos, tal y como se llama nuestro blog” (Joel, 2do. año de Ciencias de la Computación).

El nombre del proyecto también fue fruto de una tormenta de ideas. Una vez consensuada esa denominación, surgió la idea de que los modos de nombrar las categorías tuvieran puntos de contacto con el sintagma Trazo Digital. Asimismo, se optó por colocar pistas para entender los sentidos grupales en el menú del blog, para evidenciar quiénes son Hiperactiv@s.uh, qué objetivos se proponen, qué entienden por ECW y EP, y a su vez qué coordenadas teóricas permitieron llegar a tal punto del camino.

Así, debía acompañar a los sentidos del blog la definición grupal —que no necesariamente fue igual a la que se había compartido de manera teórica— de lo



que se entendía como empoderamiento ciudadano en la web: “Proceso imprescindible para ejercer la ciudadanía activa mediante el cual se toma conciencia, de modo crítico y emancipador, para alzar la voz en un contexto con el que nos sentimos comprometidos; lo que implica reconfigurar nuestras formas de relaciones en la web y lograr una participación real de tod@s. Para ello, uno de los aprendizajes que necesitamos es el desarrollo y puesta en práctica de habilidades y capacidades técnicas y comunicativas que vamos adquiriendo en el propio proceso”.

De esta forma quedó la máxima de que el empoderamiento ciudadano en la web no es un fin, sino un medio: “El empoderamiento no lo persigues como objetivo último, sino que te sirve para lograr algo a través de un proceso consciente que repercute tanto en lo que haces en Internet como fuera de la misma” (Laynie, 4to. año de Comunicación Social).

Por otra parte, se concluyó que tal proceso no puede medirse y que no concluye con el taller, sino que tiene “múltiples vías de continuar siendo”: “El problema es que el ECW es algo difícil de documentar. Podemos hacer muchas cosas, incluso dentro de nosotros, pero no siempre se puede llevar un registro. Realizar acciones no es todo el proceso de empoderamiento, es una parte de él, pero lo que se siente y lo que cambia dentro de ti y en el grupo es imposible de enumerar, como también lo es la convicción que tienes para la vida, independientemente de los resultados concretos que logres” (Elizabeth, 4to Contabilidad).

Otra vez el proceso de concientización iba de la mano con la práctica comunicativa. Esas esencias sustentaban los modos de redacción de los primeros textos. Los encuentros de lectura grupal de los primeros *posts* realizados reforzaron la idea de narrar historias con un carácter conversacional, informal, de articular relatos que apostaran por la complicidad con el lector siendo amenos, breves y dinámicos, acompañados en lo posible por imágenes que complementarían la información. Además, se valoró el hecho de dar vía libre a la creatividad anclada en el intercambio de argumentos y la defensa de opiniones fundamentadas sin renunciar, por limitantes tecnológicas, a la opción de utilizar los hipervínculos en el texto y de experimentar con otros tipos de recursos de información.

La articulación de haceres compartidos en un grupo de más de una decena de personas se presentó como desafío mayor al decidir la construcción de un *blog* en colectivo. Cómo estructurar relatos “para y con Internet” desde un “nosotros/as” sin perder la individualidad, se convirtió en tema central para los encuentros destinados a la creación grupal.

El consenso en la diferenciación entre *posts* más grupales o más individuales resolvió los conflictos formales al momento de publicar. Se estableció una distinción entre los artículos que respondían a intereses del colectivo y los de índole personal, aunque como norma todo lo que se publicara debía estar encaminado a cumplir con los objetivos del *blog*, contruidos de manera grupal:

- Promover nuestras ideas en la web e incentivar al debate y la reflexión para transformar.
- Tratar sobre temas polémicos cubanos e internacionales que nos afecten como ciudadanos.
- Abogar por una cultura de paz y contra toda forma de discriminación.
- Deconstruir o analizar nuestras prácticas o las de otros para sensibilizar a otras personas con nuestros intereses comunicativos.
- Promover la participación en el espacio público de actores sociales diversos, aunque no formen parte de Hiperactiv@s.
- Mostrar y promover otras formas de participar:
 - Haciendo nuevos proyectos y divulgándolos en la web.
 - Mostrando que somos resultado de relaciones de poder horizontales, contrahegemónicas.
 - Contando nuestras experiencias en EP.

En la concepción e implementación del *blog*, destacó siempre la idea de que Trazo Digital se convirtiera en la voz de otros estudiantes y de no estudiantes que quisieran expresarse en la web siempre y cuando respondieran a las intenciones defendidas por el grupo: “¿Nuestro mayor anhelo? Que se convierta en un espacio compartido por otros universitarios, no solo de la UH, no solo de nuestras carreras, no solo de La Habana, no solo de Cuba, ¡ah! y no solo universitarios”.⁴

Este principio de *blog* abierto a otros ciudadanos se complementó con la vivencia del proceso de actualización de una forma diferente a la de muchos blogueros debido a las pocas condiciones de conectividad. Tal distinción quedó estructurada en una estrategia de acción para el trabajo con el *blog* que definió al correo, las llamadas telefónicas y algunos encuentros presenciales como momentos de puesta en común de sugerencias a los nuevos *posts* que se enviarían para publicar.

Los participantes establecieron, además, roles concretos de acuerdo a las posibilidades de cada cual. De ahí que se optara porque Joel (2do. año de Ciencias de la Computación) fuera el encargado de “montar” los *posts* en WordPress por ser el Hiper con más acceso a

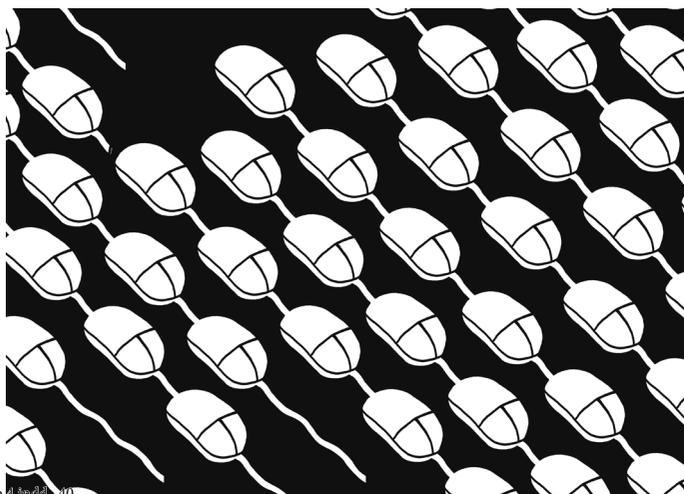
⁴ Fragmento del primer *post* publicado en Trazo Digital. Para más información, ver trazodigital.wordpress.com.

Internet. De igual modo, como los artículos eran editados por todos, se decidió que cualquiera que tuviera acceso a la plataforma podría dejar preparados los *posts* que hasta ese momento estuvieran listos para publicar. Asimismo, se definieron roles de divulgación de todos los cambios realizados en el *blog* y de socialización en otras aplicaciones web, esencialmente en la página grupal creada en Facebook.

El grupo decidió publicar todos los comentarios realizados en el *blog* a menos que tuvieran palabras obscenas. En relación a la respuesta a los comentarios, se acordó que cada integrante podía contestar a nombre del grupo cuando considerara que defendía posturas colectivas, y si el punto de vista a defender era individual, debía ser aclarado. La estrategia comprendió también la publicación de los nuevos *posts* dos veces a la semana como mínimo y antes de los sábados, para que los universitarios —su público potencial— pudieran seguirlos desde sus facultades.

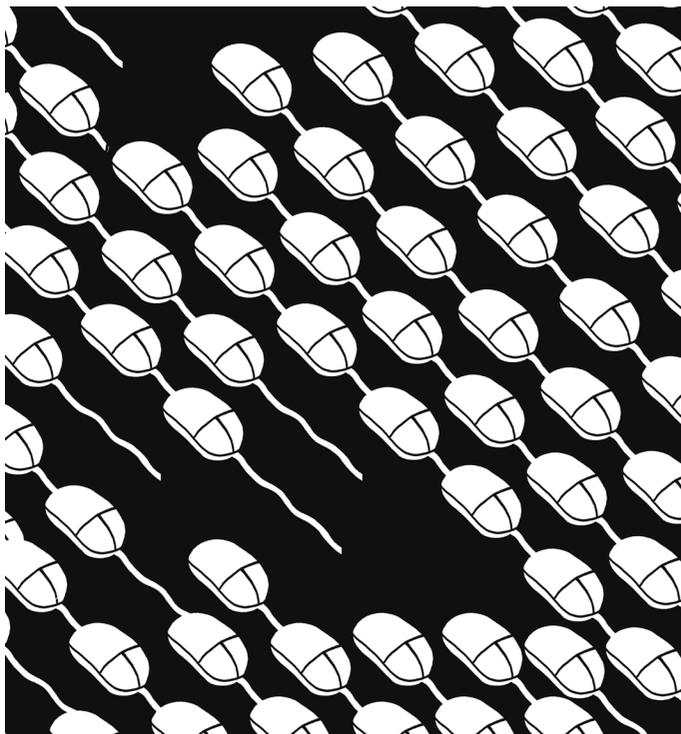
Analizar la función de Trazo Digital dentro del ECW llevado a cabo por el grupo, constituyó otro de los propósitos del proceso educativo. Para los Hiperactiv@s, el *blog* fue un medio de expresión y de comunicación alternativa; una plataforma para poner nuestra mirada crítica, que representa un modo más sustantivo de existir dentro de Internet; una vía para viajar de nuestra actitud/actividad pasiva en la web a una actitud/actividad activa, en la que todo es construido por todos y todas, de acuerdo a las aspiraciones de cada cual en relación con las colectivas.

Esto dio la posibilidad de mostrar nuestro yo y nuestro nosotros/as, de tener voz en la web y ofrecer un espacio para escuchar la voz de otras personas que quieran pronunciarse, de adquirir y desarrollar competencias comunicativas y teórico-prácticas para dar nuestras miradas de estudiantes universitarios en Cuba, y de trabajar para insertarnos en la blogosfera con un sentido de comunidad. “Trazo Digital es uno de los modos que encontramos para socializar nuestras ganas de contar, de garabatear y de vivir. Nos servirá para narrar nuestra vida como queremos. Ya nos sentimos con el poder de participar, de transformar, de emancipar”.



Otra de las valoraciones compartidas por los estudiantes fue el hecho de no circunscribir el ECW a lo escrito en los *posts*, sino entenderlos como resultado de un proceso vivencial incorporado a la dinámica cotidiana, como modo de comportamiento, de pensamiento y de acción: “El *blog* es una de las expresiones u objetivaciones de nuestro ECW de forma individual y grupal. Sin embargo, lo que puede mostrar de cierta forma nuestro empoderamiento no son los contenidos en sí mismos, sino el proceso por el cual reflexionamos sobre un tema y luego lo escribimos para el *blog*, para que otros lo vean y reflexionen sobre eso y así se haga un ciclo. Lo que sí creo que la maduración del *blog* va a ser uno de los modos de evidenciar nuestro crecimiento como ciudadanos y ciudadanas empoderados en la web” (Laynie, 4to. año de Comunicación Social).⁵

Aunque los momentos productivos de Trazo Digital dejaron algunos sinsabores, como las serias dificultades con la conexión y las insuficientes habilidades técnicas adquiridas para el trabajo con WordPress, los participantes consideraron que constituyó un elemento esencial en el proceso de ECW vivido: “Nos hemos dado cuenta de que la tecnología no es el elemento fundamental para el empoderamiento ciudadano en la web, es solo una vía. Creo que se puede lograr ese proceso a pesar de todos los problemas de conexión que tenemos; de hecho, creo que parte de ese empoderamiento es buscar alternativas diversas para poder trabajar” (Vivian, 2do. año de Psicología).



⁵ *Ibíd.*

Post 5

Hiperactiv@s.uh comentó su estado. Punto de cierre, ¿o de partida?

*Y los días se echaron a caminar, y ellos, los días, nos hicieron a nosotros.
A nosotros los hijos de los días, los averiguadores, los buscadores de la vida.*

Eduardo Galeano

En una hoja colocada en la espalda de cada integrante del grupo, cada quien escribió cualidades que identificaran a su compañero o compañera, también esbozaron mensajitos que luego serían escritos en el “muro” de Facebook para que todos los “amigos” conocieran cómo era vista esa persona en el taller. Vivimos en el mundo *off-line* una dinámica en red que luego fue reproducida en las plataformas web para llegar a más gente.

Tanto gustó esta técnica que fue repetida durante varias sesiones del taller, y en el encuentro final no podía faltar. Cada quien se llevó en esa suerte de corbata invertida consejos, sueños, motivaciones para seguir.

Así cerraba el momento formal de la veintena de sesiones distribuidas en más de 6 meses de taller. Deconstruir las relaciones asimétricas de poder manifiestas en la web a partir de una interpretación de los modos de estar, hacer y ser en la misma, con apoyo de técnicas diseñadas específicamente para ello, fueron la piedra angular de esta experiencia.

Definir cómo se utilizaba Internet antes de formar parte de la UH y después, sirvió de guía para desentrañar estrategias dominadoras presentes en las prácticas comunicativas diarias relacionadas con el mundo tecnológico y encontrar una vía para hacerle frente a tal dominación. “Creo que el uso de las tecnologías se lo damos nosotros. Cómo las usamos y para qué es nuestra responsabilidad. No es solo que la tecnología te absorbe, tú también puedes defenderte gestionando iniciativas propias. El compromiso también radica en

deconstruir la lógica que está detrás de esos procesos” (Wilfredo, 4to. año de Filosofía).

Entender a la universidad como agente trascendental en la reconversión de formas de actuar y pensar, permitió lograr un alto grado de concientización sobre el tema. Así, saberse y sentirse empoderado como ciudadano en la web fue visto como “la conciencia que uno tiene, que desde un pequeño espacio en la web se puede tener impacto social, que con tu acción puedes impactar no solo a un grupo, sino también a nivel social. Eso es parte de no ser un ente pasivo de las relaciones de poder en la web y de cambiar un poco estas lógicas. Es como si fuera una actitud, un camino por el que pasas siempre, un estado que implica dos condiciones: subjetiva y objetiva. La subjetiva, creer que lo puedes hacer, y la objetiva es la capacidad de modificar tu entorno, que se expresa más bien en acciones” (Bety, 4to. año de Comunicación Social).

De acuerdo a las demandas grupales de conocer más sobre el diseño y estructura de las plataformas, se programaron los acercamientos técnicos acompañados de la reflexión sobre las potencialidades que ofrecen las aplicaciones de la Web 2.0 para la ciudadanía. Una vez puestos de acuerdo en una estrategia de acción que comprendía objetivos, líneas generales, actividades concretas a realizar y sus responsables, fueron saliendo los primeros *posts*.

Fue en este momento que los participantes se sintieron en verdad protagonistas y responsables de la transformación de su realidad con claves bien definidas. Se entretejió de esta forma un espíritu empoderado desde

los diversos prismas de lo individual: “Soy un joven universitario cubano, socialista, divertido, cariñoso. Mi convicción es que un mundo mejor es posible solo si se lucha contra todas las dimensiones del sistema de dominación múltiple. Puedo actuar como ciudadano en mi contexto poniendo todo lo que soy y lo que tengo en función de la emancipación, sacando un extra-tiempo para ello, replicándome en otros contextos, fortaleciéndome en mis convicciones con la disposición de cambiar mis propias prácticas. Siendo más participativo mientras invito a la participación. Puedo brindar a otros respeto, escucha activa, crítica, confianza y apoyo práctico. Tengo gran disposición para trabajar en grupo” (Wilfredo, 4to. año de Filosofía).

“Soy una estudiante cubana con ganas de cambiar el pedacito de mundo que me rodea. Me caracterizan mis deseos de expresarme y ser escuchada, de ver las cosas mal hechas y tratar de hacerlas bien, o sea, mis ideales de cambio social. Tengo la capacidad de mover a la gente y la facilidad de hacer amistades. Soy divertida, pero siempre trato de abarcar una reflexión. Tengo ganas de mejorar el contexto donde vivo con mi hiperactividad y alegría, mi compromiso, lo poquito teórico que sé y mi experiencia” (Mailén, 2do. año de Comunicación Social).

La creación y actualización de la página Hiperactiv@s.uh en Facebook y del *blog* Trazo Digital, le permitieron al grupo: 1) fundar vías auténticas para socializar vivencias empoderadas de acuerdo a objetivos y acciones bien definidas, y 2) apropiarse de espacios propios de pensamiento y acción sustantiva en la web que, a su vez, constituyan puentes de expresión para otros ciudadanos.

El escaso acceso a la información y a la tecnología constituyó una de las mayores dificultades de la experiencia. Ante tal problemática prevaleció la capacidad de gestionar posibilidades de conexión extra y post taller por parte de los participantes y la coordinación. Aprender a trabajar con los obstáculos tecnológicos presentes en la Universidad de La Habana y en el país en general, exigió la creación de alternativas. Entre ellas estuvo el uso del correo electrónico para potenciar la ayuda mutua entre quienes tenían mayor acceso y quienes menos posibilidades de conexión poseían. Aunque el proceso de ECW pudo desarrollarse al margen de tales limitantes, es necesario destacar que la concreción y sostenimiento de acciones empoderadas en la web necesita, invariablemente, de condiciones básicas de conectividad.

Cada encuentro del taller fue concebido y desarrollado desde el respeto a los tiempos de reflexión y maduración necesitados por el grupo para implementar los

proyectos comunes y concientizar los procesos intrínsecos al ECW que se experimentaron. Los participantes de este proceso de aprendizaje tuvieron un carácter activo en el diseño, implementación y evaluación de todos los momentos del taller. Los sustantivos niveles de participación alcanzados por el grupo avalaron el consenso en la toma de decisiones y la distribución de roles.

Pero todo nervio transformador individual confluyó en un mismo punto: Hiperactiv@s.uh, estado colectivo articulador de todas las potencialidades y urgencias para la transformación, siempre desde la reafirmación de sentidos políticos bien definidos.

Una de las fortalezas del taller fue la diversidad de fuentes de conocimiento que confluyeron. El aprendizaje no solo estuvo centrado en las herramientas técnicas y comunicativas, ni en las novedades teóricas que algunos estudiosos proponían, sino también en la hibridez de saberes que fueron surgiendo en las dinámicas grupales. Cada objetivo logrado se convirtió en pretexto para continuar ahondando en formas otras de aprehensión de la realidad.

El continuo proceso de aprendizaje abarcó, además, el acercamiento práctico a la concepción y metodología de la Educación Popular. Desde los primeros encuentros del taller, los participantes mostraron un alto interés en conocer más a fondo esta alternativa pedagógica. “En la Educación Popular el educando no se ve como el objeto de la propuesta educativa, sino como el sujeto. El conocimiento no se ve como algo acabado, sino como algo que se va a construir, donde la experiencia de cada cual vale, pues cada cual tiene un saber” (Bety, 4to. año de Comunicación Social).

Los participantes reconocieron que la metodología de la EP favoreció la interacción e integración, la diversión, reflexión y apropiación más profunda de los conocimientos, evitando el tedio. “La cantidad de cosas que he hecho con esa metodología y concepción me ha parecido genial, porque con ella la gente habla, coge confianza, me gusta sobre todo porque propone que a partir de nuestras experiencias podemos construir nuestro propio conocimiento, podemos entenderlo, no es que nadie vino y dijo que esto es así y ya, yo lo pensé, lo razoné y estoy de acuerdo o no” (Mailén, 2do. año de Comunicación Social).



Sustentar el proceso de aprendizaje para el ECW en las concepciones y metodologías de la EP y la IAP, garantizó la continuidad y coherencia entre los diferentes momentos de una experiencia participativa y dialógica, que entretejió las propuestas de dimensiones de la categoría y sus interrelaciones en un compromiso de acción empoderada en la web y fuera de ella. Tal empeño comprobó la viabilidad de realizar experiencias similares en la Universidad de La Habana, y la pertinencia de asumir muchas de las lógicas avaladas en el taller como parte del diseño de estrategias educativas relacionadas con el escenario digital.

En cuanto al trabajo en subgrupos, fue una de las dinámicas mejor recibidas, pues ayudó a ganar confianza en una suerte de “contagio creativo” y desarrolló habilidades para el intercambio de opiniones a través del diálogo, llegando casi siempre al consenso. Las técnicas participativas lograron estrechar lazos emotivos entre los participantes, pues se intencionó el acercamiento entre quienes menos se conocían, se exaltaron las cualidades positivas y la capacidad de ayuda y amistad que tenían para ofrecer. Cada actividad perseguía consolidar el espíritu de grupo, muchas veces usurpado en el nivel universitario por individualismos y egoísmos.

Asimismo, las técnicas facilitaron el desarrollo de una actitud problematizadora, la potenciación de la creatividad, la pérdida del miedo a expresarse y la construcción y socialización de saberes desde la experiencia, y su enriquecimiento con la teoría. Estas herramientas filosófico-metodológicas aseguraron un modo permanente de comportamiento y comprensión de la realidad que trascendió las sesiones del taller.

“Las técnicas han sido muy creativas y siempre han tenido que ver con el encuentro, lo cual da pie para, a partir de estas, reflexionar desde la práctica. Ninguna de las técnicas se hizo por gusto. Sé que es muy difícil pensar un ejercicio que tenga que ver con la actividad que viene después y más cuando se trata de un tipo de experiencia no común, o sea, cuando no hay muchas técnicas que tengan que ver con la web. Me gustó mucho, por ejemplo, el contraste que hicieron de representar algo que puede ser tan sofisticado como Internet, con dibujos, cosas más manuscritas y no digitales, en analogía con la filosofía que comparten las aplicaciones web” (Bety, 4to. año de Comunicación Social).

El grupo

Trazar objetivos comunes, compartir miedos, ansiedades, metas, soñar juntos proyectos presentes y futuros, vivir la alegría de poder dar lo mejor de sí, hablan de la cohesión grupal alcanzada. El intercambio fuera del taller en otros espacios de reunión no habituales consolidó los afectos desarrollados entre los participante. Fue creado un clima de confianza y cariño que trascendió las aspiraciones centradas en la tarea. El correo electrónico y los perfiles en Facebook fueron vías muy utilizadas para manifestar la estima y el sentido de pertenencia hacia el grupo.

Esa efectiva integración estuvo sustentada por la práctica de una comunicación dialógica que abogó por el respeto a las demás personas y el reconocimiento de las diferencias. Aprender distintas formas para comunicarse mejor se colocó como elemento indispensable para el ECW y para el buen desarrollo de la dinámica del grupo.

Tanto a lo interno de la dinámica grupal como en las relaciones activas establecidas en el ciberespacio, los usuarios-participantes definieron su condición de emirec, combinación de los tradicionales roles de emisor y receptor que reconoce a los sujetos como intérpretes de funciones híbridas en un permanente proceso de codificación-decodificación de signos lingüísticos. Los procesos participativos dentro del grupo se colocaron como filosofía constante y práctica consciente que expresó la distribución de poderes, el espíritu de colectividad, el consenso, la consulta permanente entre todos los protagonistas.

Asumir el aprendizaje como un proceso y no como un resultado, supuso entenderlo en una diada afectivo-cognitiva que eleva al conocimiento como territorio de significaciones individuales y colectivas. No se trataba de entablar una competencia infinita por la acumulación de materias y habilidades, sino desarrollar una posición otra de asumir la enseñanza y lo enseñado-aprendido.



Desandando pasos para construir nuevos caminos

“Ya veo Internet desde otro punto de vista, un poco más crítico, me siento más capaz de estar delante de una PC y no ser un ente pasivo que hace solo lo que le dicen que haga un conjunto de cuadros de diálogo o que se queda estática sin hacer nada cuando entra a una página que no conoce. Me desenvuelvo en Internet de acuerdo a mis necesidades tanto escolares como personales. El taller influyó muchísimo en esto, pues fue el resorte que me impulsó a estar en el nivel de conocimiento que poseo ahora” (Vivian, 2do. año de Psicología).

“El grupo y el taller han sido un compromiso también desde lo emotivo, creo que si estamos comprometidos con un ideal, lo hacemos emocionalmente con el grupo, las dos cosas se combinan. Eso es lo que me hace dedicar mi tiempo a diseñar *banners*, a venir a los encuentros con ganas, y a compartir con todos los buenos momentos que hemos tenido” (Wilfredo, 4to. año de Filosofía).

“Compartir todo este tiempo con los Hiper significó para mí un espacio de aprendizaje pleno, de compartir vivencias, de transmitir saberes, una oportunidad de acercarme a aquello que tanto deseaba conocer y no tenía manera de lograr por mis medios solamente. Para mí ha sido como otra escuela, porque yo era analfabeta en lo que se refería a Internet y la tecnología digital. El taller nos enseñó cosas que no sabíamos. Cumplió todas mis expectativas de conocimientos, destrezas, valores, amistad, posibilidades, y creo que hasta más, porque darme la oportunidad de ser parte de la confección de un *blog*, eso sí no me lo esperaba y estoy encantada con ello” (Vivian, 2do. año de Psicología).

“El taller también significa el hecho de ver el grupo como algo extra. Estamos acostumbrados a los grupos sociales del aula, la familia, los amigos de la calle, del albergue, del barrio. El grupo es un espacio para socializar lo que una piensa y lo que quiere. Es buena la creación de grupos que aporten algo nuevo, diferente, y este grupo y nuestro *blog* tienen que ver con esto. El hecho de que no tengamos acceso a Internet se convierte en una limitante, pero eso no quiere decir que no puedas saber o investigar sobre estos temas, quizás no puedes entrar constantemente a Facebook, pero es válido que sepas qué cosa es y cómo trabajar de una manera más empoderada allí” (Rosa Elena, 2do. año de Periodismo).

“En esta experiencia encontré nuevas amistades, personas inteligentes y sensibles que se sienten comprometidas con el desarrollo comunitario, desde todas las perspectivas en las que este se puede definir en Cuba.

Además, hablar de Internet es importante porque nosotros lo utilizamos muchas veces de forma banal y lúdica, y yo vine para darle otro uso. Creo que alcanzamos una conciencia crítica en cuanto a nuestro contexto social y hemos transformado nuestras prácticas. Pero lo más importante que me aportó de forma individual es que me dejó un proyecto por hacer y mejorar cada vez más, un proyecto que deseaba hacer desde hace mucho y no me decidía. El taller me dejó las ganas y la motivación para planificar cosas en la web y fuera de esta, para no solo a ser espectadora y crítica de sus manifestaciones” (Laynie, 4to. año de Comunicación Social).

“Después de haber alcanzado algunas metas, debemos aspirar a otras más emprendedoras aun, hay que pasar a un nivel superior, este es el espíritu constante del empoderamiento ciudadano en la web” (Wilfredo, 4to. año de Filosofía).

El trabajo con audiovisuales, música, dibujos, poemas, dramatizaciones, chistes, fotos, frases teóricas... dinamizó las discusiones grupales. De modo general, las dificultades con la asistencia fueron el factor que más golpeó la dinámica grupal. Concertar los horarios de estudiantes de ocho carreras diferentes se convirtió en empeño bastante complejo. A ello se unieron dificultades imprevistas en los finales del taller, que acrecentaron las ausencias a los encuentros.

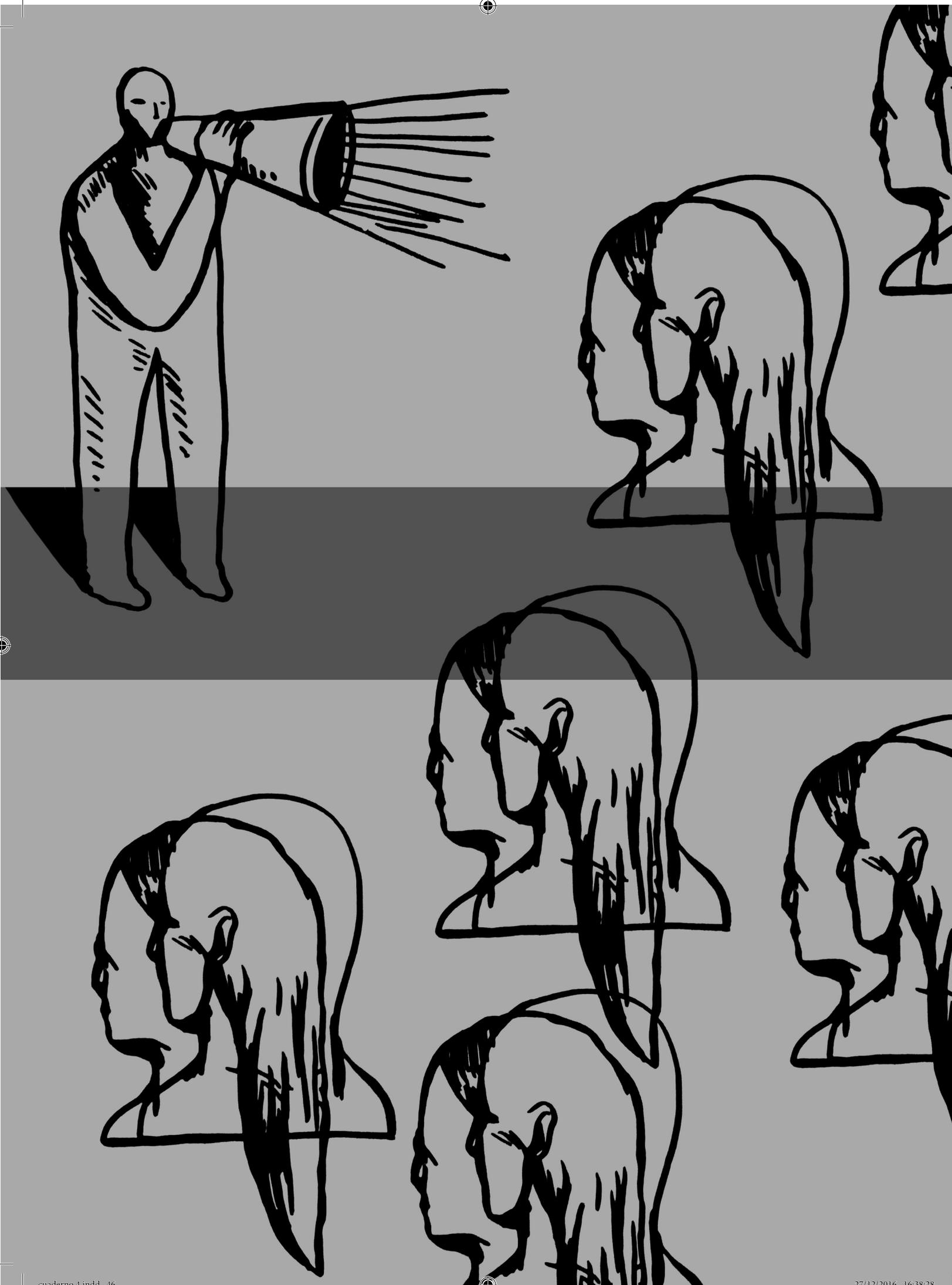
Luego del taller, el *blog* siguió siendo actualizado durante algo menos de un año. Algunos estudiantes se graduaron y emprendieron otros proyectos. La baja posibilidad de conexión fue dilatando los encuentros. El proyecto colectivo fue diluyéndose en intenciones más individuales. Aun así, cada participante expresó haber continuado su proceso de empoderamiento, ahora desde otros contextos y retos.

Para que la ciudadanía use las TIC de un modo más comprometido no basta con proveer computadoras y conectividad, se necesita de procesos de concientización individuales y grupales que repercutan en la sociedad toda. A su vez, este proceso debe ser apoyado por una voluntad política y una estrategia educativa que fomente el pensamiento crítico y la capacidad innovadora más allá de aprendizajes instrumentales.

Las universidades cubanas deben continuar apostando por la formación de sujetos activos en el uso y apropiación de la web. El entorno universitario cubano constituye plaza ideal para hacer de Internet, con el sustento de la EP, una herramienta mucho más socializada, más anclada al contexto inmediato de tal institución educativa en un ejercicio político de cuestionamiento perenne, de lucha por identidades más empoderadas, por sujetos más activos *on-line* y *off-line*.

