

ESCASA APROPIACIÓN DE LAS REDES SOCIALES EN LA OPINIÓN PÚBLICA

Los registros de las prácticas

Lic. Gustavo F. González, con la colaboración de la Lic. Laura Rómoli, el Lic. Juan Ignacio Moreno Francisco y el alumno Tadeo González Baldrés

CICEOP

(Centro de Investigación y Capacitación en Estudios de la Opinión Pública de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP)

La mayoría de las investigaciones sobre redes sociales poseen las mismas generalizaciones y simplificaciones que han tenido históricamente los estudios sobre la gráfica, la radio y la televisión: caracterizaciones universales que no llegan a explicar, analizar o describir las prácticas diferenciales que llevan a cabo las personas con esos dispositivos.

Los simplismos observacionales empíricos, o un “empirismo abstracto” como señalaba Wright Mills (1997) pero ahora de big data, las utopías del determinismo tecnológico y un romanticismo liberador y hasta anárquico, han permitido que diversos investigadores e investigadoras postulen “teorías de carácter social” Veron (1968), pero las diversas prácticas y el entramado económico, social, político, geográfico, educativo y hasta etario pone en crisis esas absolutizaciones.

Las diversas conceptualizaciones enfatizan que a partir de la irrupción de las redes sociales y la web participativa se establecen nuevas subjetividades (Sibilia, 2008); una nueva sociabilidad (Morduchowicz, 2012); procesos de aculturación (De Moraes, 2013) una

nueva espacialidad (Rovira Sancho, 2013); empoderamiento ciudadano (Viché González, 2015), capacidad de fusionar agendas (Calvo y Aruguete, 2018), hasta la calificación de revolución digital (Waisbord, 2020), entre otros postulados.

Otro de los conceptos absolutos es la palabra prosumidor, si bien según Gutiérrez Cortés et. al. (2018), Islas, Arribas Urrutia (2018) “En los Toffler el término prosumidor es complejo –representan el fundamento de una nueva economía política-, situación que definitivamente trasciende al imaginario conceptual de la comunicología” (p.656), su utilización en el marco de las prácticas en RRSS lo hace ambiguo y difuso, no dando cuenta de las diversas interacciones de la ciudadanía con los dispositivos tecnológicos.

Consideramos que más que establecer abstracciones totalizantes, debemos analizar las prácticas concretas que llevan a cabo las personas con los dispositivos tecnológicos, postulando luego, si cabe, que se verifica un empoderamiento ciudadano, la construcción de un contrapoder en términos de Mora y Araujo (2005) o la concretización por parte de la opinión pública y a partir de las RRSS del modelo horizontal de discursos y contradiscursos que conceptualiza Wolton (1992) de la comunicación política.

A partir de encuestas domiciliarias realizadas en los años 2017¹ y 2019², encuestas telefónicas bajo sistema IVR en los años 2017³ y 2021⁴ y de 4 grupos focales⁵ realizados en el 2017 y 1 grupo focal realizado en el 2019⁶, analizaremos las diversas prácticas que las per-

1 367 casos realizados en abril del año 2017 en la totalidad del partido de La Plata.

2 530 casos realizados en septiembre del año 2019 en la totalidad del partido de La Plata.

3 600 casos ponderados realizados en diciembre del año 2017 con sistema IVR en el partido de La Plata.

4 929 casos ponderados realizados en mayo del año 2021 con sistema IVR en el partido de La Plata.

5 realizados a alumnas y alumnos de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP de dos carreras diferentes y de distintos años de cursada, entre los meses de mayo y junio del año 2017.

6 grupo focal realizado a habitantes de diversas localidades del partido de La Plata, de distinto género, edad, actividad y nivel educativo en el mes de julio del año 2019.

sonas llevan a cabo en sus dispositivos tecnológicos, considerando los conceptos de **uso**, **recepción** y **apropiación**.