Contemplar la propuesta conceptual y metodológica esbozada en estas páginas, puede contribuir a la modificación de las asignaturas de formación básica en el área de las TIC en las carreras universitarias del país. Sobre todo si se tiene en cuenta la necesidad de desarrollar procesos formativos participativos, críticos, conscientes y transformadores. Continuar el desarrollo de talleres para el empoderamiento ciudadano en la web es un reto hoy para Cuba, para que la gente sea capaz de dibujar sus propios trazos empoderados.





Consejos sobre *blogs*

Los *blogs* o bitácoras son páginas web que permiten la gestión, producción y socialización de contenidos interactivos, multimediales e hipertextuales, respondiendo a la filosofía 2.0 que desintermedia el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones de manera que los usuarios publiquen información sin necesitar elevados conocimientos técnicos. Entre sus esencias destaca la construcción de comunidades *on-line* que pueden tener una expresión en la vida *off-line*.

El término *weblog* (...) fue acuñado en diciembre de 1997 por Jorn Barger. Dado que la primera acepción recuerda al nombre que se asigna por defecto al fichero donde se registran las visitas en un servidor web, se prefirió la versión más corta: *blog*. Con el tiempo, en 1999, Peter Merholz propuso la frase *we blog*, inaugurando la utilización del verbo *bloguear*, y de ahí el apelativo para quien realiza esta actividad: *blogger*, en inglés, o *bloguero*, en español.¹

¹ Fumero, A.: "Un tutorial sobre blogs. El abecé del universo blog", *Telos*, No. 65, 2005. Recuperado en <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/teelos/articulocuaderno.asp>.

Características

- Actualización periódica.
- Orden cronológico inverso. Las entradas más recientes aparecen encima, pues el criterio de publicación obedece a la temporalidad y no al grado de importancia.
- La mayoría de las plataformas *blogs* ofrecen plantillas predeterminadas de fácil manejo y brindan una amplia gama de herramientas para que el propio usuario elija el diseño y la visualidad que quiera mostrar.
- Por lo general permiten la inclusión de comentarios por parte de internautas. Es decisión del bloguero la política de moderación de los comentarios.
- Presencia permanente de enlaces a contenidos del propio *blog* y a fuentes externas. Es una práctica frecuente enlazar a otros *blogs*, pues se convierten en recomendaciones de visitas que van tejiendo una red por temáticas y principios afines. Los *blogs* más enlazados son entonces los más visibles.
- Como parte del proceso de democratización de la tecnología, la filosofía *blog* da más protagonismo a usuarios y evita la monopolización del espacio público por parte de los grandes consorcios mediáticos y financieros.
- Expresa la naturaleza reticular de la comunicación 2.0, pues en lugar de ser emitidos mensajes tradicionales de uno a muchos, se puede producir contenidos de muchos a muchos.

El fenómeno *blog* se expresa y desarrolla en la blogosfera: una suerte de red social abierta y dinámica que se alimenta de las conexiones y significaciones que unen a *blogs*, blogueros y sus producciones intelectuales. Se encuentra en un proceso de construcción permanente



dada por la cambiante interacción social y por la práctica de enlazar contenidos y hasta los propios *blogs* u otros sitios.

Estructura

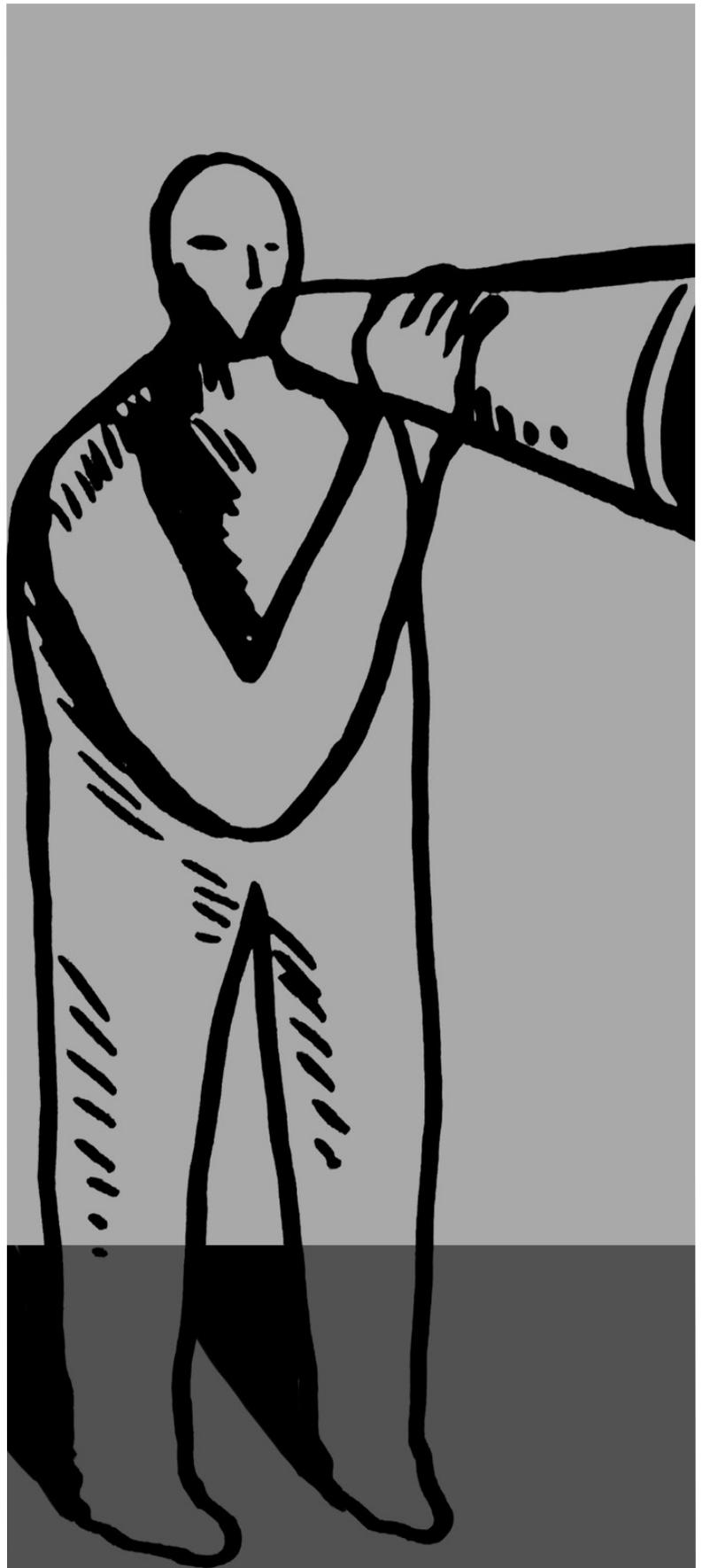
El *post*, también conocido como entrada, es la unidad básica individual de la que se nutre un *blog*. Se compone de título, nota o cuerpo de página (donde puede haber texto lineal, fotos, videos, audios), autor, fecha, hora de actualización, categoría, etiquetas y aplicaciones para socializar el contenido en algunas redes sociales. Cada *post* crea su propio enlace permanente (*permalink*) que lo identifica dentro de la avalancha informacional que hoy caracteriza al ciberespacio, pues crea una dirección única.

Por lo general, en la página principal solo se pueden leer un número concreto de artículos. Para acceder a los anteriores se proporciona un sistema de paginación con un enlace. En dependencia del diseño configurado, pueden aparecer los *post* completos o solo un fragmento con el enlace “leer más” o algo similar. Es común que en el extremo superior del *blog* aparezca el *banner* de presentación, que casi siempre contiene el título del *blog* y algunos enlaces con datos identitarios del *blog*, sus contenidos y sus autores.

También se puede encontrar una barra lateral con otra información que el bloguero considere interesante y útil para la navegación en su bitácora: acceso al archivo (donde se encuentran todos los textos publicados en el *blog*, ordenados cronológicamente), buscador, calendario, suscripciones para envío de *posts* al correo electrónico, marcas de identidad, una lista temática de categorías y otra de enlaces conocida como *blogroll*. Esta consiste en una serie de *blogs* enlazados por el autor cuya base se halla en los sentidos compartidos. Es otra de las muestras del espíritu colaborativo que distingue a la cultura *blog*.

Las categorías son formas de organizar la información y la navegación, de enunciar el posible contenido que pueda tener un *post*. Cuando se publica algo, se asigna una palabra y el programa identifica otras publicaciones con esa misma palabra y las agrupa de manera virtual en una sección.

Las etiquetas son las palabras claves, pueden estar explícitas o no en el texto y pueden ser encontradas virtualmente por los motores de búsqueda. Una de las claves del éxito para lograr posicionar un *blog* entre la inmensa cantidad de páginas web que existen hoy es hacer un etiquetado inteligente, que sugiera los términos más usados de acuerdo a los intereses de los públicos.



Tipos de blogs

- De acuerdo a la autoría, pueden ser personales o grupales. Pueden responder a intereses individuales o a fines institucionales u organizacionales.
- De acuerdo a su finalidad, pueden ser pedagógicos, políticos, investigativos, científicos, culinarios, periodísticos.
- De acuerdo a su contenido/estructura,² pueden ser clasificados de la siguiente manera:

Audioblogs: los contenidos están constituidos por enlaces a fuentes de audio, ya sea música o una locución vocal cualquiera grabada y puesta a disposición de los internautas para su descarga a un dispositivo reproductor o para su reproducción directa vía web. El texto y la imagen son utilizados como recursos de apoyo al audio.

Herramientas para la gestión de sonido en *audioblogs*:

- Koyote: Edición de audio.
- VuVox: Edición en línea de cualquier formato multimedia.
- Audiopal: Manejar sonido desde teléfono, transformar texto en audio, subir audio.

Fotoblogs: Los posts consisten en imágenes y comentarios asociados a ese contenido fotográfico. La imagen es la narrativa principal. El texto se utiliza como recurso de apoyo a la secuencia de imágenes. Es frecuente ver la creación de mosaicos de fotos y de caricaturas.

Herramientas para la gestión de imágenes en *fotoblogs*:

- WallWisher: <http://www.wallwisher.com>. Es una aplicación que permite colgar imágenes.
- MixBook: <http://www.mixbook.com>. Hace posible la creación de libros a partir de fotografías (PhotoBooks), a los que se puede añadir texto, así como definir el diseño mediante plantillas.
- bighugelabs.com/mosaic.php: permite una variada gama de opciones para el mosaico.
- MagMyPic: <http://www.magmypic.com>. Se utiliza para visualizar una foto como portada de revista.
- Magazine Covers: <http://www.sillywebcam.com/magazine—covers.asp>. Cumple la misma función, creando una imagen de tapa de revista con contenido de acuerdo a diferentes gustos.
- Splashup: <http://www.splashup.com>. Carga varias imágenes en el panel de trabajo, filtros, efectos de sombra, edita texto.

- Animoto: <http://www.animoto.com>. Permite hacer animaciones y presentaciones a partir de la música.
- Piwigo: <http://piwigo.org>. Crea galerías de fotografías.
- PhotoSnack: <http://www.photosnack.com>. Crea galerías para compartir, además en redes.

Moblogs: Término que surge de la fusión de las palabras *mobile* y *blog*. Es la posibilidad de postear (publicar posts) desde el teléfono móvil.

Videoblogs: Dentro de él se distinguen tres sub-géneros

- *Blogs*: que suelen ser secuencias de vídeo preeditadas que acostumbran a incluir elementos de interactividad.
- *Video-moblogs*: compuestos por secuencias de videos sin editar, enviadas desde terminales móviles con acceso de banda ancha.
- *Playlists*: que proporcionan acceso a las direcciones de los archivos (contenido audiovisual) y pueden incluir cierta funcionalidad para su manejo y configuración.

Tumbleblog: Un *tumblelog* o *tlog* es una variante de *blog* poco estructurado. No se ajusta a una temática concreta y se van publicando entradas sobre enlaces, fotografías, informaciones, etc. En este sentido recupera un poco el espíritu inicial con que aparecieron los *blogs*: dar a conocer las cosas que cada día encuentras por la web. La carga textual de sus entradas es mínima y en este sentido es un formato muy ligado al *microblogging*. Ejemplo: Tumblr (<http://www.tumblr.com>).

Microblog: El *microblogging* o *nanoblogging* permite publicar mensajes breves (no superiores a 140 caracteres) formados por texto y enlaces (ya muchos pueden subir fotos). Estas entradas se muestran en la página del perfil del usuario y también son enviadas a otros usuarios que han elegido la opción de recibirlas. Ejemplo: Twitter (<http://twitter.com>).

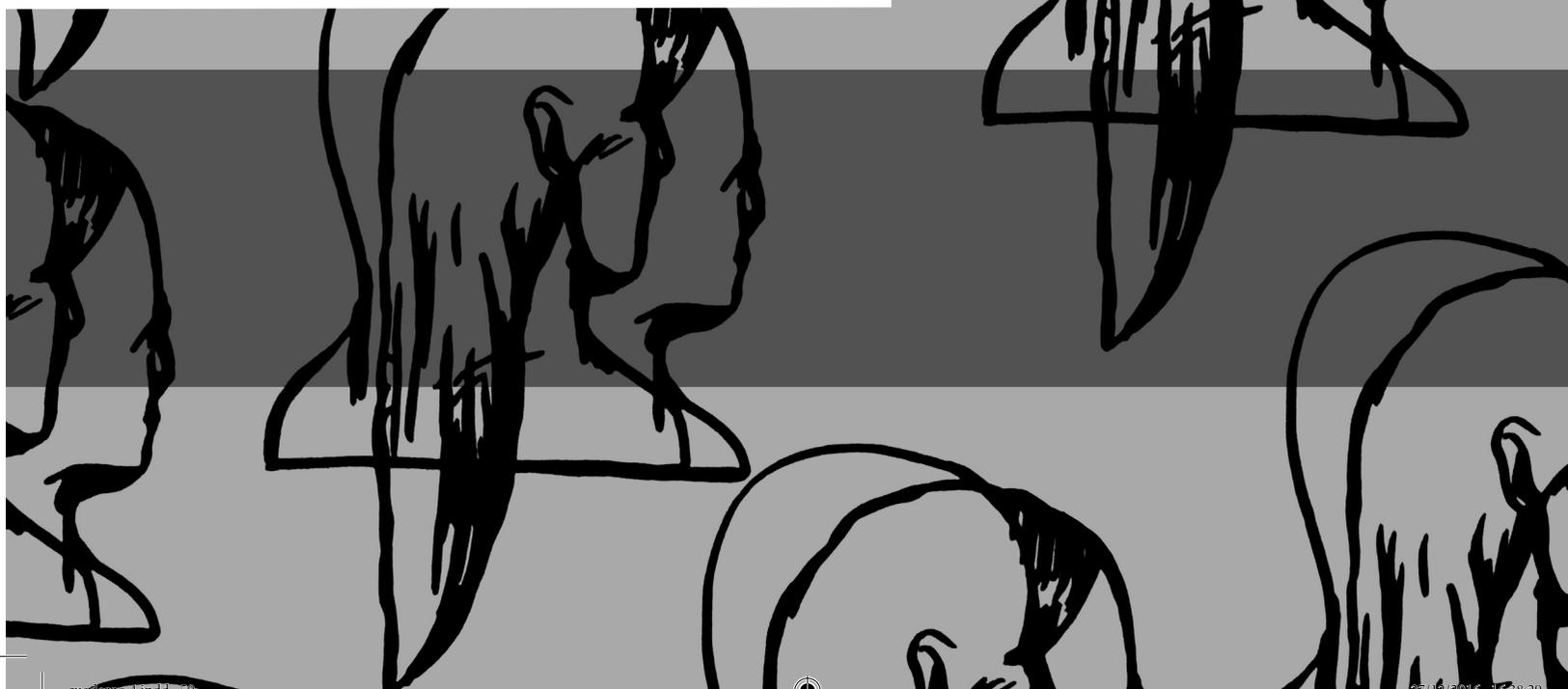
Los *blogs* evolucionan, se metamorfosean y hasta cambian en su aspecto formal, pero la filosofía de crear, compartir y opinar en la red continúa siendo el centro alrededor del cual gira la creación de estas herramientas. Pero una vez más prevalece la idea de que lo más importante no es la técnica, aunque sea útil para viabilizar la generación de contenidos. Lo esencial para la filosofía *blog* y para la comunicación en ambientes hipermediales, en sentido general, es garantizar un contenido de calidad con la sistematicidad y actualidad que demandan los usuarios.

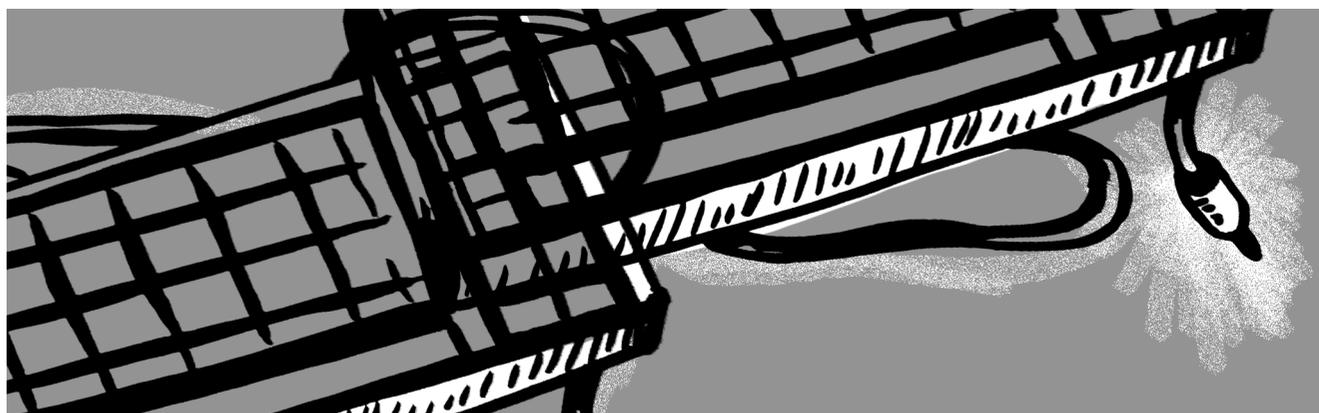
² La información sobre los tipos de blog de acuerdo al orden estructural que aquí se presentan fue elaborada a partir de la tesis de Licenciatura en Periodismo: *Weblogs y periodismo en Cuba: entre el deber y el ser*, de Elaine Díaz Rodríguez.

¿Cómo redactar para un *blog*?

No está de más reiterar que la piedra angular para tener un buen *blog* es asegurar contenidos de alta calidad, interés y con una periodicidad asegurada de acuerdo a los ritmos del bloguero, pero que pueda garantizar la fidelización de los usuarios. La filosofía *blog* no demanda necesariamente de personas especialistas en comunicación o periodismo. Cualquiera que desee expresar de manera libre sus ideas es un potencial bloguero. Aquí van algunas pistas para que el producto comunicativo sea lo más ajustado a la cultura de los *blogs*.

- Garantizar una escritura conversacional, amena, dinámica.
- Utilizar un lenguaje sencillo, directo. Evitar el uso excesivo de adornos que puedan entorpecer la comprensión de las ideas.
- Privilegiar las historias de vida y el uso de “yo”, de la subjetividad del bloguero. O sea, implicarse en los contenidos, rehuyendo al encartonado ideal de imparcialidad y objetividad. Lo más importante es la responsabilidad social y la ética como autor.
- Publicar artículos cortos cada vez que sea posible. La extensión no es una camisa de fuerza. Existen muy buenos post que son largos, pero por lo general las personas en Internet rechazan los bloques de texto.
- Dividir el texto en varios párrafos no muy largos. Usar adecuadamente los signos de puntuación ayuda a que la lectura no canse.
- Emplear subtítulos, imágenes u otros recursos dentro del texto. Hacer un uso óptimo del hipertexto (enlace que conduce a otra página donde debe haber información relacionada con el tema).
- Revisar y editar el texto antes de publicar. Eso evitará que el post salga con errores.
- Crear títulos que llamen la atención.
- Documentarse con información sobre el tema tratado. Ofrecer a los lectores datos de contexto y antecedentes siempre que sea posible.
- Utilizar recursos para el posicionamiento del blog. Generar tráfico de visitas a partir de socializar contenidos en redes sociales. El promedio de duración de visita y el número de páginas vistas por cada visita es una herramienta que tienen las plataformas blog y muestra el nivel de visibilidad alcanzado.
- Seguir con coherencia una línea editorial pautada por el propio autor, con objetivos comunicativos bien definidos y planes de publicación. Eso no va en detrimento de la espontaneidad que sugiere la cultura blog, sino que promueve la sistematicidad en la publicación.
- Enlazar de modo interno y externo. Es recomendable incluir enlaces a otros artículos del propio blog y de otros blogueros.
- Motivar a los lectores a comentar los post. Provocar la interactividad a partir de preguntas, consejos, de pedir la opinión de los usuarios sobre el tema en cuestión.
- Ser siempre auténtico, original, no copiar estilos ni tonos.
- Estructurar la información en forma de listado en los casos en que sea posible. Es de fácil lectura, más concreta y puede buscarse de forma rápida la parte que más interesa.





Parte 2

¿Que sabemos de Internet?
Educomunicación, referencias
y prácticas en la apropiación
digital



Caperucita en Facebook. Una experiencia desde Cuba

Rodolfo Romero Reyes

*Dicen que todos somos como aquella niña de la capucha roja.
Al menos, algunos no nos escondemos del lobo.*

Carlos Melián

Un día, mientras revisaba sus notificaciones en Facebook, Caperucita leyó que su abuela estaba enferma. Decidió visitarla y llevarle unos pasteles. La niña sabía que el bosque era muy peligroso porque por allí merodeaba el lobo.

Ella no aceptaba la idea de ir por el camino más largo. Utilizó su *chat* para preguntarles a sus amigos sobre rutas y atajos para evadir al lobo. Lamentablemente su conexión era muy lenta por el escaso ancho de banda. Entonces entró a Twitter para leer las últimas actualizaciones del temido “mamífero” e intentar predecir cuál sería su próximo paso. Después de tomar todas las precauciones, salió rumbo a casa de su abuela, sola.

La niña ignoraba que los servidores más potentes que garantizaban la conexión de todo el lugar estaban en casa del lobo. Desde allí, y con solo oprimir una tecla, él tenía el control de todos, incluida Caperucita. Por eso, esta vez el lobo no la esperó en el bosque, sino que fue directo y disfrazado hacia casa de la abuela mientras ensayaba su mejor consigna: “Para comerte mejor”.

A más de trescientos años de que Charles Perrault recogiera en la literatura este cuento, transmitido de forma oral, escrita y digital de generación en generación, un nuevo escenario rodea los cuentos de hadas con que crecen los niños de hoy. Supongamos entonces que Caperucita quiere valerse de las mismas herramientas con que cuenta el lobo y, mientras camina por el bosque, desea utilizar las nuevas tecnologías para zafarse de la trampa tendida sobre ella. ¿Puede confiar en Internet? ¿La red de redes es amiga o enemiga?

Para la investigadora cubana Milena Recio no es ni lo uno ni lo otro: “Internet acompaña la emergencia de una

cultura contemporánea atravesada por la impronta de las tecnologías de la informática y las comunicaciones (TIC). Posee alrededor de 2 400 millones de usuarios distribuidos en todo el mundo, un tercio de la población mundial. Incluso para quienes no acceden a la web, o no tienen contacto directo con esta tecnología, ella es un referente. En la actualidad, la desconexión absoluta no existe; de una u otra manera el hecho de la conectividad y los flujos de información digitales transforma nuestras circunstancias. Internet modela, modifica, conforma las maneras en que somos, incluso a nivel individual”.¹

Al principio, la batalla era por lograr evadir la brecha tecnológica y estar entre “los conectados”. Ahora, mientras aumenta el acceso a la web, solo grupos privilegiados pueden decidir, posicionar o socializar de manera efectiva los contenidos de su preferencia. ¿Qué hacer ante esta situación que nos sitúa en el terreno de los dominados?

Algunos han encontrado una solución: huir de las *www* y apostar por diversos tipos de software libres. Otros han decidido enfrentar los poderes hegemónicos que en ella se desarrollan desde posturas “indignadas” y revolucionarias.

Seguirían las incógnitas para Caperucita: ¿Cómo participar de forma sustantiva en las redes sociales? ¿Cómo llenamos el universo digital de sentidos políticos? “Hagamos ciber guerrillas”, grita el movimiento zapatista en

¹ Ver cita de Rencio en Chappi, T.: “Navegar con cabeza propia. Último jueves de Temas”, 2012. Consultado en: <http://www.temas.cult.cu/ujueves/resUJnoviembre12.pdf>.

México, “Organicémonos en Twitter pero tomemos las calles”, se escucha el eco de “Ocupy Wall Street”.

Algunos movimientos, en aras de la emancipación, han decidido implementar desafortunados cursos de aprendizaje técnico cuyo fin último es que cada participante egrese con un *blog* en el que duplique y repique mensajes de izquierda. La mayoría de estos resultados son sitios digitales sin atractivo, carentes de creatividad y repetidores de discursos arcaicos.

No se necesitan personas que llenen de consignas revolucionarias la web. ¿Acaso hemos escuchado alguna vez a Steve Jobs o a los dueños de McDonald’s dándole “Vivas” al capitalismo? No, ellos reproducen su sistema con lógicas tan subliminales y consensuadas que la mayoría de las veces pasan desapercibidas. Un *blog* de un joven chileno que cuente su día a día en las protestas estudiantiles o los mensajes de Twitter de un médico cubano que cumple misión internacionalista en otro país enfrentando al ébola, proclaman más revolución que cien pancartas en rojo y negro.

Todas estas ideas invaden la cabeza de la niña del gorro rojo. “Habría que dejar de competir y crear nuevas y colectivas iniciativas de resistencia, proyectos que rescaten la memoria histórica, que construyen identidades”, se dice. Entonces twittea algunas ideas:

- Cargar de #sentidospolíticos nuestras prácticas en la web. No podemos ser ingenuos; allí también se reproducen ideologías.
- @caparucitaemancipada. Promover espacios de empoderamiento ciudadano.
- RT @rodoguanabacoa. Es necesario saber qué poderes enfrentamos y qué poder queremos ejercer.
- La revolución se puede organizar en Twitter pero se gana en la calle. Facebook no puede ser muro de lamentaciones, hay que impulsar causas, movimientos, iniciativas de transformación social #somosmás.
- @KokaCuba. No queremos sitios que nos digan, sino espacios digitales que nos permitan decir, decidir, participar en el sentido más amplio de la palabra.

Termina de redactar su último mensaje y escribe en el buscador: ¿Qué pasa ahora mismo en Cuba?

Caperucita. Premisas para un *chat*

Antes de profundizar en las características del contexto en Cuba, en busca de un posible referente que le permita un camino más seguro a casa de la abuela, Caperucita indaga en aspectos más generales para comprender su mundo en red.

“Las redes son complejas estructuras de comunicación establecidas en torno a un conjunto de objetivos que garantizan, al mismo tiempo, unidad de propósitos y flexibilidad en su ejecución gracias a su capacidad de adaptarse al entorno operativo. Las redes están programadas y al mismo tiempo son autoconfigurables. En las redes sociales y organizativas, los objetivos y procedimientos operativos son programados por los actores sociales. Su estructura evoluciona de acuerdo con la capacidad de la red para autoconfigurarse en una búsqueda interminable de disposiciones de red más eficientes”.²

Las redes se convirtieron en la forma organizativa más eficiente como resultado de tres rasgos fundamentales: flexibilidad, adaptabilidad y capacidad de supervivencia. Con el desarrollo de las nuevas tecnologías, se gestaron también en Internet. Entre sus características esenciales se destacan: las facilidades para la interacción social y la producción constante de significados.

Para algunos, como el propio Castells, la tecnología de redes y la organización en red son solo medios que reflejan las tendencias inscritas en la estructura social. Aunque muchas veces la estructura social se modifica y autorregula en función del desarrollo o impacto de determinadas redes. Internet ha posibilitado la globalización de estas redes. “Una estructura social cuya infraestructura se base en redes digitales tiene la posibilidad de ser global”.³

Cuando la niña decidió centrar su búsqueda en el contexto específico de Cuba, descubrió que la conexión de Cuba a Internet tuvo lugar por primera vez en 1996. En 2004 surge el primer *blog* en una de las universidades de la capital y hoy cada vez son más los jóvenes que acceden a la web y están presentes en estas redes sociales. Pero aun es insuficiente. Aun en este complejo escenario, donde las absurdas restricciones económicas del bloqueo norteamericano impiden un mayor desarrollo en el campo de las nuevas tecnologías, los resultados en relación con el desarrollo de competencias en Cuba sorprenden a más de un entendido en el tema.

“En lo referido a la apropiación cultural de las nuevas tecnologías, las circunstancias de Cuba son excepciona-

² Castells, M.: *Comunicación y poder*, Alianza Editorial, Madrid, 2012, p. 46.

³ *Ibidem*, p. 5

les, porque dicha apropiación empezó mucho antes de desarrollarse la infraestructura. El acceso a estos instrumentos no solo ocurre en entornos urbanos, en las zonas rurales también hay escuelas con computadoras (...) Se ha producido una adaptación evolutiva en el uso de las plataformas digitales. Ante las limitaciones del acceso a la web, los muchachos se pasan todo tipo de información por celulares y memorias flash, juegan en redes locales adaptadas con los sistemas inalámbricos de las computadoras. Están floreciendo también gracias a mecanismos de mercado con regulaciones propias, que parecen dirimirse en un vacío ideológico e institucional”.⁴

Después de navegar por diferentes páginas, Caperucita tomó algunas notas en su *tablet*. Encabezó sus líneas con el texto: Retos urgentes para Cuba:

- Sobreponerse a las mediaciones que inciden en esta realidad, entre ellas, el acceso a nuevas herramientas tecnológicas y el uso óptimo de aquellas que están disponibles.
- Construir y desarrollar acciones que involucren diversos actores, sin perder la diversidad y respetando las individualidades para poder amplificar los gritos y así evitar las “catarsis” sin sentido.
- Ser proactivos, no esperar a que nos digan qué hacer, tener iniciativas, ser creativos, generar contenidos y no ser meros receptores o amplificadores de lo que otros dicen.
- Insertarse en las dinámicas del poder comunicativo y ejercer, desde cada espacio, disímiles formas de empoderamiento ciudadano. No hacerlo como un desahogo personal, sino como un ejercicio de poder comunicativo.
- Manifestar la solidaridad pública. No se trata solo de ser amigos off-line o pasarnos la mano por el chat. Se trata también de reconocernos y apoyarnos públicamente, que los demás sepan quiénes somos y por qué nos estamos apoyando.

Sobre el reto de ejercer disímiles formas de empoderamiento ciudadano, Caperucita encontró un último enlace que la llevó al *blog* Letra Joven. Allí encontró el siguiente *post*: “La tesis de Yohana: pretexto para un artículo”.

En el año 2012 se presentó en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana una tesis de Licenciatura en Periodismo que tenía como objetivo: “diseñar, implementar y evaluar un proceso de aprendizaje para el empoderamiento ciudadano en la web

(ECW) de un grupo de estudiantes de la Universidad de La Habana a partir de las concepciones teórico-metodológicas de la Educación Popular”.

Pese al escaso nivel de conectividad y el bajo acceso presente en la isla caribeña, en los estudiantes de las universidades cubanas predominan las tecnorepresentaciones críticas de la web, a la vez que realizan una incorporación racional de los contenidos con los cuales se relacionan. Como bien describe la tesis desde las primeras líneas: “Los resultados de tal investigación (refiriéndose a Alonso, 2010) apuntaron a que los universitarios cubanos realizan un uso más crítico de la web, centrado en la búsqueda de información, en la educación y en la comunicación; a diferencia de los jóvenes de las otras naciones latinoamericanas, más interesados en el entretenimiento”.

Sin embargo, aun eran muy superficiales las propuestas de generación de contenidos basadas en estrategias de conversión o reapropiación personal. El nicho fue identificado por su autora, Yohana Lezcano: “(...) los universitarios cubanos están en Internet pero no participan, no son parte, no toman parte, no tienen una visión crítica de sus prácticas, no desarrollan una práctica consciente y emancipada, no identifican riesgos ni tampoco oportunidades (...) Vamos a cambiar eso, al menos, en el pedacito que podamos”. Tuve la suerte y la oportunidad de acompañarla en su empeño, desde una tutoría cómplice y amiga.

Para llegar a proponerse un proceso de empoderamiento ciudadano en la web fueron necesarios algunos antecedentes. Los caminos de la comunicación y la educación se entrelazan cada vez más en la Facultad de Comunicación, y ya no solo desde una reflexión teórica. La necesidad de llevar a la práctica lo que tantas veces fue discutido en el aula, impulsó un grupo de proyectos y procesos que pretendían educar a determinados grupos en las lógicas, concepciones y metodologías de la comunicación.

De ese proceso vale rescatar lo que se fue conceptualizando como proyecto educomunicativo: “Programa y proceso de trabajo educativo coordinado colectivamente, cuya agenda y práctica fundamental es la comunicación participativa, dialógica y solidaria. Está orientado al desarrollo de conocimientos, sentidos y acciones grupales; así como de competencias para la deconstrucción y construcción estratégica de expresiones que permitan la transformación de situaciones de opresión/dominación, la reconstitución de los vínculos cotidianos y la construcción de códigos en común. Tiene como sustento pedagógico fundamental la Educación Popular, y debe acompañar en Cuba a la educación ciudadana, escolar o no, y a los procesos políticos e insti-

⁴ Ver cita de Elizalde en Chappi, T.: “Navegar con cabeza propia. Último jueves de Temas”, 2012. Consultado en: <http://www.temas.cult.cu/ujueves/resUJnoviembre12.pdf>.

tucionales, en función de conformar un tejido social con sentidos socialistas”.⁵

Una parte importante de estas experiencias se enrumbaron hacia el desarrollo de competencias o habilidades para la comunicación audiovisual, incluso algunos quedaron en ofrecer herramientas únicamente para la realización de audiovisuales, omitiendo de modo desafortunado otros procesos de producción comunicativas y obviando por completo las prácticas comunicativas que se dan en el ámbito más interpersonal.

Yohana propuso entonces ir a la comunicación en la web, donde el rol protagónico lo tenían las redes sociales, por supuesto. Pero ir desde otra lógica: no se hablará de desarrollo de competencias, sino de procesos de empoderamiento ciudadanos que, si bien no descarta la primera idea, supone una resignificación de algunas de sus categorías, la incorporación de otras nuevas y trasladar el escenario de acción del espacio audiovisual a uno mucho más complejo, el espacio hipermedia. He ahí el primero de los muchos méritos de esta investigación.

Un proceso de este tipo debía encausarse desde el punto de vista metodológico como una IAP, pues es un método que postula la existencia de un conocimiento popular, práctico, vital y empírico que ha permitido al grupo sobrevivir, interpretar y reproducir su acción en la sociedad. Por tanto, propicia la participación activa del sujeto investigado y logra que este llegue a comprender y/o cambiar su realidad, al tiempo que se asume como protagonista de la investigación.

El concepto de la participación, en este contexto, asume un papel determinante. Sin ella no es posible aspirar a la verdadera transformación y la IAP no tendría razón de ser, se encontraría incompleta, inacabada. Había que compartir con el grupo un saber específico que tenían determinados especialistas. Por tanto, ¿cómo hacer que el proceso de aprendizaje partiera de la práctica de los participantes? ¿Cómo llevar a los “conferencistas” a ser parte del grupo y a colocarse en una posición de horizontalidad, cuando la mayoría de ellos procedían de procesos de enseñanza bancarios y verticales? Eran retos que se fueron saldando.

No me detendré a explicar las características del grupo, pero diré que eran alrededor de doce estudiantes de diferentes carreras de la Universidad de La Habana. La mayoría solo utilizaba Google. Algunos pocos tenían un perfil en Facebook que apenas actualizaban. La pésima conexión en la universidad era una mediación determinante en sus prácticas cotidianas.

⁵ Olivera, D.: *Testimonios de un cartógrafo: rememorando la primera expedición de Nemo y otras conquistas. El desafío el diálogo*, Editorial Caminos, La Habana, 2012, p. 39.

Incluso a la hora de presentar el informe escrito de la experiencia, es decir, la tesis, su autora desarrolló iniciativas metodológicas que si bien no son estrictamente necesarias, sitúan al lector en una mejor posición para entender la lógica del proceso transcurrido. El acápite metodológico se incluyó dentro de la introducción. Y el capítulo referencial, donde se habla del grupo y del contexto, pasó a ser parte de los resultados, pues durante todo el proceso de aprendizaje se avanzó en el conocimiento del grupo.

Con la intención de hacer más democrático y participativo el acto de escribir el informe de la tesis, que supone la soledad del investigador frente a las cuartillas en blanco, una vez que Yohana escribió los resultados, los llevó al grupo para que ellos propusieran las modificaciones pertinentes y para elaborar, en conjunto, las conclusiones que aparecen en el informe. Esta idea, que quizás no resultó del todo como la habíamos planeado, fue muy coherente con el resto del proceso. De lo que ocurrió en ese espacio se agregaron tres cuartillas de relatorías donde se explica cómo transcurrió el debate con el grupo. Y esa estrategia de compartir y modificar resultados con el grupo sirvió como pauta para otras investigaciones posteriores.

Desde el punto de vista epistemológico, vale destacar que muchas veces estos procesos de empoderamiento carecen de un sólido cuerpo teórico. La Educación Popular tiene aun muchos detractores en el ámbito académico más tradicional. Por eso los apuntes teóricos de estos procesos a veces se autorreferencian. En el caso particular de este ECW, si bien padeció quizás de poco diálogo con otras disciplinas, como pudiera ser la sociología, sí desarrolló teóricamente categorías como “ciudadanía” y otras más relacionadas con la comunicación hipermedia.

Desarrollar una conciencia crítico-emancipadora implica vivir en un conflicto perenne y se hace imprescindible desplegar, ya sea de modo individual o colectivo, procesos de autorrevisión, autoevaluación, resignificación de sentidos, definiciones políticas, entre otros. Estamos en presencia de un proceso polémico, pero urgente y necesario. En palabras de Martín Barbero: “Es obvio que se trata de embriones de una nueva ciudadanía y un nuevo espacio público, configurados por una enorme pluralidad de actores y de lecturas críticas que convergen sobre un compromiso emancipador y una cultura política en la que la resistencia es al mismo tiempo forjadora de alternativas”.⁶

⁶ Ver cita de Barbero en Lezcano, Y.: *Hiperactiv@s.uh. Trazos e identidades cómplices. Proceso de aprendizaje para el empoderamiento ciudadano en la web de un grupo de estudiantes de la Universidad de La Habana*, Tesis de Licenciatura, Facultad de Comunicación, La Habana, 2012.

Quiere decir que si hablamos de un movimiento que impulse transformaciones por parte de los jóvenes en Cuba que hoy interactúan con las redes sociales, no bastaría con desarrollar una conciencia crítica *off-line*, aunque este podría ser uno de los primeros pasos. Sería imprescindible definir primero una agenda que guíe este accionar. Agenda que deberá ser coherente con la intención emancipadora y que se defina de forma grupal.

Aunque creemos que un proceso de emancipación puede responder a un deseo individual, sabemos que estos procesos deben ser grupales, para generar soluciones colectivas que impliquen la participación activa de la mayor cantidad de actores posibles. Pues es necesario también desarrollar capacidades para la movilización y organización tanto *off-line* como on-line. No basta con querer empoderarse. También es imprescindible poder hacerlo, tener la posibilidad, estar en Internet. Luego viene un punto neurálgico: saber hacerlo; y como nadie nace sabiendo, sería entonces aprender a hacerlo.

Cuando se suman todos estos elementos, emerge de modo espontáneo el concepto de participación. No asociado a la estructura dialógica de algunas redes sociales que tienen un alto índice de interacción y socialización entre los usuarios, sino a la que en algún momento José Luis Rebellato nos invitara a no solo formar parte, sino a ser parte y tomar parte, o a la que Carlos Núñez llamó “participación sustantiva”.

Por último, coincido con Yohana en que la educación ciudadana sobre/para la web en Cuba “debe (y tiene que) trascender la simple instrucción de funcionamiento de las aplicaciones para adentrarse, además, en una enseñanza que reflexione sobre los sentidos políticos

de toda práctica realizada en el espacio virtual” (publicado en letrajoven.wordpress.com).

¿Quién le tiene miedo al lobo? Búsqueda de un lema para jóvenes en red

Después de leerse el *post*, y de conocer la experiencia de Yohana, Caperucita decide no ir cantando ingenua por el bosque: “¡Quién le tiene miedo al lobo!” Ya sabe que el lobo existe y tiene poder; pero también ha descubierto que la cuestión no es temerle, sino buscar alternativas para hacerle frente.

La experiencia de ECW que desarrollamos en Cuba, y que ahora tiene lugar de forma experimental en otros grupos etarios, demostró que “el reconocimiento y cuestionamiento de los patrones de poder confluyentes en Internet junto al desmontaje y la reflexión sobre prácticas comunicativas en la web y la visión de la universidad como agente trascendental en la reconversión de formas de actuar y pensar, fueron la antesala de un proceso ascendente de concientización crítico-emancipadora que permitió convertir las potencialidades, convicciones y responsabilidades individuales en un espíritu grupal transformador, articulado desde sentidos políticos comprometidos con la realidad social”.⁷

El poder interactuar con redes sociales —y también con otras aplicaciones como los *blogs*— permitió a los jóvenes comprender ventajas y desventajas de cada una de ellas, llevándolos incluso, como grupo, a pensar acciones estratégicas en redes sociales. El análisis del contexto cubano y las proyecciones políticas que el Estado ha manifestado en relación con las nuevas tecnologías, no basta para lograr que los jóvenes se inserten en las redes sociales de una forma crítica. Además de las máquinas y de la conectividad, es necesaria una estrategia de formación integral que garantice una lectura crítica de las prácticas habituales que se desarrollan en la web.

Es imprescindible entonces apostar —al menos desde el ámbito universitario— por la formación de hombres y mujeres activos y críticos, que manifiesten este comportamiento en este otro escenario de sus vidas que son las redes sociales. La necesidad en Cuba hoy sería, además de continuar por el camino de soluciones tecnológicas propias que nos garanticen cierta independencia y continuar las estrategias para aumentar la cantidad y calidad



⁷ Lezcano, Y.: *Hiperactiv@s.uh. Trazos e identidades cómplices. Proceso de aprendizaje para el empoderamiento ciudadano en la web de un grupo de estudiantes de la Universidad de La Habana*, Tesis de Licenciatura, Facultad de Comunicación, La Habana, 2012.

de conexión a Internet, fomentar un proceso paulatino y consciente que garantice procesos de empoderamiento ciudadano que puedan empezar *off-line* pero que terminen por evidenciarse en el ciberespacio.

La concepción y metodología de la Educación Popular ha dado algunas luces de cómo invertir estas lógicas en pos del diálogo y la participación de sujetos sociales capaces de transformar esta realidad. El reto está ahora en adaptar esas lógicas metodológicas al escenario web. Cuando se habla de transformación social, de desarrollo local, de educación consciente y comprometida, de compartir saberes desde la colectividad y de construir esencias y sentidos políticos, se arriba de modo inevitable a los procesos de empoderamiento.

No son “modelos” de formación política ni tampoco “formas didácticas” de compartir conocimientos, sino una concepción pedagógica, política, cultural y ciudadana que aboga por la formación de sujetos capaces de adquirir y construir las herramientas necesarias para asumir la transformación de su entorno social digital. Por tanto, ante la visión de Caperucita se alzan los siguientes retos:

- Incorporar a la presencia seudoparticipativa y lúdica en las redes una perspectiva consciente y crítica de las prácticas en la web.
- Superar el entendimiento de “el poder” como un concepto abstracto, alejado de las realidades inmediatas de los jóvenes y, por tanto, ausente de las redes sociales, hasta comprenderlo como un proceso fundamental en la sociedad que permite a un actor social influir en las decisiones y acciones de otros actores sociales. Todos tenemos poder y el derecho a ejercerlo de una manera justa y humanista.
- Impulsar procesos de empoderamiento individual, grupal y social que conviertan a las redes sociales en escenarios que permitan ejercer los deberes y derechos de la ciudadanía.
- Entender las redes sociales en particular, y la Web 2.0 en general, no como herramientas técnicas de las que hacemos un mero uso instrumental, sino como un importante escenario de nuestra vida cotidiana donde reproducimos sentidos, significados e ideologías.

Cuando uno es pequeño cree en la magia de los cuentos infantiles. Se emociona cuando un leñador abre de un “tajazo” la barriga del lobo y salva a Caperucita, nativa digital, y a su abuela, quien hace el esfuerzo por entender las nuevas tecnologías. Ahora las hachas afiladas están al alcance de la mayoría. El bosque es parte

de la vida cotidiana. Es urgente formar sujetos preparados para asumirlas.

Los elementos prácticos y técnicos muchas veces se aprenden solos. Los elementos subjetivos y críticos de ese aprendizaje llevan mucho más tiempo comprenderlos, y tienen que competir con otras lógicas modernas y economicistas que fomentan la enajenación y otros fenómenos similares.

Ojalá sean muchos los leñadores que habiten nuestros bosques. Pero no son suficientes, es necesario formar Caperucitas Rojas preparadas para subvertir por ellas mismas, pues los poderes hegemónicos se posicionan en la red y a diario pasan desapercibidos en Facebook, Twitter, LinkedIn o Instagram.

Tengo una última convicción: el lobo no es tan fiero como lo pintan.

Bibliografía

- González, N.: *Educación para la Comunicación. Experiencias en instituciones de los ámbitos académico, mediático y comunitario*, Tesis de Maestría, Facultad de Comunicación, La Habana, 2013.
- Jara, O.: *La concepción metodológica dialéctica, los métodos y las técnicas participativas en la educación popular*, Alforja, San José, 1996.
- _____: *Educación política y ciudadana. ¿Qué educación y para qué ciudadanía? Controversias*, Doctorado Latinoamericano en Educación, Costa Rica, 2001.
- Martínez, A. y L. Odriozola: *Que cuenten los niños. Proyecto educocomunicativo orientado al desarrollo de competencias para la creación de productos comunicativos*, Tesis de Licenciatura, Facultad de Comunicación, La Habana, 2011.
- Puiggrós, A.: *Recaudos Metodológicos. Alternativas Pedagógicas, sujetos y perspectiva de la educación latinoamericana*, Buenos Aires, 1994.
- Recio, M.: *La hora de los desconectados. Evaluación del diseño de la política de “acceso social” a Internet en Cuba en un contexto de cambios*, Concurso CLACSO-Asdi, versión digital, La Habana, 2013.
- Romero, R.: “Caperucita Roja ya tenía perfil en Facebook”, *Rebelión*, 2012. Consultado en: <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=155264>
- _____: *La ruta del Escaramujo*, Tesis de Maestría, FLACSO, La Habana, 2013.



AllSt@r I-11: una reflexión en torno al poder 2.0

Iván del Toro Hernández
Yerisleydys Menéndez García

El escenario de reformas socioeconómicas iniciado en Cuba hace algún tiempo tiene identificado al espacio local como un nivel activo del desarrollo nacional y de experimentación de nuevas formas de gestión y proyección social. En el nuevo modelo de gestión que se está tratando de configurar se reconoce como un ámbito clave para hacer avanzar la economía del país y se aspira a que sea en este donde se generen e implementen de manera participativa la mayoría de las iniciativas y los proyectos de desarrollo, de forma que se fortalezcan el empoderamiento y la autogestión de la población y que los beneficios para las localidades se muestren de la manera más inmediata posible.

En este contexto de cambios destaca, por otro lado, la intención gubernamental de avanzar en una agenda de desarrollo a través de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Uno de los principales ejes del reciente Taller Nacional de Informatización y Ciberseguridad estuvo relacionado con la configuración de infraestructuras y prácticas para la gobernabilidad desde espacios electrónicos, en una apuesta por la digitalización de los procesos de gestión pública.

Sin dudas, la articulación de redes sociotécnicas de circulación e intercambio de información puede facilitar procesos de autoreconocimiento de sus actores en una instancia pública local. Por sus características, estas redes pueden ser participativas y movilizadoras de procesos de discusión y satisfacción de las demandas de sus miembros en órdenes culturales, políticos o económicos. En esta dirección, pueden concebirse como tecnologías generadoras de cambio social, en la medida que se consiga incentivar en tales procesos prácticas transformativas que se apropien de los paradigmas de la comunicación en redes, en función de la resolución y reformulación de necesidades concretas.

En consecuencia, se ha detectado la necesidad de implementar experiencias de alfabetización info-

comunicacionales que permitan a los distintos grupos sociales beneficiarios de estas políticas participar de manera activa en su uso y sistematizar estas experiencias en investigaciones. Desde octubre del año 2014 a mayo del 2015 se realizó como parte de un ejercicio de culminación de estudios, la investigación *AllStar I-11, una reflexión en torno al poder 2.0*, que se propuso impulsar un uso con sentido de las TIC en estudiantes del Politécnico de Informática Aguado y Rico, en Centro Habana.



¿Por qué hablar de las TIC en Centro Habana?

Algunas condicionantes socioeconómicas importantes de Centro Habana que inciden en la implementación de este tipo de experiencias están relacionadas con un nivel escolar de medio a bajo, el predominio de formas de gestión informales como medio de ingresos económicos, pocas ofertas laborales —predominando las del sector constructivo y los servicios comunales—, debilidad en los valores e integración moral con y para la familia, hacinamiento, población flotante, problemas constructivos, apatía, falta de identificación de los ciudadanos con el territorio, entre otras. Todo esto agravado por la ausencia de estrategias integrales de desarrollo local.

En materia de comunicación específicamente, todavía resultan insuficientes las acciones encaminadas a promover procesos de informatización, digitalización, automatización, etc. “Las interacciones básicas siguen siendo analógicas: la mayor parte de los servicios de cobros y pagos, la gestión de trámites, la difusión cultural, los flujos gerenciales, las cadenas de producción y servicios, entre otras funciones, han sido muy escasamente intervenidas por las TIC”.¹

Sin embargo, a pesar de la desconexión del país, existe hoy día en toda Cuba una cibercultura. “(...) la situación sociocultural en la que nos desenvolvemos imprime a nuestras relaciones sociales y a nuestros horizontes mentales la huella de lo digital/virtual/global encarnado en toda su amplitud en Internet, aunque el acceso a esta red esté diferido, sea limitado o incluso imposible. En todo caso la desconexión física no es causa forzada de la desconexión cultural, tampoco en la sociedad cubana que de muchas maneras es osmótica en relación con las más diversas redes que la circundan, en sus múltiples fronteras subjetivas y materiales”.²

De igual manera, los gobiernos de territorios como Centro Habana asumen que basta con el protagonismo del Estado en la puesta a punto de la infraestructura mínima necesaria, el marco regulatorio, y en la producción y disseminación de contenidos para que las TIC tengan un efecto en la racionalidad y eficiencia de los procesos sociales y económicos del conjunto de la sociedad, y que a la larga se convierta en un factor de mejora continua en los indicadores económicos y sociales. Esto muestra una concepción lineal del impacto de las

TIC en el desarrollo, al no considerar a la sociedad en su diversidad como protagonista y proveedora de contenidos y servicios.

A pesar de lo anterior, el municipio cuenta con condiciones favorables para impulsar este tipo de acciones desde una perspectiva integral e inclusiva. Ello puede afirmarse atendiendo a la presencia en el territorio de redes y articulaciones inter-institucionales para la gestión del desarrollo. Es además, uno de los municipios de mayor experiencia en cuanto al trabajo de las estructuras de gobierno con asesorías, proyectos e intervenciones sociales multidisciplinares donde la universidad y otras instituciones son partícipes.

Todo ello indica la posibilidad de mantener un trabajo sistemático en el territorio y de proyectar continuidades efectivas en función de fomentar su potencial de desarrollo endógeno en aras de procesos más profundos de crecimiento y cambio estructural. Estas características hacen de Centro Habana un espacio con potencialidades para convertir la información y la comunicación desde las TIC en capitales culturales esenciales para el desenvolviendo incluso de sus dinámicas sociales, de manera multisectorial y con las instancias de gobierno como actores primordiales.



¹ Recio, M.: “La hora de los desconectados. Evaluación del diseño de la política ‘acceso social’ a Internet en Cuba en un contexto de cambios”, trabajo presentado en el Concurso CLACSO-Asdi 2013, p. 25.

² Ibídem, p. 5.

Educomunicación y TIC, una propuesta para generar cambio social

En atención a lo antes mencionado, se generó en el municipio un Proyecto Educomunicativo para la reflexión crítica en torno a las relaciones de poder en la web con un grupo de estudiantes del Instituto Politécnico Aguado y Rico, de la comunidad de Los Sitios. Este proceso de aprendizaje grupal tuvo como guía metodológica la Investigación-Acción-Participación (IAP) y la Educación Popular (EP), y de estas se tomó el deseo de realizar una reflexión crítica en torno al poder en la sociedad *off-line* y el ciberespacio, ya que dichas propuestas metodológicas tienen como objetivo mostrarle a los ciudadanos sus oportunidades de hacer, de actuar, de que todas las relaciones que hace el ser humano en su vida son relaciones de poder, pero que depende de nosotros cómo las ejerzamos: de manera verticalista, impositiva y hegemónica o participativa, interactiva y horizontal.

El taller con los estudiantes de Los Sitios se propuso conformar un grupo de aprendizaje e intencionar la integración entre sus miembros, reflexionar sobre las relaciones de poder como relaciones sociales cotidianas presentes en la comunidad y en la web, y desarrollar y fortalecer herramientas comunicativas en diferentes plataformas web. De modo que el Proyecto Educomunicativo para la reflexión crítica en torno a las relaciones de poder en la web se diseñó y sustentó teóricamente en diversas dimensiones, las cuales iban dirigidas a diagnosticar las motivaciones y necesidades del grupo, integrar a los participantes y desarrollar la identidad del grupo, recuperar de manera colectiva, reflexiva y crítica las prácticas sociales y comunicativas de los protagonistas, fomentar la comunicación grupal, fortalecer los niveles de participación, concientizar las relaciones en la web como relaciones de poder, y aprender herramientas comunicativas en plataformas 2.0.

Esta tesis surgió como un taller para el empoderamiento ciudadano en la web (ECW) desde una perspectiva comunitaria, pero ello no se pudo lograr debido, entre otras razones, a problemas de acceso a la tecnología y a que el grupo no estaba acostumbrado a iniciativas educativas donde no se privilegia la reproducción del conocimiento, sino la construcción participativa de saberes otros. La coordinación, en consenso con los participantes, consideró que aun como colectivo no estaban preparados para asumir un proceso tan intenso y que era más factible dar pasos más pensados, más seguros en el camino hacia el empoderamiento. De modo que la reflexión crítica en torno a las relaciones de poder en la web es un primer momento vital en el transcurso hacia esa forma liberadora de ser e interactuar en el ciberespacio.

Hacer que la ciudadanía ejerza el poder de manera consciente y horizontal con el objetivo de impulsar un cambio positivo en su contexto inmediato exige un cambio en la mentalidad de las personas. Para sentirse y ser sujeto empoderado en la red de redes es necesario tener mayores competencias sobre la web, que se observe a lo digital como real, y, por sobre todo, se precisa transformar ese pensamiento conformista que hace al ser humano no cuestionarse su realidad y luchar por mejorarla.

Por ello, a medida que se fue desarrollando este trabajo de diploma, se diversificó y transformó su rumbo, lo cual es una de las potencialidades de la Educomunicación. Ella permite al investigador adecuarse a diversas situaciones, a no regirse por puntos preestablecidos, para responder mejor a las necesidades del grupo y no imponer metas externas que podrían entorpecer el proceso de aprendizaje.

Gracias a todo lo anterior es que este deseo de transformación a partir de las TIC pudo consumarse con resultados satisfactorios para los muchachos de Aguado y Rico y la coordinación, pese a las dificultades que se presentaron. A partir de la realidad social de los talleristas pudimos constatar que la comunidad de Los Sitios, en Centro Habana, exige, más que un cambio material sustancial, una transformación en la mentalidad de las personas. Por ello, en este consejo popular es necesario continuar conjugando acciones que se propongan transformar las causas y condiciones que favorecen las conductas socialmente desajustadas asociadas a la apatía, las indisciplinas sociales y el delito.

Después de la implementación del proyecto, pudimos verificar, además, que el aprendizaje de herramientas comunicativas en la Web 2.0 (Facebook, *blogs*) y el acercamiento a estas plataformas con una visión crítica hizo posible que los alumnos de Aguado y Rico comenzaran a apreciar a estas TIC no solo como un componente lúdico y desde una perspectiva instrumental, sino como un espacio para satisfacer sus necesidades expresivas.

La aprehensión crítica y con sentido de Internet en nuestro país se concentra principalmente en el marco académico universitario, por lo que un por ciento importante de actores sociales no tiene interacción con la red de redes o se acercan a ella desde una perspectiva instrumental y como forma de entretenimiento. Hacer de Internet una herramienta más socializada en la enseñanza previa a la universitaria es menester de nuestro gobierno.

En pos de generar ciudadanos activos en el ciberespacio, con una actitud problematizadora constante, es necesario que antes de ingresar a las filas universitarias los alumnos de los diferentes centros de enseñanza tengan

un acercamiento a Internet, no solo desde las nuevas vías de conexión al ciberespacio por las redes Wi-Fi, sino desde las escuelas, desde una teoría que proponga el uso con sentido de las TIC.

Algo trascendental en la experiencia y respondiendo a las lógicas de la Educación Popular, es que todos los que decidieron formar parte en este Proyecto Educativo para la reflexión crítica en torno a las relaciones de poder en la web tuvieron una participación activa en el diseño, implementación y evaluación de la experiencia y, por ende, fueron los agentes principales en el cómo se forjó esta tesis. De modo que podemos afirmar que al mismo tiempo que evolucionaba el taller, lo fueron haciendo los niveles de participación de los muchachos. Ello permitió que la toma de decisiones del proceso educativo se realizara de manera colectiva y permitió llegar a consensos en cuanto a los contenidos a tratar en el taller.

Las semejanzas entre los talleristas debido a tener la misma edad, pertenecer a la misma carrera, año y grupo del Instituto Politécnico Aguado y Rico hicieron que sus posibles diferencias como individuos no afectaran la dinámica del taller, sino que se complementaron en un interés colectivo por aprender sobre la web y sus posibilidades. Esto permitió llegar a niveles de cohesión que garantizaron el éxito en el proceso educativo, donde los muchachos se entendían como grupo incluso fuera de las sesiones del taller y la escuela.

De igual modo, la coordinación pudo demostrar que respaldar esta experiencia en las concepciones teórico-metodológicas de la Educación Popular y la Investigación-Acción-Participación hizo posible construir un proceso educativo continuo y coherente, donde todos sus momentos estaban interrelacionados. Esto, unido a la planificación e implementación de técnicas participativas por parte de la coordinación, acorde con los objetivos y temas tratados en cada sesión, ayudaron a desarrollar un ambiente sano para el debate, la socialización y la reflexión, así como la potenciación de una actitud cuestionadora en cuanto a las relaciones de poder hegemónicas.

Adentrarse en el mundo de los jóvenes de la escuela Aguado y Rico resultó ser una experiencia enriquecedora; lo cual no quiere decir que todo fue “a pedir de boca”. Propiciar la reflexión en estudiantes que están acostumbrados a una educación reproductiva fue harto difícil. Pero el deseo de aprender nos abrazó a todos, al punto de cohesionarnos en un grupo que tiene como fin una reflexión crítica sobre la web en pos de la transformación social.



Relaciones de género en el ciberespacio: múltiples caminos a la emancipación

Rayma de la Caridad Falcón Peñate

Mi interés por los temas de género comenzó hace algunos años. Una frase en una novela de la escritora chilena Isabel Allende me hizo detenerme a replantearme algunas cosas, en las que nunca había pensado. Aunque no tengo la sentencia exacta, decía algo así como que el corsé estaba diseñado no solo para ceñir la cintura, sino también la conducta de las mujeres. Después de eso vino la Nora de Henrik Ibsen. Entonces llegó la universidad y con ella las clases de género que me impulsaron a dar un portazo para dejar para siempre la *Casa de muñecas*.

Por ello, y como creo firmemente en el mejoramiento humano, me apasioné por el tema y de ese intenso amor nació un proyecto de investigación: un proceso educocomunicativo para la reflexión en torno a los temas de género en la web 2.0 con un grupo de niños y niñas de 6to. grado de la escuela primaria Renato Guitart.

¿Por qué analizar los temas de género en el ciberespacio? Esta pregunta la escuché muchas veces. Si los temas de género son complicados en la vida cotidiana, en la vida *on-line* lo son todavía un poco más, ya que no existen muchas investigaciones sobre el tema. Además, el contexto cubano hace todavía un tanto más compleja la empresa. Hablar de conectividad en nuestro país hace algún tiempo podía resultar hasta doloroso.

Sin embargo, comienza a experimentarse un notable cambio, no solo a nivel infraestructural sino a nivel de conciencia. La informatización de la sociedad se ha convertido en una voluntad política. “Díaz-Canel subrayó que la dirección de la Revolución está decidida a masificar el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, satisfacer las necesidades crecientes de información y servicios, elevar el bienestar de la población, acelerar el desarrollo económico y social y dar a conocer las razones de Cuba y nuestra verdad en la red de redes”.¹

¹ Guevara, Yurisander: “Las bases estratégicas de la informatización cubana”, <http://www.juventudrebelde.cu> (15/02/2015).

Esta realidad, unida al creciente interés a nivel mundial por las tecnologías y su impacto en la vida de los seres humanos fueron también punto de partida de la experiencia.

Eran gitanos nuevos (...) con sus loros pintados de todos los colores que recitaban romanzas italianas (...) y la máquina múltiple que servía al mismo tiempo para pegar botones y bajar la fiebre, y el aparato para olvidar los malos recuerdos, y el emplasto para perder el tiempo, y un millar de invenciones más, tan ingeniosas e insólitas, que José Arcadio Buendía hubiera querido inventar la máquina de la memoria para poder acordarse de todas. En un instante transformaron la aldea. Los habitantes de Macondo se encontraron de pronto perdidos en sus propias calles, aturdidos por la feria multitudinaria.²

Tal como los personajes de *Cien Años de Soledad*, la novela del inolvidable Gabo, los hombres y las mujeres desde su origen se han sentido atraídos por todo lo que signifique avance y desarrollo, e igual que José Arcadio Buendía han utilizado los inventos algunas veces como inspiración para construir laboratorios de alquimia, otras como armas de guerra. Las TIC han llegado a la vida de los hombres y las mujeres para revolucionarlo todo, están condicionando cada día más los modos de hacer y de pensar hasta convertirse en una mediación cultural en nuestra cotidianidad.

Lo novedoso del proyecto radica en la intención de entender cómo se manifiestan las relaciones de género en la web o, lo que es igual, el sistema de articulaciones e interacciones asociadas a la construcción social del género entendido como relaciones de poder de la vida

² García, Gabriel: *Cien años de soledad*, Editorial Arte y Literatura, La Habana, 2007, p. 21.

off-line y que tiene su correlato y (re)producción en las prácticas *on-line*. Pero también las potencialidades de las herramientas de la Web 2.0 permiten refundar estas relaciones denunciando la violencia y todo tipo de discriminación, convirtiéndose la red social en un escenario para enfrentar el poder patriarcal.