Para Grillo et al. (2016) se habla de **uso** cuando:

la actividad (la lectura, la exposición a medios, la fotografía, etc.) forma parte de la vida cotidiana y sirve a finalidades pragmáticas tales como aprender el funcionamiento de un aparato o encontrar una vivienda a partir de una dirección indicada en una nota. Se trata de una aplicación práctica. (p. 45)

Es **recepción** cuando:

tiene que ver con una finalidad inespecífica; se refiere al acceso a la producción cultural o bien simbólico y a todas las operaciones cognitivas que supone su comprensión: se trata de un “logro hermenéutico” (Thompson, 1998) No obstante, el uso excede a la recepción en tanto implica una suerte de aplicación o transferencia; es una acción, es una intervención en el mundo que supone la integración significativa del objeto/pieza cultural en la vida cotidiana. Es un logro habilidoso. (pp. 45, 46)

Mientras que por **apropiación** el autor y las autoras destacan que:

se intersecta con las otras categorías pues supone una integración significativa a la vida del receptor... la producción cultural se integra a la vida sumando una dimensión más: un gesto creador hecho posible por o a partir de ese proceso... es el modo en que las evocaciones de una producción cultural penetran en la dimensión subjetiva, reformulan –y son reformuladas por– las representaciones y, adquiriendo una nueva forma, se convierten en nuevas claves

en relación con las cuales el receptor interpreta el mundo y a sí mismo. Al “hacer algo propio”, se transforman tanto el receptor como el objeto mismo, que adquiere un nuevo sentido... es resultado de un proceso que supone la mixtura, la combinación, la selección, el cuestionamiento, el desplazamiento, el énfasis, que hace que nadie interprete exactamente lo mismo que otro. (pp. 46, 47)

Nuestra unidad de análisis es el partido de La Plata, capital de provincia de Buenos Aires; la triangulación metodológica propuesta busca que a partir de las técnicas de las encuestas probabilísticas realizadas y de los grupos focales podamos evidenciar las prácticas que las personas realizan en las redes sociales. Hemos considerado en las preguntas de los distintos formularios y en los diversos estudios a las siguientes redes sociales: “Facebook, Instagram, Whatsapp, Twitter, Tik Tok, entre otras, que usamos en nuestros celulares o en la computadora”.

Algunos trabajos de campo fueron analizados en escritos anteriores (González 2017; 2019), por lo que estamos realizando relecturas a partir de nuevos enfoques, sumando una encuesta telefónica realizada en el transcurso de este año, con nuevas hipótesis de investigación en el marco de la irrupción del COVID-19.

Las características inusuales de la pandemia imposibilitan realizar algunos trabajos de campo como encuestas domiciliarias o grupos focales, por lo cual realizamos una encuesta telefónica con una alta cantidad de casos para una sola población (929 respuestas efectivas) tendiendo a saturar la muestra, ponderando los resultados para que los mismos sean representativos.

Consideramos como hipótesis que la irrupción del Covid y la obligatoriedad del confinamiento traerían aparejados nuevas prácticas en las redes sociales, ante la necesidad de la mayoría de las personas de realizar actividades laborales, educativas pero también sociales a distancia o no presenciales.

Enfatizamos en párrafos arriba el error de establecer conceptualizaciones genéricas que engloban a la totalidad de la población, como señala Becerra (2003) “La apropiación social y económica de la tecnología no es idéntica en todos los países ni es equitativa entre todos los distintos sectores y estamentos sociales en cada uno de los países.” (p. 135)

Damos cuenta de datos del INDEC marcando los índices máximos y mínimos de “Bienes de las TIC”: el 82,8 % de hogares de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires posee computadora, ese índice baja al 51,4% de los hogares del Gran Tucumán-Tafí Viejo (en aglomerados de 500.000 y más habitantes); la diferencia también se observa en el caso de hogares con acceso a Internet siendo del 96% en CABA y del 80,5% del Gran San Juan (en aglomerados de menos de 500.000 habitantes).

Señala el informe del INDEC que el mayor uso⁷ de las TIC en población de 4 años y más en los hogares, en este caso el uso del celular, se verifica en Rawson-Trelew (en aglomerados de menos de 500.000 habitantes) con el 95,4%; el menor uso se constata en Salta con el 77,1% de los hogares (en aglomerados de 500.000 y más habitantes).

El mismo informe muestra que el uso del celular en personas sin instrucción es del 46,3%; el 69,1 por ciento de quienes poseen primaria incompleta usan el celular; el guarismo trepa al 98,8% en personas con educación superior y universitaria incompleta, en quienes poseen educación superior y universitaria completa es levemente inferior: 98,4%.

Para analizar las diferencias etarias en el uso de las redes sociales daremos cuenta de estudios propios; la totalidad de los encuestados de 71 y más años en una muestra domiciliaria realizada en el 2017 en el partido de La Plata señaló que no prestaban atención a las redes sociales a la hora de votar; en las demás franjas etarias la respuesta de no tener en cuenta a las redes sociales al momento de sufragar fluctúa

7 Concepto que trabajan los indicadores del INDEC

entre el 41,5% en la franja de 18 a 22 años y el 72,7% de 63 a 70 años, (González, 2019).

El no uso de redes sociales registrado en nuestras encuestas fue del 26% en el 2017 (guarismo registrado en la encuesta domiciliaria, y en la telefónica trepó al 29%), del 20,2% en el 2019 (encuesta domiciliaria) y del 15,4% en el 2021 (encuesta telefónica); si bien como muestra el INDEC y comprobamos en nuestros trabajos cuantitativos de campo del 2017 y 2019 no hay diferencias significativas en cuanto a género en el uso de las redes sociales, en nuestro trabajo del 2021 hemos evidenciado diferencias más significativas, que luego daremos cuenta.

Los datos del Latinobarómetro⁸ de no uso de redes sociales en Argentina para el 2018 fueron del 20 por ciento y no posee referencias a las prácticas en redes sociales desagregadas por género; este estudio como otros similares de organismos o empresas, hacen mayor hincapié en la comparación cuantitativa en el uso de las diversas redes sociales disponibles, dándole así preponderancia a la herramienta por sobre la práctica concreta.

En nuestra última encuesta la variable género se estableció de la siguiente manera: a) “si usted es varón marque...”, b) “si usted es mujer marque...” y c) “si usted posee otra identidad de género marque...” Los guarismos univariados los consignaremos en párrafos posteriores, pero cabe destacar que al no haber datos censales⁹ sobre “otra identidad de género” no hemos podido ponderar esos resultados, utilizando para los análisis bivariados o multivariados sólo los datos de quienes se constituyeron como varón o mujer.

8 INFORME_2018_LATINOBAROMETRO.pdf

9 El censo 2020 se realizará por primera vez con preguntas que tendrán en cuenta la autopercepción de la identidad de género. Por causas de la pandemia del Covid-19 se llevará a cabo en forma virtual el 18 de marzo de 2022 y en forma presencial el 18 de mayo de 2022.

Los análisis de las prácticas en RRSS

Hemos encontrado algunos estudios como el de Montero y Sierra Caballero (2017) que analizan “las formas en las que el principio de apropiación social de las redes actúa en el entorno concreto de la práctica videoactivista que emerge y se desarrolla en el marco del movimiento 15M10” (p. 256), los autores no especifican datos de la cantidad de personas que establecen prácticas de apropiación social, pero sí señalan “la falta de participación (provocada en parte por una deficiente concepción del proceso), unida a la irrupción de la disparidad de cada experiencia local, a las dificultades de gestión y a las limitaciones temporales...”(pp. 270, 271)

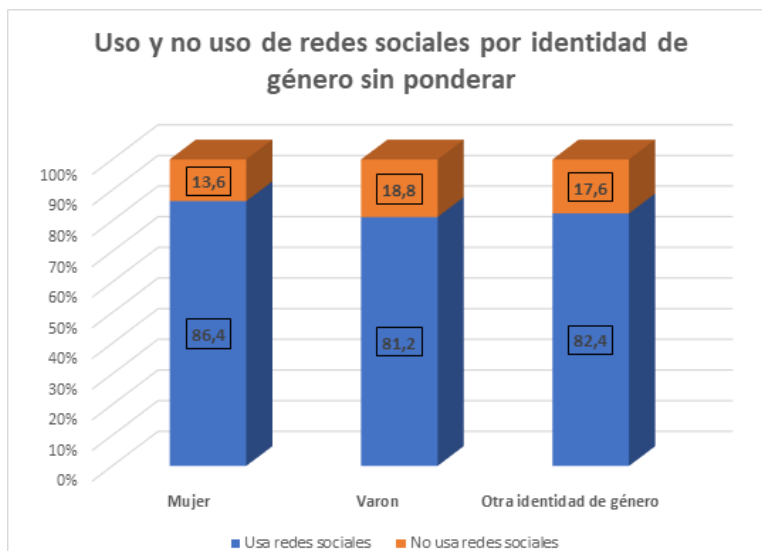
Valencia Lotero (2019) investiga las prácticas en redes sociales de estudiantes de Comunicación Social - Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana a partir de la Teoría de los Usos y las Gratificaciones (TUG), “estudios que se abordan desde una mirada eminentemente individual, en los cuales cada sujeto adopta lo que más cree conveniente según sus preferencias, optando siempre por lo que más le llama la atención de forma activa, particular y autónoma” (p.102); destacamos acá que las características de la unidad de análisis complejizan la posibilidad de extraer datos para un análisis de las prácticas de las poblaciones.