El hecho de que este proceso se fuera llevando a cabo con niños y niñas es también un reto mayor. En mi doble función de coordinadora y autora de esta investigación, tuve la intención de encaminar el proceso en dirección hacia un paulatino empoderamiento en la web con perspectiva de género. Este es un proceso mediante el cual los ciudadanos aprehenden técnicas y competencias comunicativas para interactuar en el ciberespacio y desarrollan una conciencia crítica emancipadora con respecto al tema de las relaciones de género.

A partir de este proceso, los sujetos protagonistas adquieren una visión diferente del mundo y sus prácticas en la web están condicionadas por sus conocimientos sobre género. Consiste en entender la web 2.0 como un espacio donde se legitiman relaciones de poder presentes en la sociedad, en particular las relaciones de género. Se trata de reconocer cómo la pertenencia a un género determina las prácticas en el ciberespacio.

Esta investigación fue un proyecto educ comunicativo que tuvo como metodología, concepción, filosofía, pedagogía de trabajo educativo idóneo a la Educación Popular. La Investigación-Acción-Participación fue el método de investigación necesario. ¿Cómo se imbrican en una experiencia los procesos de educ comunicación, Educación Popular e IAP? Estamos hablando entonces de tres procesos con cierto nivel de independencia, pero cada día encontramos más difusos los límites entre unos y otros. Los puntos de convergencia entre ellos, que fueron a fin de cuentas las características fundamentales de esta experiencia: participación sustantiva, reconocimiento de la producción de conocimientos a partir de la experiencia, transformación del entorno social, sujetos populares como protagonistas del proceso, horizontalidad, desarrollo de una conciencia crítica, empoderamiento, fomento de una cultura de la emancipación.

Fue un trayecto extremadamente complicado, con demasiados obstáculos, pero con importantes frutos. No considero que hayamos cumplido una meta al terminar los talleres; pienso que abrimos la puerta. Develar un prejuicio es una tarea que exige mucho de cualquier ser humano. Vivimos en una sociedad donde a cada minuto se naturalizan más los estereotipos; y no solo ocurre en el hogar y en la escuela, también nos exponemos a eso cuando estamos frente al discurso de los medios de comunicación masiva. Ello se complejiza en un escenario ambiguo, temido, donde

se reproducen concepciones de género basadas en el pensamiento patriarcal: el ciberespacio.

El primer reto en mi camino, sin lugar a dudas, fue la desconexión en la que hasta hace algunos meses estábamos inmersos. El grupo de diez desconocía la plataforma 2.0 y sus infinitas posibilidades. Si un mérito importante tuvo este proyecto, fue mostrarles las dos caras de la moneda: el mundo virtual puede ser benefactor o verdugo en dependencia de la utilización que de sus aplicaciones se haga.

En el ciberespacio podemos mirar a los ojos al peligro: pornografía, violencia, racismo, discriminación, desigualdad de acceso, el control por parte de los más poderosos, desinformación. Sin embargo, también nos encontramos con un terreno privilegiado para ejercer el derecho ciudadano. Las lógicas de la web 2.0 no contiene implícitamente ni garantizan la democracia, pero la viabilizan.

Como grupo, tuvimos dos retos importantes: educarnos para la comunicación *on-line* y entender cómo se manifiestan las relaciones de género en la web. Trabajar con YouTube complejizó aun más el proceso. Estamos hablando de una red social prácticamente desconocida en Cuba y bastante peligrosa por la información que ofrece. De ahí que se asumiera este ejercicio desde la ética y el profesionalismo.

A lo largo de trece encuentros reflexionamos, compartimos criterios y llegamos a conclusiones sobre el tema. Aprendimos unos de otros. Aunque los niños no sepan qué es ser ciudadano en la era de la información y la comunicación, puedo afirmar que tenían la disposición. Prueba de ello es el material audiovisual que realizaron con el sello del grupo, el cual está relacionado con lo que más los afecta en su vida cotidiana: la discriminación. Este producto comunicativo apela por la equidad de género y el derecho de los niños y las niñas a ser libres de estereotipos. Así, aprovecharon las posibilidades brindadas por YouTube para hacer su propio reclamo y exponer sus puntos de vista.

Al grupo le queda mucho por recorrer. El trabajo con seres humanos es muy rico, no es exacto ni se puede predeterminedar. En una sociedad como la nuestra, donde la crisis de valores es una realidad inminente, me gusta creer en la gente, en lo bueno que puede haber en cada persona. Me niego a pensar que todo está perdido. Mientras podamos soñar, podremos luchar y podremos vencer.



Herramientas para una comunicación inclusiva¹

Una visualidad inclusiva

¿Cómo identificar si el lenguaje visual que utilizamos tiene rasgos discriminatorios y sexistas? Es importante saber identificarlos, así como conocer las alternativas para que la visualidad promueva la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

Lenguaje visual

Sexista, androcéntrico y excluyente (no recomendable)	Inclusivo, no sexista y sensible a género (recomendable)
Utilizar imágenes que presentan a la mujer como objeto sexual, con destaque de sus atributos físicos. Es común en la publicidad, donde muchas veces las mujeres son el “gancho” para promover y vender servicios y productos.	Seleccionar imágenes que incorporan la presencia de personas con distintas características físicas, étnicas, socioeconómicas, etarias (de edad) para representar la diversidad real que existe en la sociedad; sin tratar a mujeres ni a hombres como si fueran objetos.
Reforzar estereotipos de género asociados tanto a lo masculino como a lo femenino. Cuando se relacionan, por ejemplo, elementos gráficos que simbolizan la fragilidad y la ternura con las mujeres, mientras a los hombres se les representa con íconos propios de la virilidad y la fortaleza. Otra práctica es el uso de colores que suelen asociarse con determinado sistema sexo/género (el rosado es femenino y el azul, masculino).	Concebir el empleo de elementos visuales que presenten a mujeres y hombres sin marcarles con atributos propios del concepto tradicional de feminidad y masculinidad.
Asignar roles de género considerados tradicionales. Por ejemplo, visualizar a las mujeres trabajando en la cocina o en el cuidado de la casa y su familia; y en cambio, a los hombres se les muestra activos en el ámbito público.	Recrear la presencia de mujeres y hombres en el desempeño de papeles diversos, sin caer en las representaciones tradicionales. Mostrar la capacidad de unos y otras en los ámbitos privados y públicos. Intencionar la participación de los hombres en el cuidado de bebés y otras personas dependientes, o en nuevas formas de trabajo que han sido atribuidas sobre todo a las mujeres. De igual modo, ellas ocupan otros espacios que antes fueron terreno masculino y que vale la pena visibilizar.

¹ Tomadas de Tamara Roselló: *Comunicamos sin exclusión. Cartilla no sexista por una comunicación sensible a género y a favor del desarrollo*, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, 2014. Este material puede ser utilizado tanto en la formación como en procesos comunicativos en Internet.

Lenguaje visual

Emplear diferentes técnicas y tratamientos que generan asimetrías en la imagen que se da de mujeres y hombres. Es decir, el enfoque que se hace para encuadrar una toma coloca en primeros planos a los hombres, aunque las mujeres presentes tengan roles activos a la par de sus compañeros. Si al mostrarlos a ellos se les dedica mayor espacio en una publicación, también puede ser un indicador de concepciones sexistas y androcéntricas.

Enfocar de manera equilibrada a hombres y mujeres que participan en una misma actividad. Tratar en las propuestas gráficas que las mujeres estén en posturas activas, junto con las figuras masculinas, no de brazos cruzados ni rostros ausentes. Evitar que ellas aparezcan en silencio, como si recibieran órdenes o estuvieran en posición de desventaja. De ese modo se promueve con imágenes la autonomía de las mujeres. Otra solución es alternar fotos (tomadas a hombres y a mujeres indistintamente) y tener en cuenta sus dimensiones, de manera que no se privilegie la figura masculina sobre la femenina.

Usar la figura masculina con carácter genérico para representar a la totalidad de las personas, desconociendo las identidades diversas (de procedencia, generacional, sexual, profesional, cultural, etc.).

Evitar que la imagen del hombre se tome como modelo único y universal en representación del conjunto social. Mostrar la diversidad humana con la presencia de diferentes mujeres y hombres.

No hay correspondencia entre la imagen que se muestra y el texto que la acompaña. En ocasiones se dice algo con palabras y visualmente se muestra una información de otro tipo. En otras oportunidades el lenguaje que se usa excluye a las mujeres aunque la imagen las incorpore.

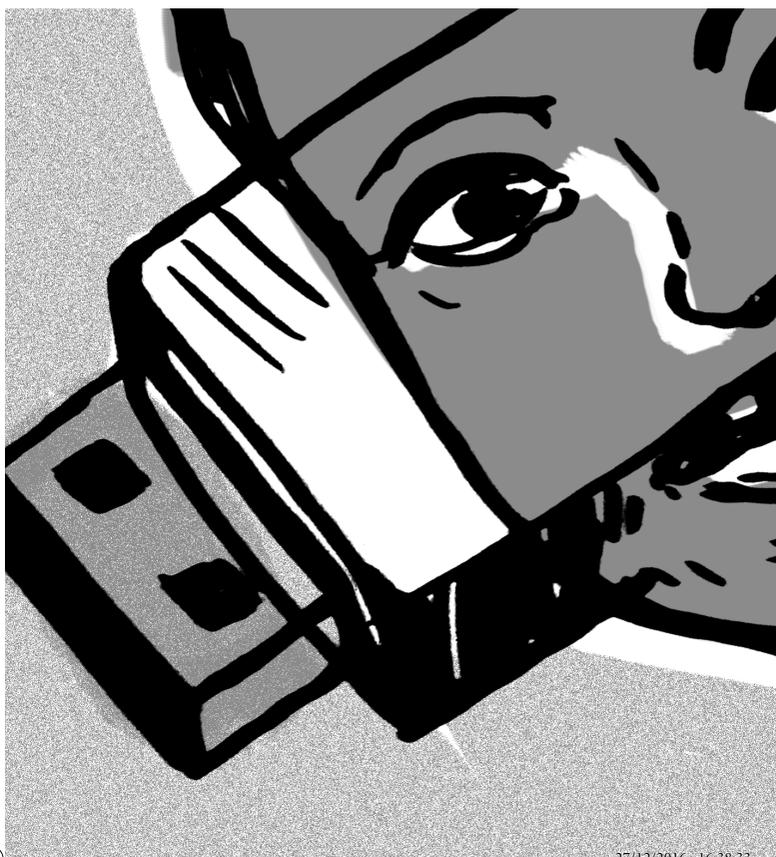
Revisar la coherencia entre imagen y texto, para que no haya ambigüedad en el mensaje que se comparte ni se muestren estereotipos sexistas. No emplear imágenes de mujeres como adorno o relleno, si no se justifica en el contenido la presencia visual de ellas.

Test de sexismo

Selecciona un espacio informativo (de la prensa impresa, digital, radial o televisiva) al que puedas acceder durante dos o tres días y contesta las preguntas que se incluyen a continuación. Obtendrás así parámetros para determinar si es o no sexista:

- ¿Qué hechos son considerados noticia?
- ¿Cuántas veces se menciona a personas del sexo femenino? ¿A qué se les vincula?
- Compara la presencia masculina con la femenina. ¿Cuál es la idea que se transmite de las mujeres y cuál de los hombres?
- ¿Se incluyen fotografías o imágenes de ellas o de ellos? ¿Está equilibrado el tratamiento visual que reciben? ¿En qué espacio aparecen las mujeres y en cuáles los hombres?
- ¿Cuántas informaciones son presentadas o reportadas por hombres y cuántas por mujeres?
- ¿Qué temáticas abordan ellas y cuáles ellos?
- ¿Se utiliza lenguaje inclusivo?
- ¿A qué conclusiones te lleva este somero análisis?
- Como receptor o receptora, ¿qué cambios le sugieres al espacio informativo con respecto a la comunicación no sexista?

Fuente: Teresa Meana Suarez: *Porque las palabras no se las lleva el viento*, Ed. Ayuntamiento de Quart de Poblet, España, 2004. (http://www.inmujeres.gub.uy/innovaportal/file/21640/1/3_ayuntamiento_quart_de_poblet_lenguaje_no_sexista.pdf)



Proceso editorial con perspectiva de género

- Definición de la agenda

Los temas priorizados incluyen la mirada desde los nuevos paradigmas propuestos de lo femenino y lo masculino, potencian la igualdad, el empoderamiento de las mujeres y superan estereotipos de género.

- Redacción de noticias

El tratamiento de un tema o hecho toma en cuenta cómo este afecta a las mujeres y a los varones. Recopila información para abordar su impacto de manera diferenciada (se localizan y usan estadísticas desagregadas por sexo).

- Planificación de entrevistas

Busca los puntos de vista de mujeres y hombres sobre el tema o hecho a tratar. Cuenta con un directorio que incluya a mujeres y a hombres que puedan aportar informaciones sobre los tópicos de la agenda del medio.

- Datos de apoyo

Localiza otras publicaciones que aborden el mismo tema y que puedan servir como referente o aportar elementos históricos o de contexto. Las fotografías y las infografías son modos de compartir información, considerando la comunicación no sexista. Es posible incorporar resultados de encuestas y sondeos de opinión que sumen más puntos de vista, tanto de mujeres como de hombres, desde su sabiduría popular. Otra manera es dejar un canal abierto para que las personas comenten sobre el tema en cuestión.

- Edición del material disponible

Cuida que el texto a publicar cumpla con los aspectos anteriores. Hay que velar por el equilibrio de género logrado en el conjunto de informaciones y otros contenidos disponibles en el sitio o boletín.

- Socialización del producto

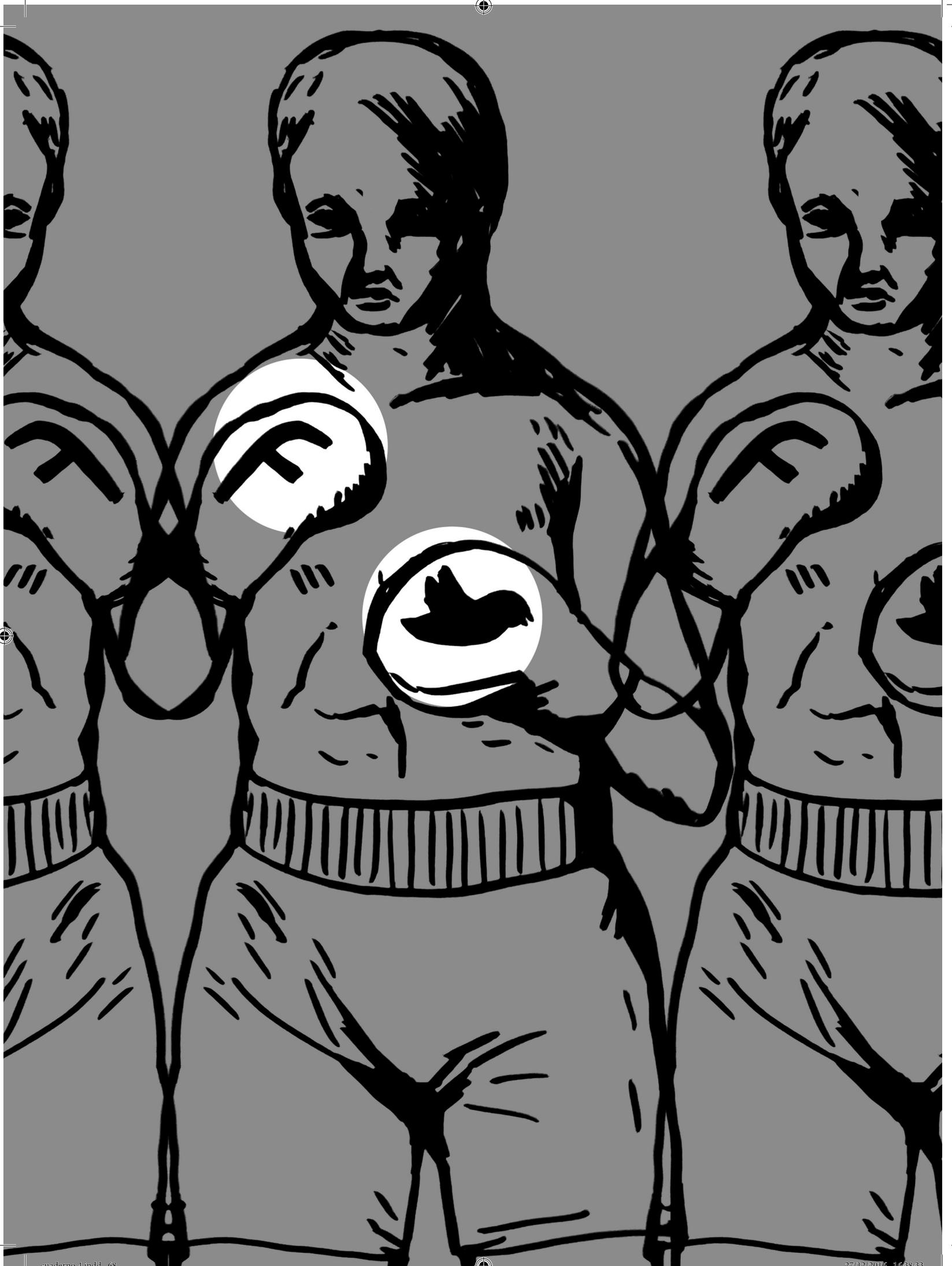
Una buena definición de quiénes serán las personas interlocutoras, ayudará en la divulgación de cada edición o actualización. Se pueden ubicar algunos de los textos en un mural para motivar la búsqueda del resto de la información del producto comunicativo o aprovechar las redes sociales y colocar un enlace que lleve a un trabajo de interés para el público.

El correo electrónico y las listas de distribución son opciones para poner a rodar los reportes. Eso sí, hay que considerar como parte de la audiencia tanto a mujeres como a hombres, a ambos les interesará leer, co-

mentar y hasta colaborar con próximas entregas de la publicación.

Para profundizar en estas temáticas te sugerimos ir a nuestro Centro de Documentación Paulo Freire, aquí en el Centro Martin Luther King, Jr., donde además de un módulo sobre género y diversidades, encontrarás vasta bibliografía que recrea estas temáticas. Asimismo te será útil el cuaderno *Comunicación Popular No. 2*, publicado por la Editorial Caminos en el año 2012 con el título “Hacer nuestra palabra”.





@Twitter y Me Gusta Facebook, (re)aproximaciones a las redes sociales

Jorge Carlos de La Paz
Miguel Ernesto Gómez Masjuán

En el 2011, la llamada “Primavera Árabe” conmocionó al mundo. Las revueltas populares en Túnez y Egipto terminaron con los largos gobiernos que mantuvieron Ben Ali y Hosnik Mubarak en esos países. No pocos identificaron a las redes sociales como elementos fundamentales que facilitaron el cambio político. Estas posiciones relanzaron el debate sobre el impacto real de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) — con especial énfasis en las redes sociales — en los procesos políticos.

Algo similar ocurrió con el Movimiento 15M en España y en el EuroMaidan de Ucrania, donde, según Pablo Barberá y Megan Metzger “los *social media* fueron una herramienta fundamental para la organización de las protestas de Kiev, así como el mecanismo más importante para la difusión y el intercambio de información tanto dentro de Ucrania como en el extranjero”.¹

Por un lado, blogueros, tuiteros, periodistas e investigadores valoraron estos procesos como “revoluciones 2.0”, a partir de la importancia que, de acuerdo con ellos, tuvieron las TIC en el resultado final. Estas posiciones de los “ciberoptimistas” analizan solo impactos positivos de las redes sociales en la política e infieren que estas fortalecen la democracia y la esfera pública.² Así se explican metáforas como “revoluciones en Twitter” o “rebeliones en Facebook”; mientras, en el lado crítico, otros estudiosos como Malcolm Gladwell proclamaron

que esos procesos políticos habrían ocurrido con o sin las redes.³

Las TIC habían sido solo otra herramienta utilizada por las personas que se oponían a esos gobiernos y, por tanto, su papel fue mucho menos relevante que el que les asignaron los “entusiastas digitales”. “Los evangelistas de los *social media*, como Clay Shirky, creen que un amigo en Facebook es lo mismo que un amigo real y que afiliarse al registro de donantes en Silicon Valley es, en la actualidad, activismo en el mismo sentido que era sentarse en una esquina de una bar segregado en Greensboro, en 1960”.⁴

Medios de comunicación, junto con diferentes análisis académicos, basados más en impresiones que en datos empíricos, presentaron a las redes sociales como actores principales de las revueltas. “Sobre la Primavera Árabe (...) muchos atribuyen estas movilizaciones a elementos mágicos como las TIC. Estas interpretaciones misticadoras ocultan la esencia de procesos sociales muy complejos y diversos”.⁵

Las revoluciones árabes no fueron tuiteadas, blogueadas o recibieron “Me gusta” en Facebook. Las redes sociales jugaron un rol comunicativo en las protestas, pero fueron solo uno entre los diferentes medios. Manuel Castells, en su libro *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*, quizás sobreestima el papel desempeñado por las redes sociales e Internet en las protestas.

De acuerdo con Saint-Upéry, las redes sociales y las TIC “no eliminan milagrosamente las leyes del mundo

1 Barberá, Pablo y Megan Metzger: *Tweeting the Revolution: Social Media Use and the #Euromaidan Protests*, 2014. Disponible en URL: http://www.huffingtonpost.com/pablo-barbera/tweeting-the-revolutions_b_4831104.html. Consultado el 6 de marzo de 2016.

2 Ver Ritter, Daniel y Alexander Trechsel: “Revolutionary Cells: On the Role of Texts, Tweets, and Status Updates in Nonviolent Revolutions”, 2011, Artículo presentado en la conferencia Internet, Voting and Democracy, Laguna Beach, California. Disponible en versión digital. Ver también Castells, Manuel: *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*, Alianza Editorial, Madrid, 2012, p. 296.

3 Ver Gladwell, Malcolm: Small Change: “Why the Revolution Will Not be Tweeted”, *The New Yorker*, 2010. Disponible en URL: http://www.newyorker.com/reporting/2010/10/04/101004fa_fact_gladwell. Consultado el 7 de marzo de 2016.

4 Ibídem.

5 Espino Sánchez, Germán: *¿Ciberrevolución en la política?*, Editorial Fontamara, México, 2012, p. 302.

social y político; crean nuevos circuitos y nuevas sinergias, pero no inventan ni recombinan *ad libitum* las lógicas y los repertorios de la movilización. Parafraseando a Carlos Marx, se podría decir que los activistas de Internet hacen su propia historia, pero no la hacen a su libre arbitrio, bajo circunstancias elegidas por ellos mismos, sino bajo aquellas circunstancias con que se encuentran directamente, que existen y les han sido legadas por el pasado”.⁶

A mediados de la segunda década del siglo XXI, de seguro nadie se atrevería a negar el papel de las redes sociales como espacios de expresión, articuladores de agendas alternativas en la vida pública y de nuevas formas de participación de los ciudadanos en las sociedades contemporáneas. Aunque tampoco nadie debiera pasar por alto sus límites y desafíos, en especial los relacionados con la privacidad de los contenidos.

Características

Los sitios de redes sociales (SRS) constituyen, en la actualidad, una de las aplicaciones preferidas por la mayoría de los usuarios que acceden a Internet, los cuales encuentran en estos espacios diversas posibilidades y oportunidades para obtener información e interactuar con otros. Los elevados tiempos de permanencia que registran los internautas en estas plataformas y la capacidad de aglutinar uno de los nichos de audiencia más grandes de todos los tiempos, han convertido a estas aplicaciones en uno de los sucesos más importantes dentro de Internet.

Los SRS poseen una característica que los distinguen del resto de los sitios que existen en la web: constituyen una especie de plaza pública virtual, un espacio en donde conocer, conversar y compartir. En estos entornos el principio de la interactividad es esencial. Este supone una relación más estrecha, directa y personalizada entre dos actores de la comunicación que intercambian constantemente sus roles de emisión y recepción de contenidos. En ellas los usuarios son los protagonistas de un flujo comunicativo cada vez más creciente, mientras que los medios de comunicación, a través de su uso conveniente, encuentran nuevas formas de relacionarse con sus públicos.

Las principales plataformas sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Google+) cuentan con herramientas que permiten articular en un mismo contexto las opciones comentar, conversar, compartir, etiquetar y manifestar las preferencias. Las mismas demuestran el potencial

⁶ Saint-Upéry, Marc: “Las dimensiones de la revolución democrática árabe”, *Revista Nueva Sociedad*, No. 232, marzo-abril, 2011. Disponible en URL: http://www.nuso.org/upload/articulos/3758_1.pdf. Consultado el 3 de marzo de 2016.



que poseen los nuevos ecosistemas mediáticos para propiciar mayor participación. La ciudadanía puede construir en estos escenarios tecnológicos sus propias agendas mediáticas, conformar comunidades de acuerdo con intereses, concretar acciones sin necesidad de contar con instituciones u organismos como mediadores.

A continuación se mostrarán una serie de puntos que exponen la capacidad de estas herramientas para la articulación de procesos más democráticos, participativos y de debate público. Esto contribuirá a propiciar un enfoque alternativo con respecto a los críticos más “apocalípticos” que califican a los SRS como herramientas de control y dominación que por sus características comerciales provocan efectos “nocivos” en sociedades que intentan construir modelos progresistas.

- Los sitios de redes sociales favorecen que la comunicación entre las instituciones y los ciudadanos sea bidireccional y sin intermediarios o filtros.
- Estas plataformas brindan a sus participantes la posibilidad de poder construir sus propias agendas personales en función de los contenidos que más le interesen, con los puntos de vista más variados, sobre todas las cuestiones de interés ciudadano.
- Los SRS favorecen que se tejan nexos y comunidades en torno a temas de interés común, los cuales ejercen una clara influencia en el quehacer de las instituciones políticas y mediáticas a partir de la presión que realizan los usuarios en demanda de sus intereses.
- Por sus estructuras más horizontales, los SRS potencian la conformación e intercambio de opiniones por parte de la ciudadanía y, por ende, son un campo fértil para la práctica del ejercicio de la democracia.
- Estas plataformas contribuyen a consolidar el papel de la sociedad civil y, por ende, de creación de espacios para un debate público más participativo que incrementan las capacidades de los ciudadanos de organizarse a mayor escala.

El escritor, filósofo y semiólogo italiano Umberto Eco reconoció: “(...) el fenómeno de las redes sociales también es positivo, no solo porque permite a las personas estar en contacto entre ellas (...) Alguno ha dicho que, si hubiera existido Internet en los tiempos de Hitler, los campos de exterminio no hubieran sido posible porque la información se hubiera difundido viralmente”.⁷

⁷ Scolari, Carlos: Umberto Eco, el hombre que sabía todo, 2016. Disponible en URL: <http://hipermediaciones.com/2016/02/20/umberto-eco-el-hombre-que-sabia-todo-una-lista>. Consultado el 17 de marzo de 2016.

No obstante, como señalara la periodista Paola Rodríguez: “(...) para que ocurra un uso pleno y eficaz de esas posibilidades debe existir un tejido social con voluntad política para la participación e intervenir en el proceso de toma de decisiones con ciertas garantías como el acceso a las condiciones técnicas, económicas y culturales que lo permitan”.⁸

La interactividad no se garantiza únicamente con el solo hecho de contar con códigos de programación que faciliten la existencia de interfaces funcionales para el intercambio; sino que se necesita, además, una filosofía de trabajo orientada a otorgar a esta dimensión de la comunicación la importancia que merece. Para sacar un mejor provecho del potencial que brindan estas plataformas es necesario conocer las mejores prácticas que posibilitan su mejor uso, así como las herramientas que viabilizan el logro de aquellos objetivos

En lo adelante se exponen una serie de buenas prácticas y herramientas destinadas a sitios de redes sociales, concretamente en las plataformas Twitter y Facebook, dada su extensión, facilidades de uso y popularidad, que favorecen los procesos de construcción de sentido y de socialización política por parte de la ciudadanía.

Twitter, de la vitrina virtual a la arena pública

“¿Qué ha forjado Dios?” Este fue el primer mensaje emitido por Samuel Morse, a través de un cable telegráfico desde Baltimore hasta Washington, el 24 de mayo de 1844. El texto tenía 21 caracteres. La primera comunicación de Alexander Graham Bell con su asistente de laboratorio, 28 años después, fue un poco más larga: “Sr. Watson, venga aquí, necesito verlo”. Casi un siglo más tarde, Ray Tomlinson envió el primer correo electrónico desde una computadora ubicada en Cambridge, Massachusetts, hasta otra situada a su lado. Tomlinson optó por colocar apenas las 10 letras que aparecían en la parte superior de su teclado, “QWERTYUIOP”. En marzo de 2006, Jack Dorsey, uno de los creadores de Twitter, la principal red de *microblogging* en el mundo, publicó su primer tuit: “preparando mi twttr”. Solo tenía 24 caracteres de longitud. Todas estas innovaciones tecnológicas comparten al menos dos elementos comunes: no fueron extensas, pero sí influyeron en la manera en que nos comunicamos.

Twitter surgió en el año 2006, pero, en realidad, fue a partir de 2007 que comenzó a crecer como red social. La

⁸ Rodríguez, Paola: *Lo posible cabe en 140 caracteres. Acercamiento a las prácticas de participación ciudadana expresadas por un grupo de usuarios cubanos en Twitter*, Tesis de Licenciatura en Periodismo, Universidad de La Habana, 2014, p. 57.

brevidad y la rapidez de emisión y recepción de los tuit ha sido una de las principales cualidades de esta red de *microblogging*. Quizás, en un inicio, muchos hayan pronosticado que sus días *on-line* serían pocos, pero casi una década más tarde las cifras muestran “cuotas de popularidad e impacto informativo hasta desconocidas en otros medios y soportes de comunicación”.⁹

Los usos más frecuentes de Twitter se orientan a “anunciar recursos de información, construir redes de fuentes, crear comunidades, distribuir contenidos entre la red de seguidores, seguir acontecimientos de interés en directo, intercambiar opiniones a propósito de eventos, conferencias, foros, coordinar acciones grupales y determinar los ítems de la agenda mediática”.¹⁰ Además, Naama y otros aseguran que Twitter se diferencia de otras redes sociales en, al menos, tres elementos: la naturaleza pública y/o personal de la comunicación y la conversación, la brevedad de los contenidos publicados, y la conformación de un espacio social altamente conectado, donde la mayor parte del consumo de información es facilitado y conducido por redes articuladas de contactos en línea.¹¹

De acuerdo con el profesor español José Luis Orihuela, uno de los investigadores que más ha estudiado Twitter, entre las principales características del modelo comunicativo de esta red aparecen:¹²

- **Asimétrico:** una red social de relaciones optativas (seguir/ser seguido) en la que no se requiere el consentimiento mutuo entre los usuarios.
- **Breve:** los tuit están limitados a 140 caracteres.
- **Descentralizado:** una arquitectura variable multipunto-multipunto definida por las decisiones de cada usuario.
- **Global:** un servicio que está disponible en varios idiomas.
- **Hipertextual:** un entorno de lecto-escritura en el que cada tuit contiene enlaces por defecto (el

nombre del usuario y el enlace permanente del mensaje) y en el que el uso de símbolos como @ y # generan enlaces de manera automática.

- **Intuitivo:** un concepto de aplicación y una interfaz web orientados a usuarios no expertos, basados en la simplicidad y la facilidad de uso.
- **Multiplataforma:** una aplicación con la que se puede interactuar desde clientes de mensajería, de correo, de SMS, navegadores Web y sus extensiones, computadoras de sobremesa, laptops, tabletas, móviles.
- **Sincrónico:** una temporalidad definida por la vertiginosa fugacidad de la línea de tiempo en el que tienden a coincidir los tiempos de publicación y lectura.
- **Social:** un conjunto de comunidades y relaciones definidas por cada usuario.

9 Islas, Octavio: *El tránsito de la blogosfera a la twittosfera*, 2010. Disponible en URL: http://www.academia.edu/6008946/El_transito_de_la_blogosfera_a_la_twittosfera_o_como_Internet_se_ha_encargado_de_dar_razon_a_las_tesis_de_Marshall_McLuhan. Consultado el 18 de marzo de 2016.

10 García, Leydis y Daimi Díaz: *Del yo-rey al nosotros-red*, Tesis de Licenciatura en Periodismo, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, 2009.

11 Ver Naaman, M., Jeffrey Boase, Chih-Hui Lai: “Is it Really About Me? Message Content in Social Awareness Streams”. The 2010 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work, Georgia, EE.UU., pp. 189-192. Disponible en <http://infolab.stanford.edu/~mor/research/naamanCSCW10.pdf>.

12 Orihuela, José Luis: *Mundo Twitter: una guía para comprender y dominar la plataforma que cambió la red*, Editorial Alienta, Barcelona, 2011.



Buenas prácticas en Twitter

Twitter se suele definir como un servicio de *microblogging*, debido a su similitud con los *blogs*. Además del envío y lectura de mensajes de textos, este servicio puede incluir enlaces a informaciones más extensas en otras páginas, fotografías, audio y video.

Algunas de las mejores prácticas en esta plataforma son las de tener el valor de la primicia y tuitear en tiempo real hechos con amplio interés noticioso. La inmediatez constituye una de las principales funcionalidades de Twitter. Para aumentar el alcance exponencial de los mensajes es importante publicar cuando tengas mayor cantidad de usuarios conectados y valorar cómo transmitir la información en dependencia del público objetivo.

Resulta de suma importancia identificar y segmentar a los usuarios más influyentes de nuestra audiencia en Twitter —no solo por el número de seguidores, sino por la cantidad de interacciones que generan con sus mensajes—, así como a aquellos que más contribuyen a expandir los mensajes del perfil. Después de conocer cómo se compone su audiencia, es recomendable darle seguimiento a estas cuentas antes mencionadas, retuitear o darle “Me gusta” a sus contenidos.

Constituye una práctica efectiva, etiquetar dos o más usuarios —en dependencia de la disponibilidad de caracteres— influyentes o líderes de opinión que tengan relación con el tema publicado. Cada vez que se haga referencia a una personalidad relevante o a una institución debe ser mencionada con su nombre de usuario.

Con esto aumentará la interacción con sus usuarios —ya que cada una de estas acciones quedará registrada en las notificaciones de esas cuentas con importancia—y como consecuencia se acrecentará la capacidad de que sus contenidos reciban un tratamiento recíproco o sea mencionado, retuiteado, etc. El objetivo es conseguir una interacción real y con calidad, no buscar visibilidad y aprobación.

Los mensajes deben optimizarse de acuerdo con la cantidad de caracteres de Twitter, para evitar el corte de palabras o el uso de abreviaciones que pudieran confundir al usuario o impedirle la correcta comprensión del texto. Del total de tuit publicados, entre un 20 % y un 30 % debe ser contenido propio. Cuando se trate de un mensaje de otra institución, editar el texto para que cumpla con las normas editoriales y estilísticas del perfil, sin dejar de dar crédito a la fuente original. Para citar a las fuentes de los enlaces, fotos o videos, realizar una mención “@usuario” con el tema del artículo o escribir al final del tuit “vía@nombre de usuario”.

Los tuit se publicarán bajo las siguientes pautas:

- Al menos el 50 % de los tuit debe contar con recursos gráficos (foto, infografía, *gif* animado, video). Las fotos y *gif* animados preferiblemente con una dimensión de 1024 píxeles de ancho por 512 píxeles de alto. Mientras que los videos nativos no deben superar los 30 segundos.
- Redactar los mensajes de modo cercano, claro y comprensible para el usuario.
- Cumplir con las normas gramaticales y ortográficas de uso regular.
- Colocar enlaces recortados en todos los mensajes, a través de aplicaciones web simplificadoras de URL (como bit.ly y goo.gl). El mismo puede ser ubicado con preferencia al final del mensaje.
- Usar de forma medida los *hashtag*. No emplear este recurso en todos los tuit, solo cuando sirva de aporte a los contenidos referentes a un tema particular.
- Utilizar estas etiquetas para agrupar los tuit en conversaciones que los usuarios pueden seguir o en las que pueden interactuar.
- Adoptar etiquetas específicas y segmentadas para cada contenido, que sirvan para fomentar la participación sobre eventos o festivales (ej.: #CopaAmérica2015), seguir una conversación específica de una comunidad, grupo o tema (ej.: #FelizDíaDeLaMujer), informar un acontecimiento (ej.: #todossomoscharlie), realizar concursos y promociones, publicar contenidos por palabra clave (ej.: #CommunityManager) o generar un *trending topic*.
- Emplear de preferencia más de un *hashtag* por cada tuit, y un máximo de tres.
- Aprovechar los *hashtag* para organizar y participar en los *chats* de Twitter.
- Para los *hashtag* que están formados por más de una palabra, es recomendable emplear el estilo *CameCase* (usos de mayúsculas y minúsculas en distinta posición a la inicial) para mejorar la legibilidad. Por ejemplo: #ElMundoEstaConMaduro, #DerechosDeCuba, entre otros.
- No se debe emplear un *hashtag* en cada palabra del tuit. Se debe evitar su abuso, así como tampoco escribir etiquetas muy largas (ej.: #Megustanlasredessociales). No escribir *hashtag* de algo que no tiene relación con el post, ni aprovechar los *trending topics* para promocionarse. Si se incluye un *hashtag* que es *trending topic*, hacer referencia a este en el tuit. Evitar el empleo de etiquetas muy generalistas como el *hashtag* #Cuba.

¿Cómo interactuar con la audiencia en Twitter?

- Se responderá de forma inmediata a cada mensaje directo de los usuarios y a las preguntas realizadas a través de la estructura @usuario+contenido por la misma vía en la que se transmitió la interrogante, asumiendo lo pautado en la política editorial de la institución. Si el encargado de gestionar las redes conoce la respuesta, responde; en caso contrario, pregunta al resto del personal de la institución. Se recomienda no superar los 30 minutos después de realizada la pregunta para emitir la respuesta.
- Para responder a la audiencia, emplee el sentido común; y si algo ha fallado, reconózcalo. Con respecto a los comentarios ofensivos, no se deben aprobar aquellos que sean insultantes, que empleen malas palabras y que vayan en contra del perfil de la institución.
- No se deben eliminar los tuit que generen problemas, ya que esto causaría más polémica, por lo que se recomienda ofrecer disculpas lo más pronto posible.
- Enviar mensajes personalizados con informaciones de primera mano a líderes de opinión en determinados grupos o comunidades.
- Agradecer a los usuarios por seguir al perfil de la organización a través de respuestas o menciones.
- Buscar la colaboración de usuarios testigos de una noticia o conocedores de un tema.
- Congratular al seguidor que completa un número cerrado.
- Alentar a los usuarios a realizar votaciones, preguntas y emitir respuestas a través del empleo de las etiquetas sugeridas por la organización.
- Construir historias, comentarios o artículos de investigación a partir de la opinión de los tuiteros sobre temas importantes de la actualidad.

Herramientas para Twitter

A continuación se muestran una serie de herramientas que facilitan la realización de cada una de las acciones antes mencionadas. También se coloca una breve descripción de estos recursos para que identifique sus funciones específicas.

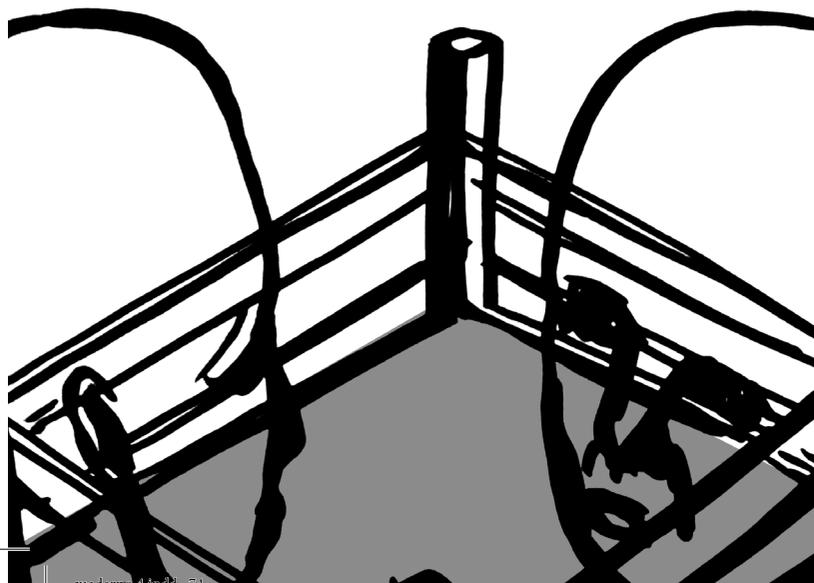
TweetDeck: <https://tweetdeck.twitter.com>. Constituye una de las principales herramientas para Twitter. La misma sirve para monitorizar en tiempo real la actividad en este sitio de red social, programar sus contenidos. Permite, además, escoger los parámetros a mostrar, ya sea lo que se dice acerca de un determinado *hashtag*, actividad de usuarios concretos, etc. Ofrece un tablero muy intuitivo y visual, con columnas donde mostrar cada uno de los ítems seleccionados por el usuario. Imprescindible para cualquier administrador de comunidad.

Buffer: <https://bufferapp.com/app>. Esta herramienta permite programar una cantidad determinada de tuit según un listado de horas predefinidas, con lo cual se automatiza su publicación a lo largo del día. De este modo, el usuario puede dejar programados los tuit a una hora y día seleccionados de manera previa en una tabla horaria.

SocialBro: <http://es.socialbro.com>. Herramienta programada por ingenieros españoles. Sirve para monitorizar tus relaciones en Twitter y analizar a tu comunidad de seguidores y seguidos: zonas horarias en las que se encuentran, idioma en el que escriben, si sus cuentas están o no verificadas, si sus perfiles son públicos o privados, si te siguen o no, recientes *unfollowers*, mejores horas para publicar, etc. Es una aplicación visual e intuitiva y permite realizar búsquedas filtradas muy precisas, así como crear listas de una manera sencilla.

TwitterFeed: <http://twitterfeed.com>. Permite automatizar la publicación en Twitter de los *post* de los *blogs* que más nos interesan, de modo que enriquecemos el contenido de nuestra línea de tiempo con temáticas de interés que sirven para posicionarnos en el área en la cual queremos destacar como influyentes. No es conveniente abusar, pues una línea del tiempo que solo ofrece contenidos programados de terceros acaba por perder el interés de los seguidores.

TweetyMail: www.tweetymail.com. Servicio que permite acceder a todas las funcionalidades de Twitter a través



del correo electrónico. La utilidad para los usuarios —sobre todo para los de un contexto como el cubano— es que permite vincular, o sea, tuitear, actualizar y recibir notificaciones incluso desde una cuenta de correo como el Nauta; esto es que se puede acceder a Twitter sin necesidad de estar conectado a Internet.

Buenas prácticas en Facebook

Las buenas prácticas en Facebook están referidas a las mejores prácticas destinadas a las páginas, no a los perfiles personales ni a los grupos, ya que las primeras brindan la posibilidad de monitorizar los datos, segmentar los públicos y programar las publicaciones. En Facebook las publicaciones tienen un gran aliado: las estadísticas de una página. Los administradores pueden emplear Facebook Insights para conocer cuáles son los *posts* más populares y así tomar en cuenta esos contenidos para incrementar la producción de contenidos.

Es recomendable que el modo de publicación de todos los *post* sea de forma manual, ninguno de manera automática. La administración del perfil institucional se puede realizar desde la propia plataforma o a partir del empleo de la herramienta Hootsuite.

Durante las fechas significativas se emitirán *post* de fotos con frases inspiradoras, videos o algún otro recurso que considere con el objetivo de crear contenido potencialmente viral. Se sugiere emplear herramientas para la edición de imágenes como Photoshop. Es necesario ofrecer informaciones atrayentes y de utilidad para los usuarios, o sea, publicaciones que aporten algo de valor en la resolución de un problema, la respuesta a una pregunta o el suministro de un consejo.

Los *post* se publicarán bajo las siguientes pautas:

- Todos los *post* se publicarán con elementos gráficos, ya sean fotos, videos, infografías, multimedias, etc., debido a la gran importancia que posee el uso de la imagen en esta plataforma social.
- Se le otorgará mayor relevancia a los contenidos en formato de videos. Para compartir los videos súbalos directamente a Facebook y no a través de YouTube, ya que la red social creada por Mark Zuckerberg realiza cambios en los que otorga mayor relevancia a los videos nativos. En los videos tiene la posibilidad de colocar un título y palabras claves que ayuden a la búsqueda y recuperación.
- Los administradores tienen la posibilidad de segmentar la audiencia de una publicación. Es decir, un *post* puede ser visualizado solo por un público objetivo que se califica por género, educación,

país, entre otras características demográficas. Para activar esta opción, se debe habilitar “Permitir opciones de segmentación y privacidad cuando creo publicaciones en mi página”, que se encuentra en la página de configuración.

- Para compartir un enlace hay que personalizar el titular y el texto de descripción. Si al pegar el enlace a compartir no carga la información, utilizar la herramienta URL Debugger de Facebook.
- Las fotos que se compartan en el *feed* de noticias deben medir preferiblemente 1200 píxeles de ancho por 900 píxeles de alto. En caso de que contengan un texto dentro de ella 1200 x 1200. La imagen de un enlace debe poseer un tamaño de 1200 x 627, la misma se visualizará a 484 x 252.
- La foto de una aplicación tendrá como dimensión 111 píxeles de ancho por 74 píxeles de alto. Es recomendable utilizar las fotos en formato .png.
- Los videos que se suban de manera directa en esta plataforma se visualizarán a 1280 píxeles de ancho por 720 píxeles de largo. Si este es desde YouTube, a 157 x 157.
- No se deben emplear títulos ambiguos que no estén relacionados con el hecho noticioso. Tampoco se deben replicar los titulares empleados en el *post* del sitio. No emplear encabezados idénticos en más de una ocasión, ni siquiera para un mismo *post* publicado más de una vez.
- Modificar los títulos cada vez que sea factible, ya sea a partir de la incorporación de signos de admiración o interrogación, titulares en forma de listas (ej.: “Los 10 sucesos más importantes”) o encabezados que generen curiosidad e interés a los usuarios (ej.: “Conozca quién es el nuevo director del equipo cubano de béisbol”).
- No crear títulos demasiado extensos.
- En los sumarios prevalecerá la perspectiva informativa. No se debe emplear como sumario el título del *post* repetido.
- El contenido del sumario será modificado para la plataforma a menos que se utilice el *lead* del trabajo o una cita directa del texto al que se enlaza, siempre que este sea sugerente y atraiga al usuario. La extensión de los sumarios no debe sobrepasar los 250 caracteres para su completa visualización. No obstante, se recomienda no superar los 100 caracteres.
- Emplear el lenguaje informal en ocasiones, pero no con un contenido ni una gramática pobre. Redactar los mensajes de modo cercano, claro y comprensible para el usuario. Cumplir con las normas ortográficas de uso regular.

- No programar todo el contenido ni publicar demasiada información en un mismo día. Tampoco emplear el mismo contenido que en otras redes y cambiar constantemente el modo en que se presenta la información.
- Colocar enlaces recortados en los *post*, a través de aplicaciones web simplificadoras de URL (como bit.ly y goo.gl). El mismo puede ser ubicado al centro o al final del texto. Los enlaces deben conducir a contenidos alojados en el sitio web de la organización o a los trabajos publicados en los perfiles institucionales de la organización en otras plataformas sociales.
- Se etiquetará a los usuarios o páginas más activos o líderes de opinión en determinadas temáticas. Los *hashtags* no deben abundar, pero sí destacar en los términos más utilizados.

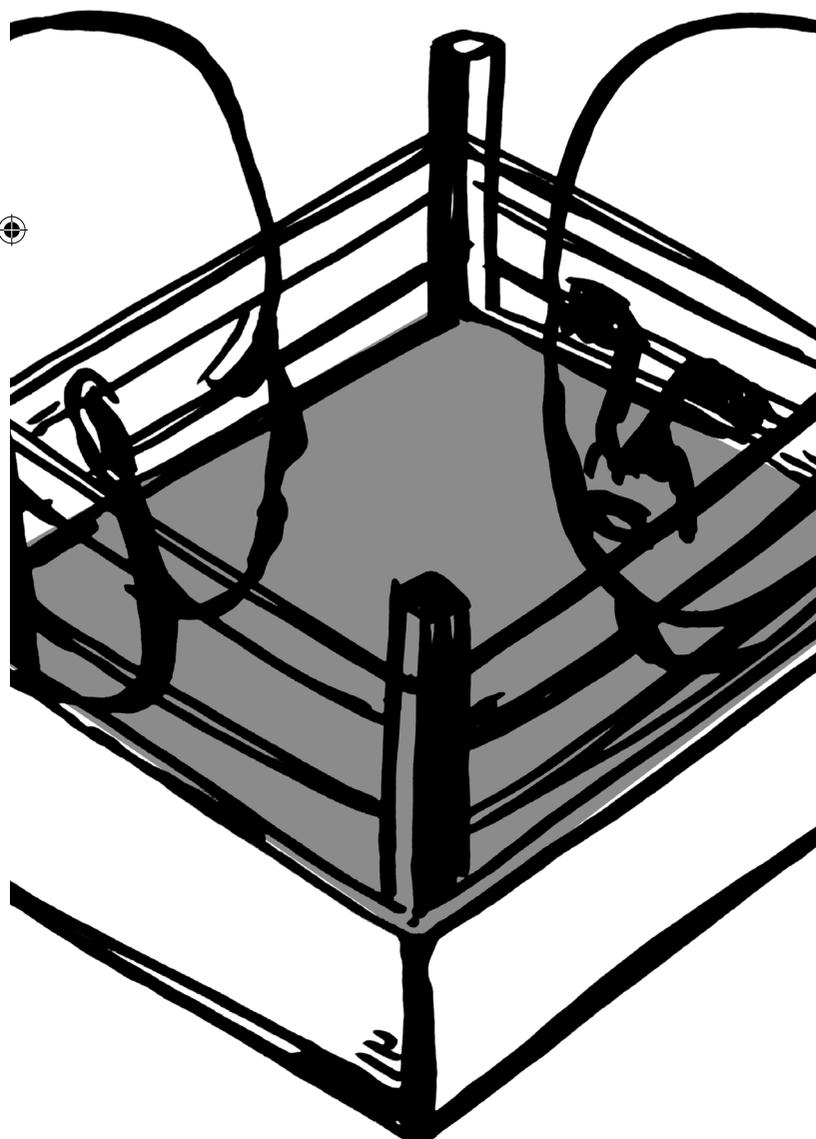
¿Cómo interactuar con la audiencia en Facebook?

- Se responderá de forma inmediata a cada pregunta realizada directamente a la organización por parte de los usuarios, asumiendo lo pautado en la política editorial de la institución.
- A través de la pestaña “Mensajes” se responderán preguntas a los usuarios de forma privada.
- No se aprobarán los comentarios ofensivos ni insultantes que empleen malas palabras y que vayan en contra del perfil de la organización.
- Monitorear y seguir en la red a los usuarios y páginas más influyentes y que más interactúan con la organización.
- Se etiquetarán a los usuarios más activos o líderes de opinión en determinadas temáticas cuando se actualice la página con algún contenido de relevancia para ellos.
- Congratular al seguidor que suma un número cerrado.
- Se establecerá un trato personalizado con los usuarios, teniendo en cuenta sus opiniones y sugerencias en torno a determinadas temáticas que pudieran revertirse en cambios para el medio o en la satisfacción de determinadas necesidades de información.
- Invitar a usuarios a dar “Me gusta” en la página institucional. Agradecer a los nuevos seguidores de la página.
- Construir historias, comentarios o artículos de investigación a partir de la opinión de los usuarios sobre temas importantes de la actualidad.

Herramientas

Facebook Insights: Herramienta nativa que provee Facebook para poder analizar las estadísticas la página. A partir de esta aplicación pueden obtenerse todos los datos correspondientes a las publicaciones y las características de los fans de su página en Facebook.

Piwik: Paquete de *software* de análisis web que proporciona reportes detallados del comportamiento de los visitantes de los sitios web en tiempo real, incluyendo el número de visitas, páginas más vistas, motores de búsqueda y palabras claves más utilizadas, procedencia de los visitantes, qué páginas son visitadas, los archivos que descargan, entre otros parámetros necesarios para el análisis del tráfico de la web.



Hootsuite: <https://hootsuite.com>. Herramienta de gestión global y monitorización de redes sociales, todo en uno, que permite gestionar varias cuentas a la vez con un panel de control intuitivo que nos ofrece infinidad de datos y funcionalidades interesantes. Sugiere contenido de valor para el usuario, permite programar actualizaciones, seguir y analizar a la competencia, enlaces más populares, número de clics diarios, información geográfica, etc. Una de sus enormes ventajas es la posibilidad de integración con Google Analytics y Facebook Insights para la obtención de informes muy completos y avanzados.

Google Analytics: <https://www.google.com/analytics>. La herramienta de analítica web por excelencia. Permite seguir las estadísticas de un sitio. Sirve para medir cualquier aspecto que incida sobre nuestra página, como el tráfico, actividad de los usuarios, duración de las visitas, conversiones, tráfico generado desde redes sociales, páginas más vistas, localización geográfica de usuarios, visitantes en tiempo real, etc. Bien usada, nos permite orientar de manera correcta nuestras campañas antes y durante las mismas, analizando qué cosas estamos haciendo bien y cuáles merecen ser revisadas para corregir el rumbo.





Problemáticas en torno al acceso a Internet en Cuba

Zuamy Campos Padilla

La polémica del acceso a Internet en Cuba no solo es cuestión de bloqueo y economía, si es que no son sinónimos. Al desgaste del embargo se suman políticas insuficientes, proyecciones mutiladas, deficiencias en la preparación de los recursos humanos y gobernanzas que no han estimulado ni fomentado la rendición de cuentas y el control social de esos procesos.

La historia lo confirma. Por los años 70 del siglo pasado, ya en Cuba una pequeña comunidad científica se dedicó a establecer sistemas infotecnológicos capaces de sustentar la producción de la ciencia en el país. La materialización de una red de centros comunitarios como los Joven Club de Computación y Electrónica, desde el temprano año 1987, ubicó a la isla en un estatus superior respecto a otros países de Latinoamérica y el mundo.

El espíritu innovador y colaborativo en estas esferas haría que en diciembre de 1991 una delegación cubana dialogara con los principales actores de Estados Unidos, Canadá y América Latina en un evento sobre Internet que convocara el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Aun con su cariz restrictivo, la formalización a determinados niveles del Programa Rector para la Informatización de la Sociedad en los años 2000, como primer paso de una estrategia a largo plazo, auguraba un futuro promisorio para la ciudadanía en su relación con Internet.

Las circunstancias demostraron otra realidad. El enfoque de racionalización del recurso conexión favoreció determinados sectores: médicos, periodistas, científicos y otros, sin valorar suficientemente los intereses de los grupos preteridos. Las referencias a escala global indican que los programas de inclusión pretenden minimizar las brechas entre ambos extremos: (info)conectados y desconectados, pero no solo en el acceso mate-

rial a la tecnología —al instrumento—, sino también en términos de educación para y con Internet.

La estrategia cubana significó una vuelta de tuerca: se priorizó la “calidad de los usos” asociados a determinadas esferas de desarrollo, y en consecuencia, solo se benefició a un pequeño sector. De manera que eran evidentes determinadas discontinuidades respecto a la tradición cubana de políticas sociales de universalidad e integración.

En cualquier caso, aludimos a un programa casi fantasma, desconocido por una parte considerable de la ciudadanía, en tanto no fue lo suficiente debatido ni intervenido por los principales actores implicados, entre ellos —sin dudas— la sociedad civil. En ese sentido, resulta cuestionable el nivel de representatividad de la estrategia y la propia legitimidad del proceso.

Para Cuba dos situaciones modulan la formulación colectiva de este tipo de programas: la propia naturaleza del sistema político y la alta centralización de temas “decisivos” para la seguridad nacional, como es el caso de Internet por su rol en la confrontación político-ideológica respecto a los Estados Unidos.

No fue hasta casi quince años después que varios medios “alternativos” se hicieron eco de un documento de pomposo título: *Estrategia nacional para el desarrollo de la infraestructura de conectividad de banda ancha en Cuba*. Si bien ilegítimo y extraoficial, resultó el material más actualizado en torno al futuro del país en materia de telecomunicaciones.

Por más huérfano que se declarara el PDF que circuló —irónicamente— por la red de redes y luego, de USB en USB, los ciudadanos no podemos ignorar planteamientos a la altura de convertir los actuales servicios conmutados de baja velocidad en conexión de banda ancha durante el 2015 y el 2016, y mucho menos la voluntad expresa de alcanzar para el 2020 no menos del 50 % de los hogares con acceso de banda ancha a Internet.

La credibilidad del resumen ejecutivo, más allá de la falsa o intencionada filtración, se afianza en otros hechos, entre ellos el alentador pronunciamiento del primer vicepresidente de los Consejos de Estado y de Ministros Miguel Díaz-Canel en el marco del Primer Taller de Informatización y Ciberseguridad en febrero de 2015. Asimismo, se enlaza con otros sucesos estrictamente relacionados con el parte aguas que fue el 17D: las negociaciones de Empresa de Telecomunicaciones de Cuba S.A. (ETECSA) con algunas compañías norteamericanas del sector y las reiteradas visitas de representantes de Google a la isla.

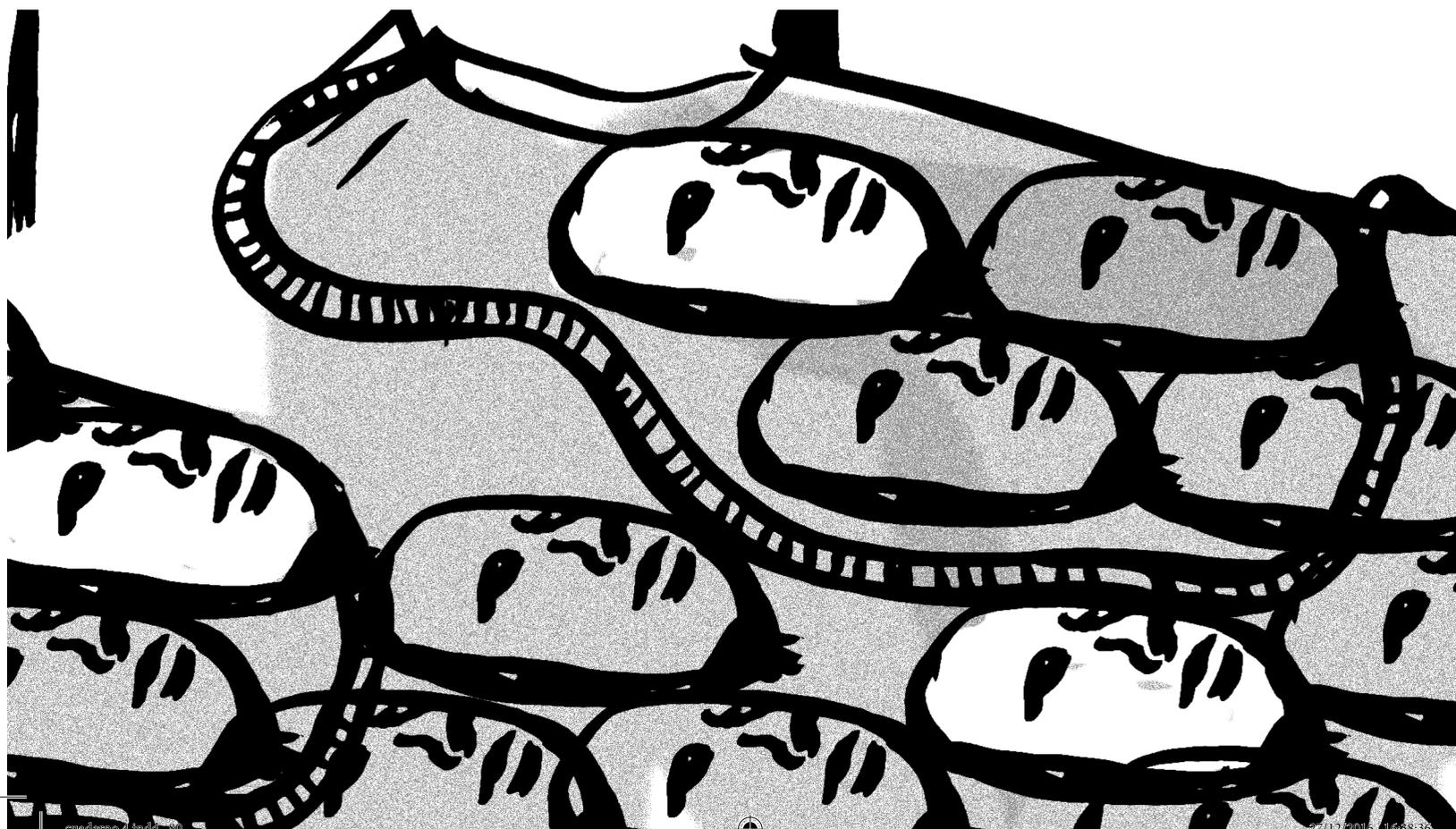
Si bien oficiosa, la estrategia abre —o quizás cierra— un ciclo en materia de telecomunicaciones para el país. Pudiera representar una nueva etapa si se atiende al nivel de claridad y medición de las metas, al balance respecto a las posibilidades reales (infraestructurales) de Cuba para conectarse a Internet y, sobre todo, si se valora el reconocimiento explícito de la relevancia de las TIC en todas las actividades que involucran el desarrollo del país; y por tanto, el necesario acceso de la ciudadanía —y no de una parte de ella— a este tipo de tecnologías. Se pasa de gestionar las carencias del recurso conectividad a la pretensión de invertir en el sector.

En el propio documento se alude a un plan macro bajo el rótulo de *Política Integral para el perfeccionamiento de la Informatización de la sociedad en Cuba*. Espere-mos entonces que esa política —pública, por cierto—

sea discutida, deliberada, aprobada por la ciudadanía y las autoridades pertinentes. Confiemos en que se convoquen a otros sectores a tal (re)formulación.

Si fuera este el documento rector de la política de informatización en Cuba para los próximos años, volveríamos a una política de acceso social no explicada ni suficientemente debatida, fruto de las consideraciones de unos pocos, resultado de eventos puntuales en los que es la instancia estatal quien define los requerimientos y vías de consecución; nunca la población con expectativas e intervenciones que necesitan ser reflejadas. Volveríamos sobre los pasos de una estrategia que no contiene en sí misma la integración con otras áreas de la producción material y simbólica de la nación.

La educación, la comunicación, la propia planificación económica y el ámbito jurídico resultan áreas, por ejemplo, que no pueden desligarse de ese proceso, sobre todo porque acceder a Internet es mucho más que “tocar” el instrumento, es más que una sociedad cableada. La planificación del orden de las acciones y las metas a alcanzar implica una aproximación otra al proceso de toma de decisiones sobre lo público, y constituye un elemento imprescindible para la construcción de las sociedades de nuestro tiempo, no ya de la información ni del conocimiento, sino de la dignidad y la inclusión.





Parte 3

*Del Manual
para Radialistas
Analfatécnicos*
de Santiago García

**DVD editado por Radialistas
Apasionados y Apasionadas (Ecuador) y
Radioteca intercambio de audios (Unesco)**



¿Cómo puedo tener una página web?

La IP. Dominios generales y por país. Adquirir un dominio

En este siglo, la forma más barata y sencilla de darse a conocer es la World Wide Web. ¿Cómo funciona este océano cibernético de las páginas web?, te estarás preguntando. Bueno, la respuesta es sencilla: tener una Web es como tener una casa.

Nuestra casa se encuentra en una calle o avenida. Esa avenida tiene un número. Con la dirección completa podrán identificar nuestra casa y las amistades sabrán llegar de vez en cuando. La dirección en Internet es el “dominio”. Es la forma en la que las cibervisitas llegan a nuestro sitio web, es tu identidad en la red.