En un interesante y completo libro con una destacada diversidad en técnicas de investigación, Ignacio Siles González (2020) editó *Democracia en digital: Facebook, comunicación y política en Costa Rica*; en el capítulo de Campos Acuña et al. (2020) se investigan las prácticas sociales, específicamente en Facebook, analizando el concepto de terceros espacios que “constituyen espacios de discusión online con un enfoque no político, pero donde emerge la discusión política en las conversaciones” (p. 67); acá no se analizan a quienes no realizan comentarios, a quienes establecen otras prácticas y a quienes usan otras redes sociales.

10 Movimiento 15-M - Wikipedia, la enciclopedia libre

Consideramos que los conceptos de **uso**, **recepción** y **apropiación** pueden constituir un camino fértil para investigar las prácticas de la población en las RRSS, enfatizamos que es importante analizar las características de las diversas actividades; consideramos que debemos desagregar los tipos de participación, diferenciarlos, analizarlos, comprenderlos; necesitamos dar cuenta si es un retweet, si es una producción propia, si crea, modifica, agrega o sólo comparte, entre otras posibilidades.

Señalamos antes que en nuestra última encuesta en la variable género utilizamos tres categorías, los resultados los mostramos en el **Cuadro 1**.



Cuadro 1 / Fuente: elaboración propia. Encuesta telefónica Mayo 2021.
Lugar de realización: Partido de La Plata. CICEOP. FPyCS. UNLP.

Los porcentajes absolutos conseguidos en la encuesta sobre 929 casos fueron 65,3% de mujeres; 32,1% de varones y 2,6% de personas que se constituyeron desde otra identidad de género. Como destacamos, al ponderar los resultados debimos suprimir los guarismos

obtenidos en “otra identidad de género” por no poseer nuestro país datos oficiales sobre esa variable.

Como se puede observar en el título, al realizar las encuestas y los grupos focales utilizamos (de igual forma que hace el INDEC) la palabra “uso” de redes sociales por ser esa la forma en que las personas constituyen la práctica. En la presente investigación, como lo señalamos, uso adquiere una significación precisa en diferencia de los conceptos de recepción y apropiación ya detallados.

La irrupción de la pandemia global del Covid en el año 2020, con la obligada necesidad del aislamiento y la virtualidad para numerosas actividades declaradas por el gobierno nacional¹¹ como no esenciales, estableció que interacciones, trabajos y tareas políticas, educativas en todos sus niveles, económicas, artísticas, deportivas y sociales debieran realizarse de forma no presencial.

Una de nuestras hipótesis en la realización de la encuesta telefónica de este 2021, es que esa obligatoriedad debería haber modificado las formas y modos de las prácticas en redes sociales.

Como se observa en el Cuadro 2 y como era previsible, todas las franjas etarias afirman un notorio incremento en sus actividades en las redes sociales; si bien en los diversos cortes etarios algunas personas señalan una práctica menor en las redes sociales, en las franjas 18 a 22 años, 34 a 40 años y más de 71 años ese valor tiende a cero; en el mayor registro que son las franjas de 16 y 17 años y de 23 a 27 años sólo 1 de cada 10 consultados y consultadas destaca una práctica menor en las redes sociales en comparación con sus registros previos a la pandemia.