Nuestra casa no es solo una dirección. Es un lugar real, un espacio donde caben la cama y el sofá, y que decoramos con cuadros y máscaras dependiendo de los gustos. Es nuestro hogar, el sitio donde vivimos. Esa casa, en el mundo web, es el “servidor”, nuestro alojamiento virtual. El servidor no es más que una computadora donde se alojan archivos de texto, audio, imagen... que mostraremos a nuestras visitas.

Veamos, en forma general, cómo es el proceso completo de una visita a nuestra vivienda virtual o sitio web. Supongamos que somos la radio Los Tres Chanchitos y queremos tener nuestra página. Lo primero que haremos es comprar nuestra dirección o dominio. Esto se puede hacer en línea, hay muchas páginas que los venden. El dominio que compraremos será www.treschanchitos.net.

También en la red alquilaremos el alojamiento. Una vez que tengamos el *hosting* colocaremos en él los archivos que verá la gente, las páginas de nuestro sitio

web. Cuando la web esté diseñada y la tengamos *online*, procedemos a publicitarla. Hacemos unas cuñas promocionales, le decimos a las locutoras que la anuncien en los noticieros, etcétera.

El Lobo, de apellido Feroz, es un asiduo visitante de nuestra web. Cuando teclea el dominio www.treschanchitos.net en el navegador, un impulso eléctrico, un rayo mensajero se adentra por el cable de red en Internet a la velocidad de la luz. Llega a un nodo o centro de información. Allí hay una enorme base de datos llamada DNS (*Domain Name System*), el Sistema de Nombres de Dominios. El rayo mensajero busca el dominio de los www.treschanchitos.net. Junto al dominio está la IP: 65.98.6.42.

Ya dijimos que los servidores son computadoras conectadas a la red. Al entrar en Internet lo hacemos con una dirección, una especie de matrícula que nos identifica, es la IP o Protocolo de Internet. Ese número indica en qué lugar del mundo está situado nuestro servidor web con los archivos de los Tres Chanchitos. A toda velocidad, el rayo mensajero carga estos archivos y regresa a la computadora del Sr. Lobo. El navegador se encarga de mostrarlos como una página web, según la hayamos diseñado.

Tal es la velocidad del rayo que este viaje puede durar: un par de segundos, independiente de si los archivos están en un servidor de Australia o de China. La rapidez dependerá del ancho de banda contratado y del tamaño de los archivos. Si estos son muy pesados, como audio y video, demorará más que si son solo fotos y texto.

Ahora el Lobo Feroz observa frustrado en la página de los Tres Chanchitos sus nuevas casas a prueba de soplidos, y teclea un nuevo dominio: www.derribos.com.

Domina tu dominio

Cada dominio tiene un nombre y una extensión. En nuestro ejemplo, *treschanchitos* es el nombre y *net* la

extensión. En base a esa extensión podemos dividir los dominios en dos tipos:

gTLD: Dominio de Primer Nivel Genéricos o Dominio Topo Internacional Genérico

- [.com](#) Comerciales
- [.net](#) Distintos servicios en Internet
- [.org](#) Organizaciones
- [.info](#) Informativos
- [.gov](#) Gubernamentales
- [.edu](#) Educativas
- [.ws](#) Sitio Web
- [.tv](#) Televisión

ccTLD: Dominio Código de País o Country Code Top Level Domain

- [.gov.pe](#) Gobierno de Perú
- [.com.ar](#) Página comercial de Argentina
- [.ec](#) Una web de Ecuador

¿A quién pertenecen los dominios?

Buena pregunta. En teoría estos recursos críticos de Internet no son propiedad de nadie. Pero existe una entidad que los gestiona y autoriza a diferentes empresas para que los alquilen. Es la Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN), una organización “independiente” que tiene sede en los Estados Unidos.

En la última Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, celebrada en Turquía en 2007, se intentó revertir este control y crear un organismo internacional que gestionara los dominios que significa, en definitiva, controlar la web. Estados Unidos no accedió.

Más tarde, el 1 de octubre de 2009, el país del norte firmó un convenio donde “relaja” su control sobre la ICANN, aunque no plenamente. Controlar la web es casi como controlar el mundo.

¿Cómo comprar un dominio?

Los dominios normales o TLD que no hacen referencia a ningún país se pueden comprar en Internet a través de una página web con una tarjeta de crédito. Es sencillo: entras en la página, verificas si el dominio que quieres está libre y, de ser así, a comprar se ha dicho. Los precios varían entre los 15 y 25 dólares anuales. En realidad, lo que estás haciendo es arrendarlos por los años que elijas. Si no pagas la renovación, el dominio vuelve a quedar en libertad. Algunas páginas para comprar dominios son: <http://www.codigosur.org>; <http://www.networksolutions.com>; <http://www.nicline.com>.

Para comprar un “dominio país” depende mucho de donde residas. Por lo general, solicitan datos personales como número de cédula o documentación de la empre-

sa o la organización, si pides un .org. Hay instituciones que dependen de algún ministerio u organismo estatal que gerencian estos dominios. En América Latina suelen ser .nic más el código país: <http://www.nic.pe>; <http://www.nic.ec>; <http://www.nic.ar>.

Que no te la jueguen

Un consejo: no delegates la compra del dominio a las mismas personas que te venderán el servidor. Es mejor que siempre tengas en tu poder el control del dominio o que lo hagas con gente de mucha confianza. El dominio es tu identidad en la red. Dejarla en manos de otras personas implica que el día de mañana quieran pedirte más de lo debido por él.

Radialistas comenzó usando el dominio .org, pero una mala jugada del truhán que nos gestionaba el dominio nos obligó a cambiarnos al .net. Todavía hay algunos sitios que nos enlazan a la página de .org y eso son cientos de visitas que se pierden al mes. Si desconfías de una empresa que vende dominios, revisa primero que esté en la lista de autorizados por la ICANN (<http://www.icann.org/en/registrars/accredited-list.html>).

Otro consejo: si vas a vivir de prestar servicios en la web, es mejor que compres las tres extensiones más comunes para tu sitio (.com, .net y .org). Si llegas a tener mucho éxito y alto número de visitas, alguien comprará las extensiones que queden libres. ¿Motivo? Especulación. Muchas personas no se acuerdan del dominio y ponen .net o .com indistintamente. Si eso sucede, irán a otra página que no es la tuya, donde por lo general habrá publicidad.

Cuando te des cuenta que pierdes muchas visitas y quieres comprar esa extensión que te faltaba, es probable que, en vez de \$20, los especuladores te pidan \$2 000. Dominar un dominio es un gran negocio.



¿Dónde alojo mi sitio?

Hosting o alojamiento. Compartidos, dedicados o virtuales. FTP

Seguimos navegando por el universo virtual de las páginas web. Ahora que sabemos cómo funcionan y tenemos nuestra dirección en la red, es decir, nuestro dominio, hay que buscar sitio para alojarnos, una casa virtual, un servidor web o *hosting*. Al igual que cuando buscamos un departamento para alojarnos, en el mundo de los *hosting* web tenemos diferentes opciones de distintas calidades y precios.

Servidores compartidos

Somos jóvenes universitarios y a lo más que aspiramos es a un cuarto alquilado en una casa compartida. Los servidores de este tipo son también compartidos por varios sitios web. El disco duro del servidor tiene diferentes divisiones y en cada una de ellas se aloja una página de una institución o empresa diferente.

Casi todos los servidores compartidos vienen con un programa de gestión que facilita el mantenimiento de las páginas. Para usarlo no hay que ser experto en informática. Los más comunes y mejor desarrollados son cPanel y Plesk.

Los *hosting* compartidos son bastante más baratos que las otras opciones pero, lógicamente, no ofrecen demasiada amplitud y rapidez, ya que los recursos de la computadora se reparten. Si hay muchas visitas a los distintos sitios de este servidor, la computadora se volverá más lenta y nuestra web también. Por eso... inada como vivir solos!

Servidores dedicados

Crecemos, nos casamos y tenemos hijos. Un cuarto de alquiler no alcanza, necesitamos una casa completa para vivir. Las web también crecen. De tener unos pocos archivos, pasamos a publicar audios, videos y recibir miles de visitas por mes. Es probable que colapsemos si compartimos servidor y nuestra web se caiga a cada rato. Mal negocio. Hay que mudarse a un “servidor dedicado”.

Los servidores de este tipo son una computadora exclusiva para nuestra web, todo el disco duro y todos los recursos están a nuestro servicio. Mientras que los servidores compartidos se alquilan con *software* y ya configurados, en el mundo de los dedicados puedes arrendar uno “limpio”, sin nada instalado, o uno “amueblado”, es decir, con programas preinstalados. También venden planes administrados, donde el Data Center cobra un plus y mensualmente revisan el servidor y le dan un mantenimiento básico.

También podríamos comprar un servidor y colocarlo en nuestra casa, radio u oficina, en vez de dejarlo en un Data Center. El problema de esta elección es que, por lo general, las conexiones de banda ancha residenciales son muy estrechas para recibir visitas, por lo que se podría colapsar el servidor con facilidad.

Servidores dedicados virtuales (SDV)

Es un híbrido entre las dos opciones anteriores. Por medio de un *software* simulamos dividir una computadora en cuatro o en cinco computadoras. Así, cada servidor virtual trabaja como si fuera una computadora independiente con un alojamiento dedicado.

La diferencia con los servidores compartidos es que en estos solo abrimos carpetas en el disco duro para las diferentes páginas. No son tan baratos como los compartidos, ni tan caros como los dedicados. Sin tantas ventajas técnicas como estos últimos, pero sin tantos inconvenientes como los primeros. Una buena elección intermedia.

Servidores gratuitos

Retomando la metáfora de la vivienda, este sería el caso de la amiga que no tiene fondos y a la que damos posada en nuestra casa por un tiempo. Si estamos cortos de presupuesto o queremos empezar en el mundo de las web, podemos optar por instalarnos en un servidor sin costo. Aunque, a cambio, nos colocarán una cantidad considerable de publicidad. Este tipo de servidores está disminuyendo por el auge de los *blogs*.

Una conocida página que regala páginas es <http://www.paginawebgratis.es>. El sitio tendrá un dominio tipo <http://www.miweb.es.tl>. Y si tienes una emisora y quieres una web, pídelo gratis en <http://webgratis.radioteca.net>.

Software libre para servidores

Al arrendar un *hosting* o servidor, asegúrate que el *software* instalado es libre. De no ser así, cada vez que quieras instalar algún programa extra deberás pagar por las licencias. Apache es el sistema operativo preferido para plataformas Linux. Las bases de datos libres son MySQL, que se entiende a la perfección con PHP, lenguaje de programación también libre.



Servidores	Características	Precio	Tipo de web
Compartidos	Se comparte el HD de una computadora con otras páginas.	Desde \$65 anuales.	Proyectos sencillos de web sin un alto volumen de tráfico.
Dedicados	Una computadora remota con todos sus recursos destinados a mi web.	Desde \$1 400 anuales.	Páginas que soportan gran número de visitas con descargas de audio, video o grandes imágenes.
Virtuales	Comparto los recursos de la computadora (memoria, HD, placa, etc.) con otras páginas.	Desde \$800 anuales.	Proyectos intermedios.
Gratuitos	Pequeño espacio en disco duro para mi web.	Gratis, pondrán publicidad en tu sitio.	Páginas personales, no se recomienda para organizaciones o empresas.

¿Qué servidor elegir?

Todo depende del proyecto web que emprendas y el dinero de que dispongas. Si estás comenzando, una gratuita o un *blog* es suficiente. Pero si quieres colocar una plataforma de servicios en audio y recibir miles de visitas al mes, te recomendamos un dedicado.¹

Características de un alojamiento

Aunque hay servidores específicos para correos y otros servicios, nos seguiremos refiriendo a hospedajes web generales, sobre los que también puedes instalar el resto de servicios.

Tamaño: Supongamos que solo quieres alojar una página con pocas fotos y sin audio. Te bastará con 50 megas de *hosting*. En este caso, un plan pequeño y compartido es suficiente. Si quieres ofrecer descargas de audios, videos o gran cantidad de fotografías en tu página web, deberás alquilar uno más grande; por ejemplo, de 500 megas o de un giga (1 024 megas).

Tasa de Transferencia Mensual: Es importante que pongas atención al ancho de banda que contratas para el acceso de clientes/usuarios. Recuerda que cuando

alguien visita tu web se descargan a su computadora los textos y fotos que luego muestra el navegador. Todos estos archivos tienen un tamaño o peso en bytes.

Esta cantidad de bytes sumados en un mes, no pueden exceder del máximo que contratamos con nuestro proveedor. De superarlo, nos cerrarían la web hasta que termine el mes y el contador regrese a cero. Es como si nuestra tubería de agua tuviera un límite de litros que podemos consumir y al sobrepasarlo, nos cierran el grifo.

¿De qué depende contratar una mayor o menor tasa de transferencia? Principalmente, de las visitas que estamos pensando recibir en nuestro sitio, aunque esto es algo difícil de prever. En abril del año 2005, Quito salió a las calles, una vez más, para echar a otro presidente acusado de corrupción. En esta ocasión, botaban a Lucio Gutiérrez. Desde Madrid, miles de ecuatorianas y ecuatorianos visitaban la web de Radio La Luna para seguir las narraciones de Paco Velasco y su equipo.² Desde Lima, el equipo de Radialistas intentaba acceder a su radio en línea para saber qué sucedía con los “forajidos”, como bautizó Lucio a sus opositores, pero nos fue imposible. La cantidad de visitas hizo que la web colapsara.

Además de las visitas, tener audio alojado en el sitio también aumenta mucho la tasa de transferencia. Si revisando las estadísticas de tu sitio observas un aumento sostenido de la cantidad de gigabytes de transferencia, es recomendable aumentar la cuota contratada.

¹ Los precios de esta tabla son para configuraciones básicas. De ahí en adelante, mejores características, mayores precios. Estos costos son referenciales para el año 2009. Entre las empresas que venden alojamientos web no todas son honradas y, a veces, prometen lo que no pueden darte. Pregunta a personas que tengan su web con esa empresa, antes de contratar. Nosotros trabajamos por años con <http://www.codigosur.org> y nunca hemos tenido problemas.

² <http://www.radiolaluna.com>

¿Cómo mandamos nuestros archivos al servidor?

Las páginas que diseñemos para nuestro sitio web las alojamos en el servidor para que las visitas las vean. Debemos, entonces, “subir” al *hosting* los textos, fotos y todo lo que compone la página. Para eso necesitamos un programa o *software* con el que realizamos una “transferencia de archivos”. Se llaman FTP (File Transfer Protocol).

Hay muchos en la red, la mayoría de pago pero, como siempre, nos decantamos por el *software* libre. Filezilla es un programa Cliente Servidor de FTP. Lo de “cliente” es porque nos permite intercomunicar nuestra propia computadora con el servidor donde tenemos alojada la web.

Con las claves que nos proporciona el proveedor del alojamiento, nos conectamos y enviamos los archivos. Es tan fácil como arrastrar y soltar. En el lado izquierdo aparece tu computadora y al derecho, el servidor remoto. Filezilla también tiene una versión para convertir nuestra propia computadora en un servidor. Para aprender a manejarlo nada más sencillo que descargarlo y practicar.³

Bueno, ya que tenemos nuestra casa (servidor) con la dirección adecuada (dominio), solo queda decorarla, es decir, diseñar nuestra web.



³ El programa y un práctico tutorial de Filezilla elaborado por la Universidad de Jaén, España, se puede localizar en: <http://www.ujaen.es/sci/redes/ftp/Filezilla>.

¿Cómo diseño una web?

HTML y PHP. Manejadores de contenidos, CMS

Al principio, la web comenzó con meras palabras. Algunas tenían enlaces o *links* que nos llevaban a otras páginas, también de palabras. Después se sumaron algunas imágenes, pero todo era estático, nada se movía, hasta faltaban colores. Más tarde, el ritmo llegó a la web. Se inventaron aplicaciones que permitían el movimiento, la interactividad y las páginas tomaron vida.

El diseño web está basado en los llamados “metatextos” o “hipervínculos”. Es la posibilidad de enlazar diferentes contenidos. Voy leyendo y desde una palabra me enlace a otra página para ampliar la información. Frente a la lectura lineal tradicional, con la web se abre un mundo circular de posibilidades con un solo clic. Para seguir hablando de diseño web, conoceremos los dos principales lenguajes que usan las web.

Lenguaje estático

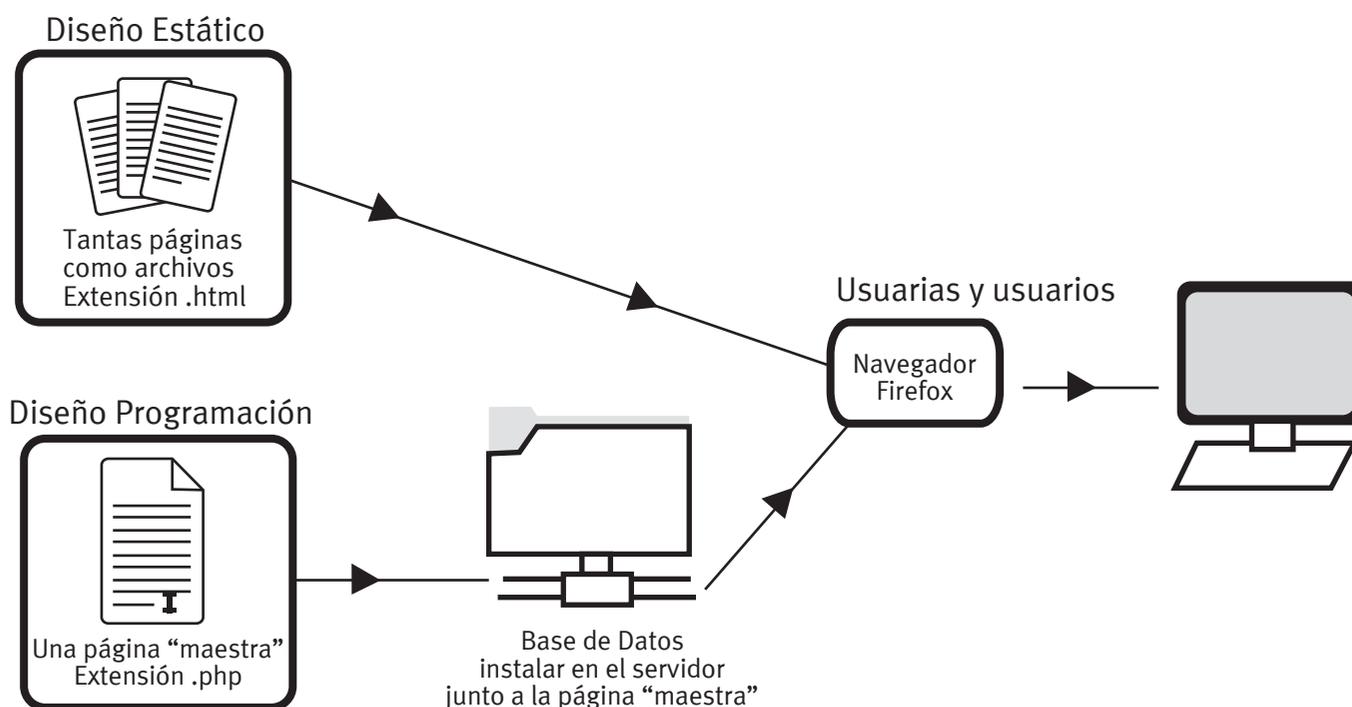
Son páginas diseñadas en HTML, Hyper Text Markup Language o Lenguaje de Marcas de Hipertexto. Con este lenguaje escribimos completamente un sitio web que tenga textos, fotografías, audios... Se usa para páginas que no se actualizan mucho. Para cambiar su contenido, aunque sea una sola coma, hay que acceder al servidor remoto donde se encuentra el archivo y contar con un programa de diseño web instalado en la computadora. La extensión de este tipo de archivos es .html, .htm o .xml.

Pero imaginemos por un momento que, en vez de una coma, tenemos que proceder a cambiar el logo de nuestra radio que figura en la cabecera de todas las páginas del sitio. ¿Qué sucede si tenemos 100 páginas? ¡Menu-do trabajo! Esto no pasaría si trabajáramos en una página programada.

Lenguaje programación o dinámico

Con este lenguaje nuestra página será más dinámica e interactiva pero, sobre todo, más fácil y rápida de actualizar. Volvamos a nuestra web de 100 páginas. Al programarla, ya no habrá necesidad de tener 100 archivos, sino que contamos con una especie de “machote” o plantilla para todos, solo una.

Ahora, las 100 páginas tienen textos que se archivan en una base de datos, una especie de hoja de cálculo. Cada página tiene un código. Cuando el visitante entre a la web y quiera ver el texto de la página 60, la programación trae este texto de la base de datos y completa con él la plantilla base.



Dirección de una web sin programar, página estática: http://www.miweb.org/pagina_1.html; http://www.miweb.org/pagina_2.html; http://www.miweb.org/pagina_3.html; y así sucesivamente... Con programación: <http://www.miweb.org/pagina.php?id=1>; <http://www.miweb.org/pagina.php?id=2>; <http://www.miweb.org/pagina.php?id=3>. En el ejemplo de un sitio estático vemos que hay diferentes páginas: `pagina_1.html`, `pagina_2.html`... En cambio, en el ejemplo con programación solo tenemos una `pagina.php` a la que añadimos el número de texto y listo.

Para cambiar el logo a nuestras 100 páginas en estático, abrimos una por una. Sin embargo, si tienes el sitio programado, con cambiar el logo una sola vez en la plantilla o machote, es suficiente. Otra gran ventaja es que puedes actualizar la base de datos, es decir, el contenido de tu web, desde cualquier lugar y computadora, sin necesidad de tener instalado un *software* o contar con el archivo. Las páginas en programación cuentan con un "sistema de gestión" de la base al que se accede desde Internet.

Los lenguajes más usados en programación son ASP, PHP y Python. Los dos últimos son *software* libre. En la web puedes encontrar cientos de cursos y manuales para aprender a programar. Las BD (bases de datos) que funcionan con estos lenguajes son Sql, Oracle... El tándem del lenguaje PHP es MySQL y es muy similar a una hoja de cálculo.

En la dirección <http://www.phpmyadmin.net/> puede encontrarse más información sobre el programa

phpMyAdmin, así como vistas de su base de datos MySQL.

Con la programación también logramos que quienes visitan nuestras páginas puedan interactuar en el sitio: mandar opiniones, llenar formularios, contactarnos por correo desde la web, participar en foros... todo requiere programación.

Otros lenguajes

Con JavaScript añadimos aplicaciones a nuestro sitio, como fechas, efectos del ratón, pestañas que se mueven... También podemos incluir animaciones realizadas con programas como Flash o similares. Estas películas le añaden movimiento al sitio pero, si son muy pesadas, harán que nuestra página se cargue lentamente, sobre todo si la persona nos visita con una conexión lenta. Eso provocará su desesperación y tal vez se vaya de nuestro sitio.

Hojas de estilo en cascada CSS (*Cascading Style Sheets*)

Muchas páginas se diseñan con tablas en HTML, aunque cada vez más se usa el diseño por hojas de estilo para todo el sitio. Las páginas diseñadas en CSS cargan más rápido y los cambios de colores o diseño en todo el sitio son mucho más sencillos. Se cambia el color de una tipografía en la hoja de referencia y todos los archivos que estén diseñados con ella cambiarán automáticamente.

¿Cómo diseñar nuestro sitio web?

Contratando a alguien

En el mercado puedes encontrar un gran número de empresas y diseñadores particulares que hagan realidad tus ideas. Los precios varían mucho en cada país, pero mínimo tendrás que disponer de unos \$200.

Instalando un manejador de contenidos o CMS (Content Management System)

Son programas que se instalan en el servidor y funcionan sin necesidad de que diseñes o programes nada. Tienen diferentes plantillas en las que cambias los colores y suelen traer infinidad de módulos para incluir noticias, encuestas, galerías de fotos, foros, etcétera.

Son fáciles de manejar, tienen manuales detallados y en la web hay infinidad de foros donde te aconsejan y resuelven dudas. Además, casi todos son *software* libre, cosa que tu bolsillo agradece. Claro, si quieres donar algo, bienvenido será y estarás ayudando a estos programadores que destinan su tiempo a esta noble labor de ofrecer recursos web de forma gratuita. Los más conocidos son Joomla, Mambo, SPIP, WordPress, y el CyclopeGPL.

Diseñando tú

No te engañaremos diciendo que es muy sencillo, pero en la web encuentras muchos tutoriales o manuales en castellano de los programas más comunes para diseño de páginas. El paquete de diseño profesional más usado es Macromedia, que pertenece a la empresa Adobe. Está compuesto de varios programas: Dreamweaver sirve para maquetar la página y trabajar el HTML y PHP; con Fireworks realizas el trabajo gráfico de dibujos, fotos, etc.; y con Flash le das vida al sitio creando animaciones.

Los precios de estos paquetes son muy elevados, pero hay opciones de *software* libre que no tienen nada que envidiarle a Macromedia. Para escribir el código PHP, HTML o las hojas de estilo CSS usa Screem o BlueFish. Para el diseño gráfico del sitio, Inkscape junto al editor fotográfico GIMP, que te ayudará a trabajar y bajar el tamaño de las fotos.

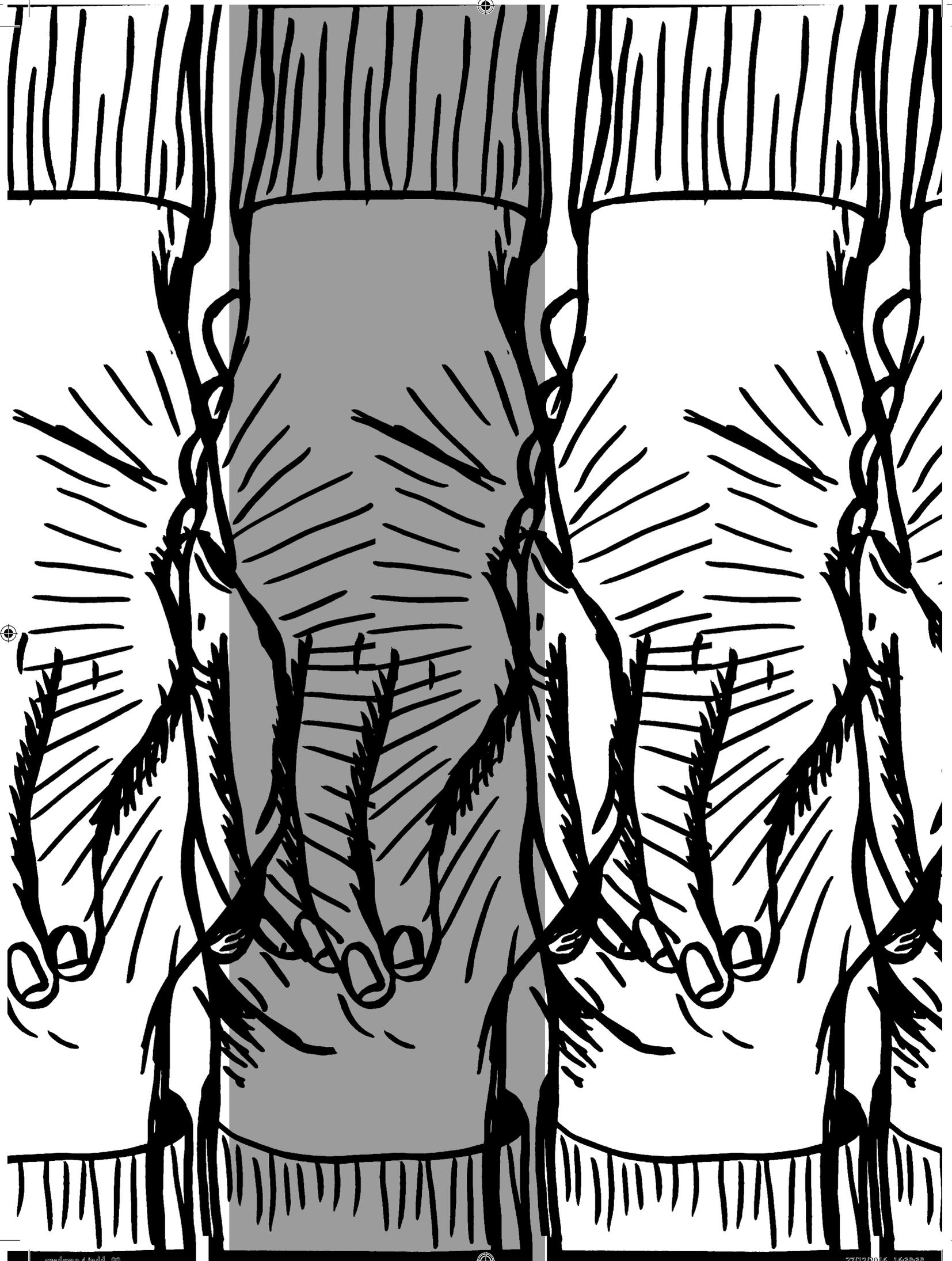
También puedes usar Amaya, que es un navegador y, al mismo tiempo, una herramienta de diseño web donde ves la página y la puedes ir editando. Es un *software* libre desarrollado por el WC3, World Wide Web Consortium. Este consorcio está compuesto por un grupo de expertos internacionales dirigidos por Tim Berners-Lee, el creador de la web. Sugieren recomendaciones para unificar y normalizar el uso de la www. Además, desarrollan herramientas como Amaya.

¿Punto y final?

Todavía no podemos dar punto y final. Una vez que tenemos el sitio en línea, hay que darlo a conocer. Van algunas pistas:

- Aunque los buscadores indexan o listan todas las páginas web de forma automática, siempre es bueno tomarnos la molestia de inscribirla. En Google la dirección es: <http://www.google.com/addurl/?continue=/addurl>.
- Hazle propaganda en páginas amigas colocando enlaces. Estos *links*, junto a las visitas que recibas, subirán tu web en el *ranking* de los buscadores.
- La mayoría de los alojamientos web te proporcionan cuentas de correo electrónico personalizadas. En nuestro caso, todos tenemos las direcciones de e-mail con minombre@radialistas.net. Esta es otra forma de darte a conocer, porque todas las cuentas de correo que abras le hacen propaganda al dominio de tu web.





¿Qué son los *blogs* y las redes sociales?

Tener una bitácora. Redes, ventajas y peligros. Facebook y Twitter

Muchos de los bravos marineros que hoy atraviesan los mares llevan sistemas computerizados de comunicación y GPS. Pero aun quedan algunos que salen a la mar con brújula y cuaderno de bitácora, donde anotan su posición, el rumbo que toman y los datos que le servirán para el regreso. Es el “diario de abordo”.

A Internet se le compara con un inmenso océano. Y en este mar de información también existen las bitácoras o cuadernos de viaje. Les llamamos *blog*. Esta palabra proviene de la contracción de *web* y *log*, que significa diario o registro. Los primeros *blogs* comenzaron a mediados de los noventa, precisamente como diarios personales donde el autor publicaba sus experiencias u opiniones.

En el año 2000, sobre todo en los Estados Unidos de América, los *blogs* se usaban como espacios personales de opinión sobre temas diversos, principalmente políticos. Los grandes monopolios mediáticos ya tenían sus diarios *on-line*, pero los periodistas seguían esclavos de la línea editorial de sus directores. Además, estos periódicos pocas veces daban cabida a las cartas u opiniones de sus lectores. A eso debemos sumar que tener una web propia no es gratis. Los costos por dominio y alojamiento no permiten que todo el mundo tenga un sitio en Internet.

Con este panorama, los *blogs* proliferaron. Aparecieron lugares en Internet donde podías obtener tu propio *blog* al instante y sin que te costara nada. Internautas de todas las edades aprovecharon la oportunidad y se lanzaron a *bloggear*. Muchos publicaban contenidos multimedia y dieron lugar a la aparición de *videoblogs*, *audioblogs* o *fotoblogs*.