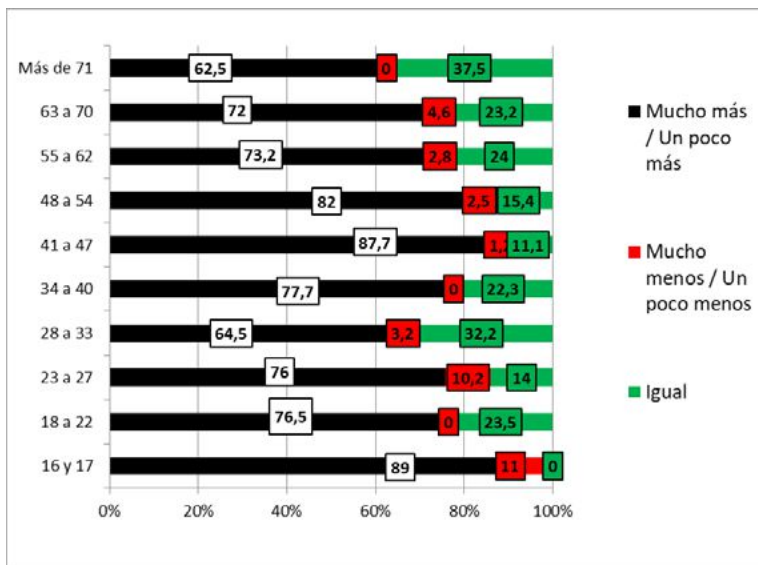
Es notable destacar entonces que entre más de 6 y casi 9 de cada 10 encuestados y encuestadas afirma una práctica mayor de las redes sociales en los diversos dispositivos tecnológicos.

Ahora bien, verificada la hipótesis que la obligatoriedad de que múltiples labores y tareas debieron desarrollarse en forma virtual

11 Boletín Oficial República Argentina - Aislamiento social preventivo y obligatorio - decreto 297/20201.

conlevó un mayor uso de redes sociales, la pregunta es si se verifica una diferencia en las prácticas sociales; es decir si hay más personas que utilizan las redes sociales para dar a conocer sus trabajos, producciones, opiniones, intereses, demandas, inquietudes, etc.; verificado el incremento cuantitativo, consultamos si hay un cambio cualitativo, algo que analizaremos a partir del Cuadro 3.

Desde la irrupción del Covid, usted está utilizando las redes sociales

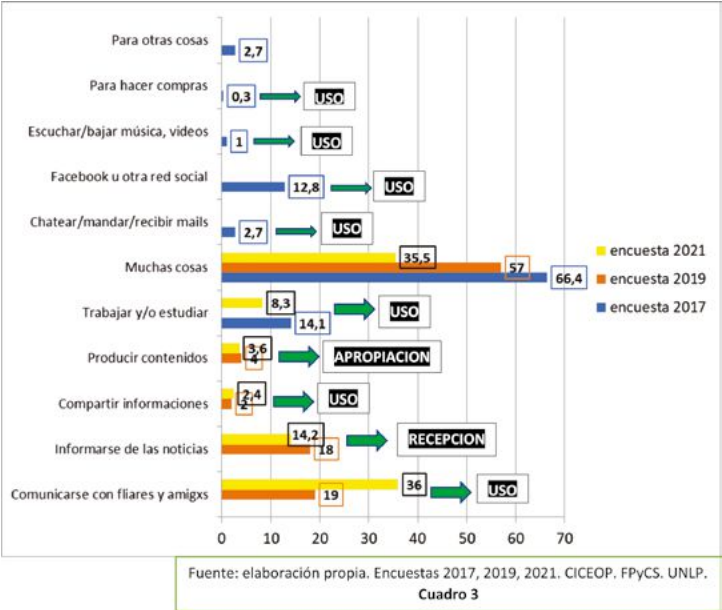


Cuadro 2 / Fuente: elaboración propia. Encuesta telefónica- Mayo 2021. Lugar de realización: Partido de La Plata. CICEOP. FPyCS. UNLP.

En el siguiente gráfico se podrá observar las prácticas sociales en términos de **uso**, **recepción** y **apropiación** tal como lo definirían Grillo et al. (2016) para las diferentes encuestas realizadas.

Sobre el **Cuadro 3** presentado debemos hacer varias consideraciones: 1) las variables puestas en consideración de las personas en las diferentes encuestas se fueron ajustando logrando mayor efectividad en las respuestas (el registro “muchas cosas” pasa del 66,4% al 35,5%); 2) algunas variables fueron discontinuadas dada la escasa tasa de respuesta verificada (por ejemplo “para hacer compras” 0,3%), 3) los cambios que se fueron dando hacia una internet participativa y la irrupción de más redes sociales modificaron algunas preguntas, mostrando el dinamismo de este tipo de estudios (la pregunta “Facebook u otra red social” debió ser modificada) y 4) dadas las características de las respuestas, las variables “muchas cosas” y “varias cosas” no se pudieron determinar en función de los conceptos de **uso**, **recepción** y **apropiación**.

¿Para qué usa las redes sociales?



Cuadro 3 / Fuente: elaboración propia. Encuestas 2017, 2019, 2021. CICEOP. FPyCS. UNLP.

La triangulación metodológica propuesta con los diversos grupos focales, nos permiten profundizar en las prácticas de las personas a partir de las voces de los y las consultadas estableciendo lo motivacional de esas conductas; a la vez que tratamos de llenar los huecos investigativos de respuestas registradas bajo la variable “muchas cosas”; las diferencias entre las dos técnicas concretizan los aportes diferenciados, mientras que según Pope (1997) “las entrevistas en grupos son descriptivas, subjetivas, exploratorias, aproximadas; la investigación cuantitativa es diagnosticadora, objetiva, definitiva, precisa” (p. 219).

Sobre el análisis de las distintas variables del cuadro precedente y las categorías de **uso**, **recepción** y **apropiación**, debemos decir que el registro muchas veces es difuso y que una práctica puede ser considerada en el marco de las caracterizaciones de dos de esos conceptos; por ejemplo Grillo et al. (2016), definen **uso** como “la actividad (la lectura, la exposición a medios, la fotografía, etc.) forma parte de la vida cotidiana y sirve a finalidades pragmáticas...”, mientras que **apropiación** “se intersecta con las otras categorías pues supone una integración significativa a la vida del receptor... la producción cultural se integra a la vida sumando una dimensión más: un gesto creador hecho posible por o a partir de ese proceso”; en este marco podríamos señalar que la variable de “utilización de Facebook u otra red social” del cuadro podría entrar en las dos categorías señaladas.

Sin embargo surge de los grupos focales que la **apropiación** de las redes sociales para poner en común por ejemplo, producciones propias, opiniones, comentarios, posteos personales, es lo que menos se verifica; la sociedad no logra/no puede apoderarse de la potencialidad que representa la existencia de un herramental como las redes sociales, que por vez primera en la historia de la humanidad permite a la ciudadanía común desintegrar fronteras temporales, espaciales, institucionales y de poder, para darse a conocer.

Como señalamos en el **Cuadro 2**, hay una mayor práctica en redes sociales, pero no hay incremento en la **apropiación** por parte de

las personas como se verifica en el **Cuadro 3**; es decir que no encontramos un incremento en la participación ciudadana en difundir sus propios contenidos para que circulen en la web, no hay una mayor democratización en el espacio virtual porque la ciudadanía sigue alejada de las esferas del intercambio político; la potencialidad de empoderamiento que entregan los dispositivos tecnológicos se obtura por las mismas prácticas sociales.

Como se observa en el **Cuadro 3** la mayoría de las respuestas tienen que ver con el **uso**, en la encuesta del 2017 se ubican dentro de esta categoría el 30,9% de las respuestas; las otras respuestas corresponden al 2,7% de personas que dicen utilizar las redes sociales para “otras cosas” y un destacado 66,4% para “muchas cosas”.

En la encuesta del 2019 también la práctica de **uso** es la que logra mayor repitencia con el 21% de las respuestas, un 18% se constituye desde la **recepción** al señalar que posee la práctica de “informarse de las noticias”, otra vez el mayor guarismo corresponde a “muchas cosas” con el 57% de las personas y acá incorporamos la variable producir contenidos que logra el 4 por ciento de las afirmaciones desde la **apropiación**; cabe destacarse que dentro de **uso** casi 2 de cada 10 consultados y consultadas (el 19%) señalan para comunicarse con familiares y amigos/as como primer respuesta.

En la encuesta 2021 nuevamente la práctica del **uso** es la más verificada con el 46,7% de las respuestas, el 35,5% destaca “muchas cosas”, la **recepción** en “informarse de las noticias” baja al 14,2% y la **apropiación** con la práctica de “producir contenidos” se ubica casi en los mismos porcentajes que la encuesta 2019: el 3,6% de las respuestas.

Pero por primera vez en esta serie de encuestas, no solamente el uso es la práctica que más se verifica sino que también es notorio el incremento exponencial de la variable “comunicarse con familiares y amigos” que casi duplicó su porcentual al destacarlo el 36% de los y las encuestadas. En esta respuesta vemos que lo virtual refuerza lo presencial como afirmamos en escritos anteriores (González, 2017); para la investigadora argentina Roxana Morduchowicz (2013) en sus

estudios sobre jóvenes “la comunicación virtual no anula ni sustituye la vida social de los jóvenes en el mundo real... Por ello decimos que la sociabilidad directa -cara a cara- y la electrónica -a través de la pantalla- se complementan” (p. 85); en voces de los grupos focales, para Juan “No están por un lado, unas relaciones concretas, cara a cara, y por otro, las relaciones tecnológicas. De hecho estamos acá y tenemos el celular y podemos vincularnos con otra gente que está en otro lado. No veo comunidades separadas. Sino que creo que se entrecruzan”.