Los *blogs* son sitios personales en la red donde escribes sobre temas de tu interés. Esos *post* o mensajes

que publicas van quedando guardados en un archivo por meses, igual que si fuera un diario. Otra de las características principales de los *blogs* es su interactividad. La primera oleada de páginas en Internet, la llamada Web 1.0, fue totalmente unidireccional. Los propietarios colocaban sus informaciones y usaban la página para difundirlas. Los internautas las recibían y consumían sin poder opinar.

Pero el nuevo planteamiento de la red, la Web 2.0, se abre a la comunicación bidireccional o multidireccional. El protagonista es el visitante o la cibernauta. La web ya no es una página, sino una plataforma mediática que construimos entre quienes la visitamos. Y los primeros que promovieron esta ideología participativa fueron los *blogs*. Al final de cada noticia o *post* se pueden enviar comentarios sobre el tema tratado que se va enriqueciendo con estas opiniones, a veces más interesantes que las propias noticias.



Ventajas de las bitácoras o *blog*

No cuestan dinero

No hay que pagar por nada. Solo entra en algunos de los sitios que las ofrecen y abre la tuya. Los más conocidos son:

- <http://www.blogger.com>, que fue comprado en el 2002 por Google. Otorga sus blogs bajo la dirección: <http://tublog.blogspot.com>.
- <http://wordpress.com>, que además de regalar *blogs*, es un manejador de contenidos o CSM que puedes instalar en tu propio sitio web.
- <http://www.codigosur.org>, ofrece páginas web tipo *blog* gratuitas para movimientos sociales, organizaciones de la sociedad civil y medios alternativos.

Con cualquiera de estos sistemas solo tienes que abrir una cuenta, elegir el nombre del dominio, la plantilla de diseño que más te guste y ya tienes un *blog*.

No hay que instalar *software* en tu computadora

La plataforma o manejador de contenidos para actualizar tu *blog* está en línea. Toda la administración se hace *on-line*, usando tus claves llegas al área de edición. Una conexión a Internet es suficiente para subir o modificar *post*, validar opiniones y comentarios. Esto permite actualizar el *blog* desde cualquier máquina y lugar.

Facilidad de uso

Todos los sistemas para cargar contenidos en un *blog* son extremadamente sencillos. Además, todas las plataformas mencionadas tienen *interface* en castellano.

Sin límites para *postear*

Te puedes cansar de incluir notas y mensajes, publicar fotos, enlazar y recomendar otros *blogs*, hacer encuestas...

Gadget

Son aplicaciones que puedes incluir en tu *blog* como contadores de visitas, relojes, galerías... y cientos más que se te ocurran. Algunas vienen dentro de los propios *blogs* y otros los puedes incluir desde páginas externas. Hay además muchos trucos para incluir efectos, avisos, *feeds*, etcétera.

Desventajas de los *blog*

No tienes espacio para alojar archivos

En los *blogs* solo puedes escribir textos y almacenar algunas fotos. Pero no otro tipo de archivos, ya que no cuentas con espacio en un servidor. Aunque si quieres publicar documentos, audios o videos, tienes en la red multitud de páginas para almacenarlos y luego enlazarlos. Por ejemplo, subes tus producciones a Radioteca.net y haces el link en tu *blog*.

Identidad compartida

Eres hermano de todo el mundo, ya que llevas el mismo apellido. Por ejemplo, todos los *blogs* de Wordpress son <http://miblog.wordpress.com>. Aunque esto se soluciona con dinero. Si compras un dominio, puedes personalizar el nombre de tu *blog*.

Lo mismo sucede con la imagen, no tienes un diseño totalmente exclusivo. Aunque hay cientos de plantillas y puedes cambiar el tipo de letra, subir alguna cabecera personalizada, cambiar de lugar las secciones, no puedes diseñar por completo tu sitio como cuando tienes tu propia web.

¿Cuántos *blog* hay en el mundo?

Es difícil saberlo. Pero vamos a fiarnos de los datos de Technorati.com que realiza uno de los estudios más serios sobre el estado de la Blogosfera a nivel Mundial.

Según los datos del último estudio realizado el 2008, hay 133 millones en todo el mundo, casi la mitad de ellos en los Estados Unidos de América. ¿Muchos? Bueno, no tantos si tenemos en cuenta que apenas el 1 % lo actualiza cada semana.

Del mismo estudio se deduce que el crecimiento de *blogs* está descendiendo. Actualizar un *blog* requiere mucho tiempo. La mayor parte de gente lo abandona al mes de creado. Además, son muy pocos los que consiguen ingresos publicitarios por sus *blogs*.

¿Desaparecerán los *blog*?

Seguramente no. El *blog* es más que un producto en Internet. Esta dinámica participativa de crear un post regularmente y que pueda ser comentado por las visitas que lo leen, se ha convertido en un "estilo de publicación". Muchos periódicos y otro tipo de web han transformado sus secciones en *blogs*. Le dan una determinada independencia gráfica y de contenidos y designan a personas para que los atiendan. Van escribiendo post con regularidad que se van archivando por meses y los visitantes pueden opinar. ¡Tienes un *blog*!

Esta readaptación de la dinámica *blog* hará que subsistan en el tiempo. Los *bloggers* más fanáticos igualmente



seguirán. Pero la mayor parte de ellos ahora dedican su tiempo a la nueva panacea en Internet: las redes sociales.

Redes sociales para estar “in”

Internet está en constante renovación y evolución. No en vano es uno de los principales negocios del mundo. Los *blogs* irrumpieron con fuerza. Luego nos vendieron la necesidad de tener nuestra segunda vida virtual en Second Life. ¡Como si con la primera no fuera ya suficiente! Second Life fue creado en el 2003 y después de tener un par de años de fuerte *boom* mediático, poca gente se pasea ya por este mundo virtual.

La moda ahora es otra. Para no estar *out*, debes tener tu propia red social. Facebook, MySpace, Hi5, Orkut o Tuenti han atraído la atención de cibernautas de todo el planeta. Son sitios para publicar tus fotos, anuncios, opiniones, enlaces preferidos, sugerencias, mensajes para las amistades... Antiguos compañeros de escuela tomaron contacto de nuevo con sus amigas, te puedes enterar de la ruptura sentimental de tu mejor amigo... ¡Una vitrina de lo que haces y eres!

Las páginas para la comunicación interpersonal han cambiado, están evolucionando. Ya no envías las últimas noticias a tus contactos por *e-mail*, ahora “sacas los trapos al sol”: pones fotos en Facebook o escribes mensajes de 140 caracteres en Twitter. Facebook ya agrupa a más de 350 millones de conectados.

Sin embargo, esto conlleva sus riesgos. No hay que caer en la paranoia, pero con estas redes es muy sencillo saber qué piensas o quiénes son tus amistades. Recordemos el golpe de estado en Honduras, ocurrido el 28 de junio de 2009. Muchos de los opositores perseguidos durante los primeros días fueron vigilados a través de las redes sociales. Fue sencillo tejer una red de quiénes eran sus contactos y amigos y saber si estarían también “conspirando” contra el golpista Micheletti.

Otro caso. Un activista norteamericano que se encontraba en Pittsburgh participando en las protestas contra el G20 en septiembre de 2009 fue detenido y el FBI allanó su casa. ¿Su delito? *Twitter*. Elliot Madisson iba informando a través de *Twitter* sobre los lugares donde se ubicaba la policía para dispersar la manifestación. Fue acusado de “obstaculizar detenciones o acusaciones, uso delictivo de un dispositivo de comunicación y posesión de instrumentos delictivos”.

Una adolescente británica publicó alegremente en su Facebook que su trabajo era aburrido. Al día siguiente, el director de la empresa le dijo que, vistos sus comentarios en la red social, no tenía sentido que siguiera trabajando en la compañía... ¡Chao! Ya hay quien comienza a hablar de “los arrepentidos de Facebook, y es que las

redes sociales se han convertido en peligrosas fuentes de información para despidos, fichajes o ascensos. La línea entre lo privado y lo público es imposible en la red”.

Pero las redes sociales no están ganándose enemigos solo por los peligros que acabamos de mencionar. Más de la mitad de las empresas norteamericanas prohíben el acceso a Facebook y Twitter a sus empleados por el tiempo laboral que emplean en ellas.

Nada de lo dicho le quita utilidad al concepto en sí de la red social de generar grupos entrelazados que comparten intereses. Las mismas redes han servido para organizar marchas a favor de la paz, en contra del mismo golpe en Honduras, etc. Las herramientas están ahí, otra cosa es el buen uso que hagamos de ellas.



¿Qué son las redes P2P?

Legalidad, funcionamiento, programas y peligros

Delincuentes, piratas, estafadores... Estos adjetivos y otros muchos son los que usan las discográficas para referirse a los usuarios de las redes P2P. El nombre P2P (del inglés *peer-to-peer*) significa entre iguales, entre pares, y quiere simbolizar a la gran red de personas que intercambian música, películas y *software* desde Internet.

¿Son legales las redes?

Hay dos posturas, la que se ampara en las leyes y la que se atiene a la vida real.

Los aspectos legales dependen mucho del país donde estemos. Algunos, sobre todo en los Estados Unidos de América y Europa, promueven medidas y legislaciones para frenar el intercambio en las redes P2P, pero no está siendo sencillo.

Francia encabezó en Europa esta batalla. Aprobó una ley antipiratería, donde te podían cortar Internet sin orden judicial por usar estas redes. El Tribunal Constitucional de ese país puso la ley en entredicho argumentando que “Internet es un derecho fundamental y solo puede ser restringido por un juez”.¹ Aun así, el presidente Sarkozy seguro logrará su aprobación con algunas enmiendas.

En España, hace poco se dictó sentencia sobre un caso donde la Sociedad General de Autores Españoles (SGAE) solicitaba el cierre de una página que ofrecía enlaces de descargas e intercambio de archivos. El juez afirmó que “las redes P2P, como meras redes de transmisión de datos entre usuarios de Internet no vulneran, en principio, derecho alguno protegido por la Ley de Propiedad Intelectual”.² ¡Caso cerrado!

El asunto ha tomado tal magnitud en Europa que el Partido Pirata Sueco obtuvo un escaño en las elecciones de junio 2009 para el Parlamento Europeo. Una de las metas de este partido, con gran aceptación popular, consiste en “cambiar la legislación global para facilitar el desarrollo de la sociedad informática, que está caracterizada por diversidad y libertad. Esto lo lograremos al pedir un nivel mayor de respeto por los ciudadanos y

su derecho a la privacidad, y al reformar el derecho de autor (*copyright*) y las leyes de patente”.³

No son pocas las personas que apoyan las reivindicaciones del Partido Pirata Sueco. ¿Por qué? Veamos algunos ejemplos. Si yo compro la última película de Brad Pitt o un CD con los éxitos de Shakira, nadie me puede impedir que lo comparta con mi prima para que lo escuche ella también. Incluso, que le pase mi *software* editor de audio a un colega para que lo pruebe. El “delito” se produciría si yo hago copias de esos materiales y lucro con ellos, es decir, los vendo.

Lo cierto es que para la mayoría de la gente los precios de un disco original resultan astronómicos. Y ni hablar de una licencia de software. Frente a los elevados costos de estos productos culturales, que deberían estar al alcance de todos, los ciudadanos de a pie buscan alternativas. Una es comprar en las calles y la otra son estas redes de intercambio P2P de las que estamos hablando.

En 2003, la Business Software Alliance (BSA) reveló que el 36 % del *software* a nivel mundial es pirata. La tasa media de piratería de *software* en América Latina en ese año era del 63 %.⁴ Bolivia y Paraguay (83 %), Venezuela (82 %) y Guatemala (81 %) encabezan la lista. Pero todo el continente está muy por encima del 50 %. Hay tiendas que venden DVD con estrenos cinematográficos por un dólar antes de que se vean en el cine y hasta centros comerciales especializados en música, *software* o películas piratas cuidados por la misma policía.

Los denunciantes de estas prácticas —las grandes compañías de discos— afirman que el problema es que se está robando a los cineastas y músicos. Pero este dato no es tan cierto, ya que las mayores pérdidas las sufren las mismas discográficas. Según informa la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, sobre el 12 % de los derechos pagados al artista por cada disco compacto, a este le queda apenas un 4 % después de deducir los honorarios del productor, el costo de embalaje, los productos gratis (regalos) y las retenciones por existencias no vendidas.⁵

El mismo estudio afirma, además, que “los músicos de los países en desarrollo tienen mucho que ganar y poco que perder de las tecnologías digitales y de Internet que, para las grandes empresas de grabación y publicación, constituyen un entorno muy propicio para la piratería. Pero para aprovechar esas ventajas

¹ Ver artículos en http://www.lemonde.fr/technologies/article/2009/06/10/hadopi-le-conseil-constitutionnel-censure-la-riposte-graduatee_1205290_651865.html.

² Juzgado Mercantil, número 7, Barcelona, España. 2 de julio de 2009. Procedimiento N° 401/09 E - AUTO N° 138/09. Fuente: [http://www.bufetalmeida.comAsesoramiento y defensa legal en relación con Internet y las nuevas tecnologías](http://www.bufetalmeida.comAsesoramiento_y_defensa_legal_en_relacion_con_Internet_y_las_nuevas_tecnologias).

³ Declaración de principios del partido Pirata, <http://www.piratpartiet.se/international/espanol>.

⁴ <http://w3.bsa.org/paraguay/press/newsreleases>

⁵ Informe sobre Comercio Electrónico y Desarrollo 2004. E-commerce and Development Report, www.unctad.org/sp/docs/ecdr2004overview_sp.pdf.

los músicos necesitan tener un mayor control sobre los derechos de autor de sus grabaciones y composiciones. Para tal fin, merece que se estudie el uso de tecnologías de Internet, en particular el intercambio de archivos P2P, la distribución en línea y la adopción de licencias abiertas o públicas, como las propuestas por la iniciativa Creative Commons”.⁶

La mula, eMule, es uno de los programas para el intercambio de archivos P2P más conocidos y usados. Y es que el mayor éxito de un artista o una cantante se lo otorga el público y la mayor ganancia la obtiene de los conciertos. Por eso, muchos músicos ya están ofreciendo gratis sus canciones en la red.⁷

En cierta forma, las grandes empresas de discos y de *software* están también experimentando fórmulas alternativas. Una de ellas, la venta de música por Internet. La misma Federación Internacional de la Industria Discográfica (IFPI) reconoce en su Reporte Global 2009 que el modelo económico de la venta musical está cambiando y anima a los artistas a que apuesten por las descargas legales desde Internet.⁸



⁶ Nota de prensa de la presentación del Informe Comercio Electrónico y Desarrollo 2004, publicada por UNCTAD - Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, <http://www.unctad.org/Templates/webflyer.asp?docid=5651&intItemID=1528&lang=3>.

⁷ Una de las mayores plataformas de distribución de música gratuita por Internet es Jamendo, disponible en ocho idiomas, 200 000 canciones por más de 9 500 artistas del mundo entero, <http://www.jamendo.com/es>.

⁸ IFPI: Digital MusicReport 2009, <http://www.ifpi.org/content/library/DMR2009.pdf>.

La famosa tienda en línea de Apple, iTunes, vende miles de canciones al día a 99 centavos de dólar, pero sus principales compradores son de países del Norte. Todavía son costos considerables para la región. Otras muchas disqueras llegan a convenios con páginas donde puedes escuchar música legalmente y, si te gusta, luego la compras. Spotify (<http://www.spotify.com/en>) y Last.fm (<http://www.lastfm.es>) son las más conocidas, una especie de redes sociales musicales que te sugieren artistas parecidos a los que más te gustan.

Otros muchos músicos, artistas y productoras de radio publican sus obras bajo licencias Creative Commons o Copyleft, que promueven los derechos compartidos.⁹ Con el *software* es más sencillo y ahora hay alternativas libres que no te cuestan nada.

Podríamos seguir gastando horas y papel debatiendo sobre el aspecto ético de la llamada “piratería”. Que si las culpables son las disqueras, que si los músicos no tienen para comer... Cada quien juzgue y actúe.

Breve historia de las redes

Napster fue la página precursora de esta revolución de la bajada de archivos. Tras ser cerrada por la justicia norteamericana, la industria discográfica se concentró en atacar a los constructores de programas como Morpheus o Kazaa. La cosa se puso más grave.

El Tribunal Supremo de los Estados Unidos sentenció que las empresas programadoras de *software* para las redes de intercambio P2P eran responsables de cualquier uso ilegal que hicieran sus usuarios. Por ese motivo, eDonkey2000 fue cerrado en el 2006 después de pagar una fuerte suma de dinero como multa.

Lejos de darse por vencidos, los programadores idearon una nueva estrategia: migrar al *software* libre. Ahora no pueden cerrar ninguna empresa porque el *software* no tiene dueños. Tanto es el éxito de estas redes, que el mayor tráfico en Internet lo registran los intercambios P2P. Por eso, muchas proveedoras de servicios de Internet (ISP) están desarrollando un nuevo protocolo llamado P4P, aunque todavía no está muy claro su objetivo. Estas compañías venden la idea de optimizar la eficacia de la red para estos servicios, pero detrás hay muchos intereses económicos.

La mayor parte de televisoras y productoras de contenidos miran hacia la web para publicar series de televisión y programas. La “TV a la carta” está llegando y las tecnologías P2P serían su plataforma. Por eso, muchas de estas grandes empresas ISP como Telefónica, AT&T o de contenidos como NBC o Warner están apoyando el desarrollo del P4P. The P4P Working Group: <http://www.pandonetworks.com/p4p>.

⁹ <http://creativecommons.org> - <http://fundacioncopyleft.org>

¿Cómo funcionan las redes?

Lo bueno de estas redes es que son descentralizadas. En vez de una sola computadora donde se almacenan los archivos y la gente los descarga, las redes funcionan de manera abierta. Por ejemplo, yo instalo en mi computadora un *software* gratuito como eMule. Al configurarlo, determino qué archivos quiero compartir.

Luego, cualquier persona del mundo que esté buscando una canción que yo tenga, entrará a mi computadora y la descargará. Lo mismo puedo hacer yo en la computadora de él. Todos los *software* para redes P2P tienen un sencillo motor de búsqueda con el que accedemos a los archivos de otros usuarios eligiendo el que queremos descargar.

Programas

La lista es interminable. Puedes ver la mayoría en la página de Softonic: <http://www.softonic.com/windows/intercambio-de-archivos-p2p>.

Los más conocidos son: Ares (<http://aresgalaxy.sourceforge.net>); eMule (<http://www.emule-project.net>); Limewire (<http://www.limewire.com/es>).

Para archivos Torrent hay páginas de enlaces y las descargas las gestionan programas como: uTorrent (<http://utorrent.com>); BitComet (<http://www.bitcomet.com>).

Todos se pueden descargar en sus páginas web y con Google encontrarás con facilidad manuales en castellano. Recientemente se están ensayando otros sistemas como el P2M. El funcionamiento es similar a las redes P2P, pero los archivos que se intercambian, en vez de estar en las computadoras de cada usuario, se encuentran alojados en servidores libres de correo. Pero muchos de estos servidores ya están bloqueando este intercambio, así que no tendrá larga vida esta iniciativa, <http://www.peer2mail.com>.

La tecnología P2P no es solo usada para el intercambio de música o videos. Cuando hablemos de la “radio en línea P2P” hay servicios que también usan estos protocolos.

Peligros

Entrar en una red P2P es abrir nuestra computadora para que otros accedan a ella. No te asustes, solo entrarán a la carpeta que tú decidas. Pero aun así, hay que tomar algunas precauciones para no terminar en el servicio técnico desinfectando el disco duro de virus, programas espías (*spyware*) o publicidad malintencionada (*adware*).

Contar con un antivirus actualizado y algún *firewall* será de gran ayuda para protegerte de estos bichos malignos. Aquí hay una lista con los programas P2P más seguros recomendados por <http://www.forospyware.com>.



¿Cómo subir audio y video en el ciberespacio?

Alojamientos gratis para archivos

La galaxia Internet tiene cientos de planetas y estrellas que la conforman.¹ Cada día se crean nuevas páginas web y miles de *blogs*. Las redes sociales se llenan de fotos y videos. Las bibliotecas digitalizan y colocan sus volúmenes más preciados en línea. Canciones y videos son también enviados a este espacio virtual. Millones de *mails* van de un buzón a otro. Pero, ¿dónde se guarda tal cantidad de información?

Como ya vimos, se aloja en servidores. Estos servidores hay que pagarlos. Y cuando no hay recursos para ello, lo mejor es acudir a Servicios de Alojamiento Gratuito para Archivos Web. Son páginas que no cobran por colocar allí nuestros audios, videos, fotografías o cualquier tipo de archivos. Aunque no es oro todo lo que reluce. Hay algunos agujeros negros en estos servicios.

Desparecen

La mayor parte de estos sitios web tienen un fin comercial, subsisten de la publicidad. Algunos no lo logran y desaparecen, como el caso reciente de Mybloop. Tienes que ser consciente de que los archivos que subes pueden algún día desaparecer. Por si acaso, nunca borres los originales de tu computadora.

Por tiempo limitado

Para que no se llenen, algunos sitios borran los archivos después de algunos meses. Revisa las condiciones de la web donde colocas tus audios o videos.

¹ Uno de los comunicólogos más famosos, Marshall McLuhan, el que postuló aquello de que el medio es el mensaje, hablaba de galaxia Gutenberg, y a la siguiente etapa la llamó galaxia Marconi. Ya nadie niega que esta nueva etapa es la galaxia Internet. Manuel Castells tiene un libro con este título.

Límite de capacidad

Aunque son límites grandes como 2 gigas, si te pones a subir audios de gran tamaño o calidad, es probable que llenes tu espacio muy pronto.

Antes de comenzar a ver por separado las diferentes páginas que ofrecen estos servicios, te presentamos Internet Archive: <http://www.archive.org>. Es una página sin fines comerciales donde puedes alojar textos, audios o imágenes. Su noble meta es dar acceso universal al conocimiento humano. Ya hay miles de archivos en sus servidores.

Una de las ventajas es que puedes “incrustar” o insertar reproductores en tu sitio web con los archivos que subas en archive.org. Es lo que se conoce como *embed*.² Tienes que copiar unos códigos en lenguaje HTML que te ofrece el propio sitio y listo. Archive.org es, por todo esto, una opción... imuy recomendable!

Para subir archivos en general

El archivo que subes genera un enlace, pero no permite *embed*, es decir, no puedes subir un audio y que aparezca en tu *blog* con un reproductor. Al hacer el clic sobre el enlace, se abre otra página, ajena a tu sitio, desde donde se descarga. Estas páginas dejan subir archivos de gran tamaño.³ Las más conocidas son:

RapidShare (<http://www.rapidshare.com>)

Una de las webs más visitadas del planeta.⁴ Para las cuentas *free* o libres tiene algunas limitaciones en el

² En inglés, incrustar.

³ Consulta esta tabla comparativa tomada de Wikipedia: http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_alojamiento_de_archivos.

⁴ Alexa.com es uno de los *ranking* de páginas web más visitados y reconocidos. En septiembre del 2009 coloca a RapidShare como sitio número 16 del Top Mundial liderado por Google, Facebook, Yahoo, Youtube y Windows Live, en ese orden. Ver <http://www.alexa.com/topsites>.

número de bajadas que puedes hacer. Borra archivos que no se usen en 90 días. Tiene cuentas *premium*, pagas unos dólares y no tienes límites de subida ni de bajada.

Megaupload (<http://www.megaupload.com>)

Con parecidas limitaciones en las cuentas libres y diferentes servicios de pago.

Mediafire (<http://www.mediafire.com>)

Tuvo un éxito rotundo en su partida. Revistas especializadas como *PC Magazine* hablaron muy bien de él y hasta le otorgaron premios.

Si tus archivos son fotografías, puedes usar las galerías de Flickr (<http://www.flickr.com>) o Picasa (<http://picasa.google.com>)

Para audios

En las anteriores puedes también subir audios, pero, como dijimos, no te permiten incrustar un reproductor para que la gente escuche las producciones desde tu *blog* o web. Los que veremos ahora son específicos para audio y sí te lo permiten.

Radioteca (<http://www.radioteca.net>)

La Radioteca es un portal libre para el intercambio de audios promovido por productoras y radios de Latinoamérica.⁵ Te inscribes y puedes compartir gratuitamente tus producciones con el resto de emisoras del mundo. Ya hay 8 000 audios de más de 2 000 instituciones de todo el continente. Están organizados por categorías. Todos los audios se publican indicando quiénes son sus autores. De manera fácil colocas un reproductor con el audio en tu web.

Para que los audios se publiquen en www.radioteca.net existen tres condiciones:

- No hacer propaganda política partidaria ni proselitismo religioso. Los contenidos tampoco irrespetarán los Derechos Humanos, la Diversidad Cultural ni la Cultura de Paz.
- Serán producciones que trasciendan la coyuntura periodística y los ámbitos muy locales para que puedan ser usados en cualquier lugar y momento.
- Los audios deben escucharse claramente y estar comprimidos en formato mp3, 128 Kbps/44.1 Hz o un formato de calidad técnica similar.

⁵ Desde sus inicios ha tenido el apoyo de UNESCO para el mantenimiento técnico de los servidores.

Otros sitios de trayectoria donde puedes alojar audios y colocar reproductores en tu web que permitan escucharlos directamente son:⁶

<http://www.mypodcast.com>, directorio y servidor para almacenar *podcast*.

<http://www.odeo.com>, para audio y video. La página está en inglés, pero es sencilla de usar.

<http://www.goeat.com>, especializado en música.

<http://www.esnips.com>, te ofrece 5 Gb de almacenaje gratuito.

<http://www.hipcast.com/> y <http://www.ivoox.com>, pensados para facilitar la creación de *podcasts*.

<http://www.podomatic.com>, una de las más usadas por los *podcasters* aunque en la versión *free* los audios duran poco tiempo, los borran y, si quieres que perduren, tienes que pagar.

<http://www.divshare.com>, para todo tipo de archivos, pero en los de música y video permite incrustar reproductores.

<http://www.dilandau.com>, para compartir, escuchar y descargar música.

<http://soundcloud.com>, rápido y con buena capacidad. Es bastante nuevo, esperemos que dure.

Para videos

YouTube (<http://www.youtube.com>)

Es el líder indiscutible. No deja de ser un proyecto netamente comercial del gran emporio [Google.com](http://www.google.com) que con nuestros videos hacen dinero, pero no se les puede negar la rápida, sencilla y útil plataforma que ofrecen. Además, está en español y otro montón de idiomas. Pero al contrario de lo que muchos piensan, YouTube no es el único lugar para alojar tus videos y luego insertarlos en tu página.

OutThink (<http://www.outhink.com>)

Es una comunidad independiente para artistas y productores de videos. Tiene una perspectiva social y libre. Publicas con licencias Creative Commons. Son socios de proyectos como Internet Archive y Our Media: <http://www.ourmedia.org>.

Otro lugar más antes de finalizar la lista: Blip (<http://www.blip.tv>)



⁶ No te extrañe que alguno haya desaparecido después de escribir estas letras. Como ya dijimos, el problema es que casi todos viven de la publicidad y no es fácil subsistir de eso en Internet.

¿Cómo bajar audios y videos de la web?

Trucos y programas. Adjuntar archivos de un CD en un e-mail

Parece obvio, pero no lo es. Prueba de ello es la cantidad de preguntas que hemos recibido en el consultorio de Radialistas sobre cómo descargar los audios de nuestra web. Las sugerencias que vienen a continuación sirven para cualquier audio o video virtual.

Bajar audios de una web y guardar en mi computadora

Generalmente, cuando hay un sonido en una web y hacemos clic con el botón izquierdo del ratón, el audio comienza a sonar en vez de descargarse a nuestra computadora. Esto depende del navegador que estemos usando y de cómo lo tengamos configurado.

Si navegas con Explorer, el audio comienza a bajar, pero de inmediato arranca el Reproductor Windows Media Player para sonarlo. ¿Pero qué hacer si quieres quemarlo en un CD o llevarlo en una memoria USB desde tu casa a la radio? En la parte superior de ese reproductor tienes el menú del programa. La primera opción dice “Archivo” y en ese menú aparece “Guardar medio como...”. Al seleccionarla, podrás guardar el audio donde tú decidas.

Cuando en Firefox haces clic en un audio, el programa te ofrece dos opciones: la primera, escucharlo con el reproductor predeterminado; la segunda, descargar el archivo para guardarlo en la computadora.

Por defecto, Firefox lo baja y lo deja en el Escritorio, aunque desde Herramientas / Opciones / Principal podemos decirle al programa que siempre nos pregunte en qué carpeta guardar cualquier archivo que descarguemos.

Independiente del navegador que uses o cómo esté configurado, sigue los siguientes pasos:

1. Coloca el ratón encima del audio. A veces está indicado con una bocina, un símbolo de sonido o un icono con la palabra *download* (descargar). Haz clic con el botón derecho del ratón. Se desplegará un menú con la opción “Guardar archivo como...” o “Guardar destino como...”.



2. Al hacer clic, se abre un cuadro de diálogo para que elijas la carpeta donde quieres guardarlo. ¡Y listo! El audio comienza a descargarse.

3. Por último, solo tienes que hacer doble clic sobre el archivo para comenzar a escucharlo en cualquier reproductor de audio.

Bajar videos de una web y guardar en mi computadora

Descargar videos no es tan sencillo como hacer clic con el botón derecho y elegir dónde guardar. La mayor parte de ellos están dentro de presentaciones en FVL, el formato de Flash para video y otros similares. ¿Qué hacer, entonces? Solo necesitas instalar un *software* en tu computadora y descargarás cualquier video de la red para luego verlo tranquilamente sin necesidad de estar conectado a Internet.

Por unanimidad, el más usado, conocido y recomendado es aTubeCatcher, un programa sencillo de manejar, en castellano y gratuito. Otra buena opción también gratuita es VideoTodo.⁷

Firefox también tiene algunos *plugins* o *add-ons* que permiten guardar directamente desde el navegador videos de YouTube y otras páginas similares: <https://addons.mozilla.org/es-ES/firefox/addon/2390>.

Adjuntar archivos desde un CD

Otra complicación muy frecuente es intentar adjuntar un archivo de un CD para mandarlo por *e-mail*. Y no me refiero a discos de datos que tienen pistas de audio en mp3, las cuales sí podemos adjuntar como si fueran un archivo de texto.

Resulta que hacemos 10 spots sobre la prevención del VIH-SIDA y los quemamos en un CD. Queremos compartirlos desde la Radioteca.net con el resto de radialistas del continente para que los usen en sus emisoras. Nos

⁷ <http://atube-catcher.dsnetwb.com> - <http://videotodo.blogspot.com>.



sentamos delante de la computadora, metemos el CD en la lectora, abrimos nuestros programas para correos electrónicos, escribimos unas letras y desde Adjuntar (*attachment*) vamos al CD y añadimos el Track01. Al día siguiente, nos escriben diciendo que el archivo que ha llegado no suena, no es un audio. ¿Qué sucedió? ¡Si yo mandé la pista que se escucha en el disco!

La persona que recibió el *e-mail*, tenía en su bandeja de entrada un correo con un adjunto con el nombre Track01.cda y un tamaño de 164 kB. Cuando abrimos un CD de audio en el explorador, lo que nos aparecen no son las canciones sino accesos directos a esas pistas musicales. Esos enlaces a las canciones son lo que hemos mandado por *e-mail*, solo enlaces. Para adjuntar el audio real, primero debemos guardarlo en la computadora. Hay diferentes programas con los que puedes pasar una canción de un CD a tu computadora.

Casi todos los quemadores de CD, como Nero, te permiten guardar pistas. También los reproductores como iTunes. Otra opción para hacerlo son los editores de audio como Audacity. Abren la pista desde el CD y luego eliges guardarla en la computadora. Cuando guardes en mp3, hazlo en una calidad mínima de 128 kB/s. Mandar un audio por la web sin comprimir puede demorar un par de días. Con el audio ya en la computadora, lo podrás adjuntar sin problemas en un *e-mail*.



¿Qué es la radio *on-line*?

Ventajas y desventajas de transmitir *on-line*

Tanto la televisión, como la radio y los periódicos, se han aliado estrechamente con Internet. Un matrimonio tecnológico muy fecundo. Hoy en día, hasta los pequeños periódicos locales tienen su versión *on-line* y algunas cadenas de televisión envían su señal al ciberespacio.

Pero si un medio aprovechó esta oportunidad para proyectarse con fuerza fue la radio. No solo las radios tradicionales se sirvieron de esta tecnología para transmitir en línea, sino que millones de apasionados radiolistas de todos los continentes encontraron en Internet la oportunidad que tanto habían esperado para hacer radio.

La radio en línea no ha supuesto la revolución radiofónica que muchos auguraban, pero sí un gran salto tecnológico y una oportunidad que podemos y debemos aprovechar. Pero antes de entrar en detalles para saber cómo montar tu propia radio, veamos algunas ventajas y desventajas de este tipo de transmisiones.

Desventajas de la radio en línea

No es gratis

Diferentes estudios concluyen que más del 90 % de la población latinoamericana escucha radio tradicional prácticamente todos los días. Escuchar la FM o AM es barato. Hay un gasto inicial en el receptor, pero los encuentras en los mercadillos hasta por 3 dólares. Muchos celulares traen incorporada una radio y en los autos o buses nunca falta un receptor. Súmale un poco de consumo eléctrico o baterías, pero en cualquiera de estos casos, escuchando todo el día no gastarías más de 5 dólares al mes. Incluso hay receptores que funcionan por energía solar, con lo que te ahorras el costo de las baterías.

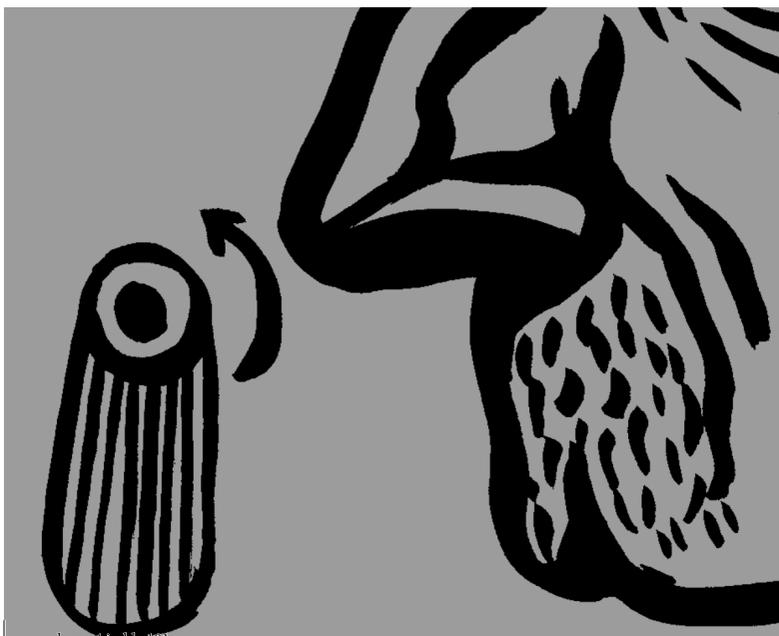
En cambio, para escuchar radio en línea hay que tener una conexión a Internet. En América Latina es escasa la población que accede desde su hogar y menos del 10 % lo hace con un acceso a banda ancha.¹ Los costos de las cabinas o cibercafés varían en cada país, pero oscila entre uno y tres dólares la hora. Este es el principal motivo por el que la radio en línea no sustituirá completamente a la radiodifusión tradicional que es de libre recepción.

No la podemos escuchar en todo lugar

La imagen del joven caminando con su radio portátil y sus audífonos mientras escucha su emisora favorita todavía no es posible con la radio en línea. Como ya comentamos, para escuchar una emisora en Internet hay que estar atado a una conexión y con una computadora.

Sí, es cierto que hay Internet inalámbrico o celular 3G, pero esto solo sucede en áreas donde hay cobertura y aun son pocos los privilegiados que pueden pagar estos servicios. Así que, sea de forma inalámbrica o fija,

¹ Perfiles Estadísticos de la Sociedad de la Información 2009 Región de América. Ver http://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/ind/D-IND-RPM.AM-2009-E09-PDF-S.pdf.



desde una computadora o un teléfono, para escuchar estas radios hay que conectarse a Internet.

Oyentes limitados

La cantidad de personas que acceden a una radio en línea está limitada por el ancho de banda del servidor que transmite.

Imagina una autopista. Si queremos que por ella circulen más autos, deberemos ensancharla. Lo mismo sucede con este tipo de emisoras. Si queremos más oyentes simultáneos, tendremos que contratar un mayor ancho de banda. Los servidores normales no soportan más de 200 oyentes conectados al mismo tiempo. Tener capacidad para una audiencia de más de 3 000 oyentes simultáneos supone invertir al menos 1 500 dólares anuales.

Ventajas de la radio en línea

Sin necesidad de licencia

Nada de solicitudes engorrosas ni echar canas esperando una resolución que puede tardar años. Tampoco tener que pagar cientos de dólares para conseguir una concesión o recomprar una frecuencia. En Internet no hay que pedir permisos ni licencias de transmisión. El dial cibernético es infinito.

Es probable que en un futuro esto no cambie. En Internet, los problemas no vendrán por el lado de las licencias, sino por el de las compañías discográficas. En Estados Unidos ya les quieren cobrar a las radios en línea un canon por la música que transmiten al igual que hacen con las FM aunque, dado el gran número de emisoras en línea y la falta de un registro, parece difícil que lo logren.

Cobertura mundial

Hace unos años había que deshacerse en esfuerzos y peripecias para escuchar radios de otros países con receptores de onda corta. Había que ingeniárselas para situar la antena en una posición determinada y así oír transmisiones en ruso, árabe o francés.

La radio en línea solucionó el problema. Ahora es más sencillo escuchar radios de todo el mundo sin necesidad de apuntar con ninguna antena. Te conectas a Internet y... ¡ilisto! Miles de radios a tu disposición, sin cortes, ruidos o vaivenes de la señal. Por este motivo, muchos oyentes de esta nueva radio son personas que se encuentran lejos de sus países y se enteran por este medio de lo que sucede por allá.

Transmitir desde cualquier lugar

No hace falta estar atados a una antena o a una cabina. Con la radio en línea podemos transmitir desde cualquier lugar donde tengamos una conexión de banda ancha y un pequeño equipo informático.

Esta posibilidad la convierte ideal para reportes y transmisiones móviles, aunque pocas radios hacen uso de esta ventaja. Puedes irte a una actividad o rueda de prensa, conectarte a Internet y mandar tranquilamente la señal a tu emisora y que ellos la saquen al aire.

Costos bajos

Frente al alto gasto en equipos para el estudio, transmisores y costo de la frecuencia, la radio en línea es considerablemente más económica. En equipos no hay mucho que invertir. Con una computadora y un micrófono seremos los DJ's del momento. Luego, hay que sumarle la conexión a Internet y el costo del servidor,



pero como veremos en el capítulo siguiente, existen diferentes formas de abaratar esto.

Audiencias específicas

Mencionamos como una desventaja los pocos oyentes que nos pueden sintonizar de manera simultánea. Pero desde otro punto de vista, esto podría ser una gran oportunidad. Las radios en línea nos permiten segmentar más nuestra audiencia y hacer una programación más dirigida y personalizada. En muchos casos, estas radios agrupan a oyentes entusiastas o comunidades que se reúnen en torno a un tema específico, una especie de *blog* en audio o *radioblog*.

Hasta perros y gatos tienen la suya. En sus 17 horas de programación, Radio Dogcat ofrece consejos a sus peculiares oyentes como, por ejemplo, que no ataquen al cartero o que no mordisqueen las pantuflas de su amo. Emite desde Los Ángeles, California, y la puedes escuchar en: <http://www.dogcatradio.com>.

Sin llegar a estos extremos zoológicos, la mayor parte de estas radios no son generalistas. Se han especializado en un determinado tipo de música o contenidos. Por supuesto, estamos hablando de las radios que transmiten exclusivamente en Internet. No es el caso de las radios convencionales en AM o FM que también cuelgan su señal en Internet.

Multimedia = multiposibilidades

En su gran mayoría, la gente que escucha radio por Internet lo hace sentada frente a una computadora. Si se sabe aprovechar, esta es una de las mayores ventajas. Es fácil darle un valor agregado al oyente ofreciéndole desde la web una mayor interactividad y participación.

En la página desde donde transmites, además del audio, puedes incluir videos, fotografías, audiotecas con programas ya emitidos, encuestas y hasta una webcam que muestra las imágenes de la cabina mientras se realiza el programa. También podemos incluir:

- Secciones de textos y enlaces a webs donde profundizar los temas tratados en el programa.
- Salas de *chat* en vivo para enviar saludos y complacencias.
- Encuestas en línea de las canciones y artistas favoritos.
- *Blogs* del programa o la radio donde los oyentes dejan sus opiniones.
- Foros y debates interactivos.
- Recibir llamadas a través de Skype para sacarlas al aire.
- Buscadores de empleo y tableros de anuncio compra-venta.

- Anuncios gráficos (*banners*) con publicidad. Así aumentan los ingresos tan escasos en las radios en línea.

Todo esto puede estar también en la web de una radio FM, pero si no transmites en línea es raro que la persona se quede mucho rato en tu página solo para navegarla. Como habrás podido observar, las ventajas son más para las emisoras que para la audiencia. Aunque probablemente, en pocos años, esto pueda cambiar.

El avance de las tecnologías inalámbricas presenta un futuro prometedor para estas radios. Ya se venden radiorreceptores que se conectan vía Wi-Fi a directorios web de radios en línea, pudiendo elegir cuál escuchar.² Lo mismo haremos con un celular de 4G mientras caminamos por la calle. Pero hasta que esto suceda, escuchar radio en línea es una práctica poco extendida. Muchas de las emisoras que solo transmiten *on-line* pasan el día con 4 o 5 oyentes escuchándoles. Hasta la radio FM más pequeña multiplica esa audiencia.

Si estás pensando en un proyecto *on-line*, no te desanimamos, pero ¿por qué no lo complementas con una Radio a la Carta? Se trata de colgar en tu web las grabaciones de los programas que transmites durante el día. De esa manera, la audiencia se convierte en programadora, eligiendo qué y cuándo escuchar, armando una programación a su medida, ordenando a su gusto el menú radiofónico.

Y ahora, pasemos a la práctica. ¿Cómo transmitir?

¿Cómo poner mi radio en línea?

Streaming. DPS, SHOUTcast

Barato y sencillo. Así podríamos resumir el procedimiento para transmitir en línea. ¿Te animas a probar?

Generar la señal

Si eres una radio convencional de AM o FM, este tema está resuelto. La misma señal que sale al aire la difundirás con facilidad por el aire virtual. Si, en cambio, solo transmites en Internet y tienes que comenzar de cero, lo más sencillo es reproducir música desde una computadora. Pero para variar la programación y darle un poco de contenido, vendría que instales un pequeño estudio que tenga una computadora con su tarjeta de audio, un par de micrófonos y una consola o mezcladora que, aunque no es indispensable, sí te será muy útil. Si haces números, por 700\$ u 800\$ habrás resuelto.

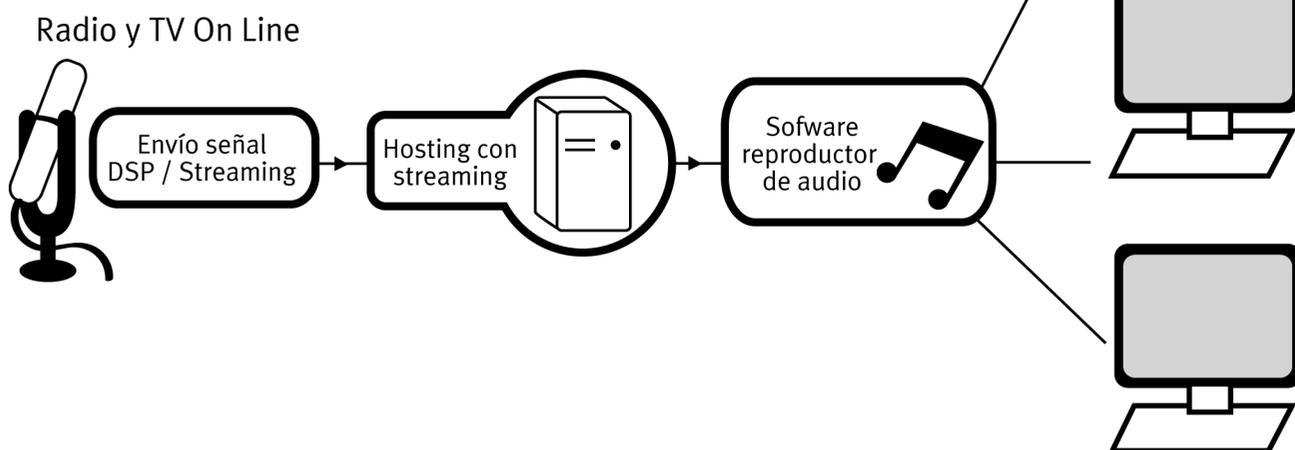
Los micrófonos y demás equipos, como CD o caseteras, van a las entradas de la consola. Para emitir la

² La radio de Internet para llevar. Ver <http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/hardware/2009/09/28/188016.php>.

señal conectamos la salida de audio de la consola (*out*) en la tarjeta de audio de la computadora (*Line In*, color azul).

Enviar la señal al servidor

El servidor es el encargado de transmitir nuestro programa usando la tecnología *streaming*. No tenemos que esperar minutos a que se baje un audio. Nos conectamos al servidor y escuchamos en tiempo real, en línea.



El envío de la señal desde la computadora al servidor lo hacemos con un DSP o Procesador Digital de la Señal (*Digital Signal Processing*). Es un *software* que se encarga de recibir la señal de la tarjeta de audio y procesarla. Luego se conecta con el servidor por Internet y le va enviando nuestra voz y la música por pequeños paquetes digitales. El servidor recibe los datos y los va entregando a las personas que “sintonicen” nuestro programa.

El DSP más usado es el de SHOUTcast.³ Es una aplicación o *plugin* que trabaja de la mano con el reproductor Winamp. Ambos son sencillos de configurar y no tienen costo. SHOUTcast no es el único: Icecast (Xiph), Media Encoder (Microsoft), QuickTime Streaming (Apple) y RealProducer (RealPlayer) son otros programas que podrás usar.

Calidad de la transmisión

La compresión del sonido influye en la calidad. Más compresión, menos tamaño, peor calidad. Tenemos que combinar muy bien estos factores, ya que al transmitir en línea todo está relacionado.

Hemos usado el ejemplo de una carretera con autos para compararlo con el ancho de banda de Internet. Si

quieres que por la autopista circulen camiones, cada uno por un carril, como mucho circularán cuatro. Pero en el mismo espacio correrán veinte bicicletas. Si transmites *on-line* con mucha calidad, ocuparás todo el ancho de la banda con un par de usuarios. Pero si bajas la calidad, te escucharán más usuarias y usuarios “montados en bicicleta”. Ten en cuenta que la autopista de Internet a la que está conectada tu servidor tiene capacidad para unos determinados kilobytes por segundo al mismo tiempo.

Supongamos que nuestro servidor puede despachar 1 000 kbps por segundo. Si transmitimos a una calidad de 100 kbps, se podrán conectar 10 personas al mismo tiempo en nuestra radio virtual (1000 fff 100 = 10). En cambio, si bajamos la calidad de la transmisión a 50 kbps, serán 20 las personas que se conecten en el mismo instante sin que colapse la radio. Estaremos sacrificando calidad en función de cantidad de oyentes. Esta decisión se toma en el DSP al elegir la calidad de la transmisión.

Cuando hablamos de límite de oyentes nos referimos a una audiencia simultánea, es decir, que en un momento puntual no puede haber más de, por ejemplo, 20 oyentes. Pero al momento que uno se desconecta puede entrar otro. Quizás durante el día te escucharon 500, pero nunca más de 20 al mismo tiempo.

³ <http://www.shoutcast.com/download>

Servidores

El servidor debe ser de *streaming* y tener un *software* que se entienda con el DSP que estará en la computadora de transmisión. Por lo general, al contratar o adquirir un servidor de este tipo ya viene preinstalado.⁴ Veamos las cuatro posibilidades que tienes para transmitir en línea, comenzando por la más simple.

- Poner tu máquina como servidor

Puedes usar tu computadora para transmitir y, al mismo tiempo, que haga de servidor. De esta manera, los oyentes se conectan físicamente a tu equipo a través de tu conexión a Internet. La ventaja es el bajo costo, ya que no tienes que contratar ningún servidor. El inconveniente son los pocos oyentes que al mismo tiempo te sintonizarán.

Los servidores que contratamos para *streaming* están en centros de datos conectados por anchísimas autopistas a la red. Pero nuestras conexiones a la banda ancha son muy, pero que muy estrechas. Eso impedirá que más de tres o cuatro personas te escuchen al mismo tiempo. Si una de ellas es tu mamá, con las otras vas a lograr muy poco éxito en tu aventura radial.

Otro problema es que nuestra computadora, cada vez que se conecta a Internet, lo hace con una dirección IP diferente, ya que las conexiones domésticas a Internet son de IP variables. Es como si cada día viviéramos en un hogar diferente. Esto complica que nos encuentren en la red. Para evitarlo, puedes usar un simulador de IP fija virtual a través de una web <http://www.no-ip.org>.

- Transmitir desde un servidor gratuito

Al igual que hay páginas que te ofrecen sitios web de forma gratuita, últimamente están apareciendo algunas plataformas que permiten transmitir gratis en *streaming*, tanto video como audio. A cambio, toca ver un poco de publicidad, pero no tienes que pagar nada.

El número de oyentes varía de un servicio a otro y de la cantidad de oyentes que tengan las otras radios que comparten el sistema.⁵ No es la mejor opción para un proyecto grande de radio en línea, pero siempre es más efectivo que usar tu máquina como servidor.

El más conocido es: <http://listen2myradio.com>. Aquí tienes otro servicio: <http://freestreamhosting.org> y otro más: Global Independent Streaming Support,

⁴ Si usas la plataforma SHOUTcast, deberás instalar en el servidor el Server DNAS.

⁵ Estas opciones comenzarán a proliferar por la red. Es una forma de ganar publicidad. Ofrecen un servicio básico para pocos oyentes y luego promocionan paquetes *premium* de pago de mejor calidad y más usuarios. Si el básico *premium* sirve para 25 simultáneos por 6,25\$ al mes, es de suponer que el plan gratuito permita menos.

<http://giss.tv>. Para TV, <http://www.ustream.tv> y <http://livestream.com>.

- Utilizar redes P2P

Este sistema de radio en línea está basado en ese tipo de redes de intercambio y no ha tenido mucha aceptación por el reducido ancho de banda para recibir oyentes. Funciona sin un servidor central y es cada usuario de la red quien comparte su máquina para transmitir o escuchar. *Streamer* trabaja sobre redes P2P usando el *software* SHOUTcast/Icecast. PeerCast es otra forma.⁶

- Contratar un servidor

Es la mejor opción si quieres colgar la retransmisión de tu radio o tener una emisora en línea a la cual puedan acceder muchos oyentes. Puedes instalar tu radio en el mismo servidor donde alojas tu página web, si es que el proveedor ofrece este servicio. El número de oyentes simultáneos dependerá del ancho de banda contratado y este dependerá de lo que quieras gastar. Recuerda que el número de oyentes también está estrechamente ligado a la calidad con que transmites.

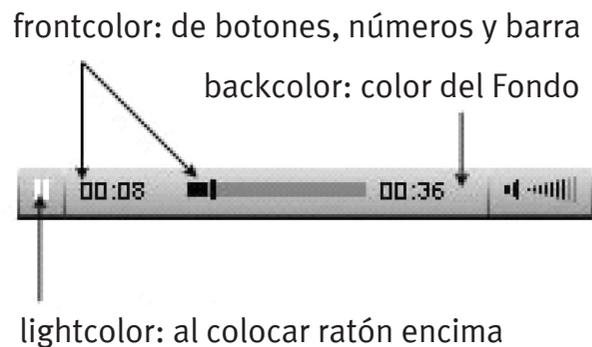
Radialistas.net, Radioteca.net y Código Sur emprendieron una iniciativa para ofrecer servidores de *streaming* a radios comunitarias con precios solidarios. Puedes consultar en: <http://webgratis.radioteca.net>.

El receptor

Aunque no es necesario contar con una página web para transmitir en línea, sí necesitarás una, o al menos un *blog*, para colocar un reproductor o en enlace con el que puedan escuchar tus programas. Tienes dos maneras de hacer esto:

Un reproductor en tu web

Es sencillo, copias un código HTML en tu web o *blog* y te escucharán en un reproductor como este:



⁶ <http://www.streamerp2p.com> - <http://www.peercast.org>

Enlace a reproductores externos

Son *links* para que la transmisión se pueda oír con *software*, como Winamp, que los oyentes tienen instalados en sus computadoras. Al hacer clic automáticamente se abre el reproductor y comienza a escucharse la radio.

Automatizar la conexión

Muchos programas, como Zara Radio, que sirven para automatizar las transmisiones, permiten conectarse con radios en línea. Con una sencilla programación puedes hacer que tu computadora pase las noticias de una emisora en línea a medianoche y transmitirlo por tu radio sin necesidad de que el operador esté haciendo la conexión.

Programa	Propietario	Software instalado en el servidor para streaming	Software instalado en la computadora que transmite DSP	Software instalado en la computadora para escuchar
SHOUTCast	Nullsoft	SHOUTCast Server	SHOUTCast Edcast Simplecast	WinAmp VLC
IceCast	Xiph	IcecastStreaming Media Server	Icecast – Client Ices	WinAmp VLC
VLC	VideoLan	miniSAPserver	VLStreaming	VLC
RealAudio	Real Networks	Real Server	Real Producer	Real Player
QuickTime	Apple	QuickTime – Darwin Streaming Server	QuickTime Broad-caster	QuickTime Player
Windows Media	Microsoft	Streaming Windows Media	Windows Media Encoder	Windows Media Player

Cómo hacer *podcasting*?

Programas para hacer y escuchar un *podcast*. Las *tags*

Desde los inicios de la web han existido en Internet páginas con archivos en mp3 u otros formatos de audio comprimido para descargarlos y escucharlos. Pero el “Rey Midas” de Internet, Steve Jobs (Apple), ha logrado rebautizar esta práctica e inventar una nueva moda: el *podcasting*.

Icono de *podcast* usado por iTunes, <http://www.apple.com/itunes/podcasts>.

Tal ha sido el *boom* de la palabrita que el New Oxford American Dictionary seleccionó a *podcast* como la Palabra del Año 2005 y la definió como “una grabación digital de una emisión de radio o un programa similar, que

se puede obtener de Internet para ser descargado en un reproductor de audio personal”.⁷ Básicamente, el *podcasting* es eso, colocar archivos de audio comprimidos en nuestra web, aunque para que el *podcast* esté completo debería sindicarse mediante RSS.



⁷ Puedes leer la noticia en la página del mismo diccionario: http://www.oup.com/us/brochure/NOAD_podcast/?view=usa.

Como siempre, con estos inventos surgen diferentes versiones de los orígenes del nombre. La más extendida, y a la que me sumo, es que *podcasting* es una mezcla de iPod, nombre del famoso reproductor de Apple, y *broadcast(ing)*, que traducido significa “emisión”, en este caso, de radio. Icono universalizado para el *podcast* promovido por <http://podcastlogo.lemotox.de>.

Otros sugieren que se deriva de la suma de palabras como *pod* (portable) y *broadcast*. También está la versión que afirma que deriva de *portable on demand broadcast*, es decir, emisión portátil bajo demanda. Controversias aparte, un *podcast* es un audio encapsulado o enlatado que ofrecemos en una página web. ¡Punto!

Todo el mundo puede hacer radio

Hasta hace pocos años, solo las emisoras podían producir programas y darlos a conocer. Pero con los *blogs* y los *podcast* aparecieron comunicadores hasta debajo de las piedras. Con una computadora y un micrófono te conviertes en productor o locutora y lanzas al aire virtual tus programas, sin necesidad de frecuencias o permisos, sin necesidad de dinero. Con los *podcast* la producción de radio se universalizó, se hizo accesible a la ciudadanía.

¿Cómo hago un *podcast*?

- Graba el audio

Es imprescindible contar con un pequeño estudio de producción, tan pequeño que basta con un micrófono y una computadora con su correspondiente tarjeta de sonido. Debes tener también un editor de audio instalado en la computadora, como Audacity.

Además de los componentes técnicos, hay que tener las ideas, el contenido que grabarás y difundirás en el *podcast*. La producción de un *podcast* no se diferencia en nada a la de un programa que sea transmitido por radio. Es necesario que guardes el audio comprimido en mp3 o en otro formato de compresión como .ogg. Recuerda que el *podcast* estará alojado en una web y, de ser muy pesado, quienes visiten tu página tardarán horas en bajarlo.

- Bautiza tu *podcast*

Aunque en la web coloques el título y el autor del *podcast*, es necesario que el mismo audio vaya bautizado. De esta manera, al sonarlo en cualquier computadora o reproductor portátil se podrán leer los datos.

Los audios digitales permiten colocar dentro de sus bits la información del *podcast*. Esto se hace editando las *tags*. Estas etiquetas —eso significa *tag*— se pueden



colocar con casi todos los *software* reproductores de audio o programas específicos para ello.⁸

- Publica el *podcast*

Para compartir el programa necesitas alojarlo en el ciberespacio. Tienes dos opciones. Una, contar con página web propia. En este caso, todo se facilita. Solo tienes que subir el audio por FTP y luego enlazarlo en la página web.

La segunda, la más frecuente, es que tengas un *blog* sin espacio virtual para alojar audios. Necesitarás un servidor gratuito donde subir el audio, para después publicarlo en tu *blog*. Existe una larga lista de opciones para guardar archivos en servidores virtuales. Muchas de ellas, por ejemplo <http://www.odeo.com>, se han especializado en alojar *podcast* de todo el mundo.

- Sindica tu *podcast*

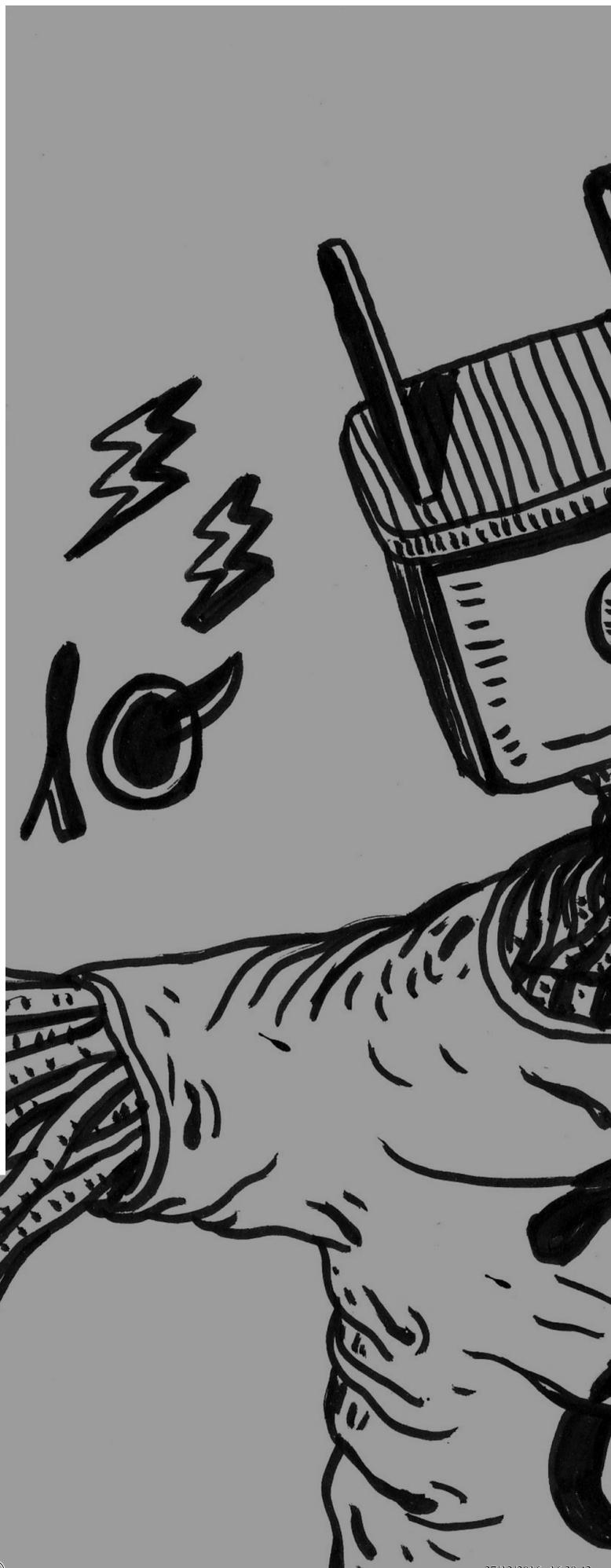
Se hace mediante archivos RSS en lenguaje XML. Existen programas que realizan todo el proceso de forma sencilla y automatizada, desde generar el archivo RSS hasta subirlo al servidor. El más sencillo es EasyPodcast. Está en castellano y es un *software* libre.

PodProducer también está disponible en castellano. Su ventaja frente al resto es que incluye un editor de sonido con el que podrás grabar de una vez el *podcast* y editar luego las *tags*. Otra aplicación para hacer tus feeds o enlaces RSS es FeedBurner, comprado en el 2007 por Google. ¡Cómo no!⁹

Por último, es recomendable que inscribas tu *podcast* en algún directorio para darlo a conocer. La Radioteca.net tiene uno, pero hay muchos más: <http://www.mundopodcast.net>; <http://www.podcastellano.es>. Con PodProducer puedes elaborar un *podcast* desde su grabación.

⁸ Tienes un manual donde se explica cómo hacerlo con el reproductor Winamp. Otra opción es EasyTAG, <http://easytag.sourceforge.net>.

⁹ <http://www.easypodcast.com> - <http://www.podproducer.net> - <http://www.feedburner.com> - <http://www.apple.com/itunes/download> - <http://juicereceiver.sourceforge.net> - <http://www.dopplerradio.net>



Si eres una radio...

...y publicas tus producciones en mp3 en la web, síndicalos con RSS como un *podcast*. De esta manera, muchas otras personas podrán escucharte. Cuantas más formas de ofrecer nuestros contenidos tengamos, a más gente llegaremos.

¿Cómo me escuchan?

Que el nombre surja del iPod no significa que tengas la obligación de comprar uno. En muchas páginas, el *podcast* puede escucharse directamente a través de un reproductor web. Si lo descargas, cualquier *player* de *software* como Winamp o VLC Player te servirán. Una vez que lo tienes en tu computadora puedes pasarlo con un cable USB a tu reproductor portátil o teléfono.

Si desde la computadora quieres suscribirte a un canal de *podcast*, hay varios programas que te permiten hacerlo. De esa forma, cada vez que haya uno nuevo en esa página, de forma automática se descarga y queda a la espera en tu computadora para cuando quieras escucharlo. Uno de los más conocidos es iTunes. Juice, disponible en español y muy útil. Doppler, con una interfaz muy sencilla para escuchar canales de *podcast*.

Para saber más:

Iván Lasso es madrileño y reside en Ecuador. Guionista de *comics* de vocación y profesor de informática de profesión, además de un activo blogger. Combina todas estas facetas para ofrecer conocimientos sobre la web en divertidos *comics*. Los tienes sobre Firefox, FTP, Podcast... Están en su página: <http://www.proyectoautodidacta.com>.

El Libro del Podcasting. Historia, ayudas y referencias. Publicado por la principal página de podcasting en castellano: <http://www.podcaste-llano.com>.