Como venimos señalando no hay hipérbole en las prácticas de **apropiación** de las redes sociales; lo que vemos es una paradoja, cuando la humanidad se encuentra ante la posibilidad histórica que entrega la tecnología de darse a conocer, se verifica una banalización en los discursos que circulan en el espacio virtual y una crisis entre las fronteras de lo público y lo privado en donde sólo exponemos lo insustancial, sin poner en crisis las condiciones reales de poder.

También afirmamos que en la apropiación hay emancipación:

Apropiación y emancipación aparecen como dos dimensiones profundamente interrelacionadas que, en su despliegue contemporáneo en las nuevas formas de convergencia digital, son objeto de tensiones y límites propios del proceso de cercamiento del Capitalismo Cognitivo por la lógica de dominio de la comunicación basada en los usos, consumos y formas individuadas del sujeto sujetado. (Montero y Sierra Caballero, 2016, pp. 273-274)

Consideramos que hay una potencialidad inherente a los dispositivos tecnológicos que permiten prácticas diferenciadoras con nuestra impronta individual, única, propia; lejos de un determinismo tecnológico, creemos en la utopía de SER NOSOTROS Y NOSOTRAS; **no hay revolución digital sin empoderamiento social**; para nuestro pesar, seguimos estando lejos de poder resignificarnos.

En referencia a los grupos focales, debemos destacar que proporcionan, como señala Pope (op. cit) “una oportunidad especial de obtener un cuadro del comportamiento y actitudes, persona por persona, en vez de patrones agregados que son el resultado de la generalidad de los estudios en gran escala” (p. 217), a la vez que al analizar los discursos reconocemos como señala Santander (2011) “al lenguaje una función no sólo referencial (informativa) y epistémica (interpretativa), sino también realizativa (creativa), o, generativa (Echeverría 2003)”. (p. 209)

En los discursos de los grupos focales el concepto de uso se verifica en las siguientes afirmaciones: Juan señaló que “Yo bajo música. Hay varias plataformas para bajar música”; Ana: “También por una cuestión de inmediatez. Porque a veces te preguntan una cosa y no la sabes, entras a Internet, lo buscas y al toque lo podes investigar”; para agregar que “ahora como se entrelaza la tecnología en el celular, porque tenes el correo, la computadora; de tener todo online en el celular”; Micaela: “Para buscar pasajes”; Agustín: “Para pedir comida”; Nicolás: “Para pedir turno al médico”; Valentin “para trabajar, para comunicarse”; Carolina: “ahora vos agarras el celular y tenés lo que vos quieras”, para agregar en otro momento del grupo focal “es que ahora están los audios libros, que la gente ya ni lee, ahora podes escucharlos”; Gastón señala que “Otra cosa para la que utilizo internet es para bajar música. También utilizo para ver Netflix”; Priscila: “Yo uso mucho para ver redes sociales.”; Gastón (2) “También la utilizo para trabajar. Con el facebook que es con lo que trabajo habitualmente. Es una herramienta de trabajo. También lo utilizo para establecer vínculos con amigos o como recreación”; Agustín (2): “Tal vez las redes sociales te dan la posibilidad de armar tu contexto de información”; Victoria afirma que “Uso mucho Twitter. Pero además todos tus conocidos comparten cosas que a veces te hacen pensar. Entonces entras a ese espacio, opinas porque alguien más lo hace”.

Las 12 voces extractadas de los grupos focales nos permiten acceder a las aplicaciones prácticas que las personas les dan a los dis-

positivos tecnológicos donde aparecen desde el uso la diversidad, la inmediatez que ofrece la tecnología, la multiplicidad de recursos que ofrecen para algunos las computadoras y para la mayoría los celulares, un uso diferenciado según las diferentes redes sociales y una mirada genérica sobre las mismas.

Desde la **recepción** Nilda destaca que en las redes sociales “tenés noticias, publicaciones constantes que te abre a buscar otras informaciones en otros portales”; para Rossana “también está esto de reemplazar los libros por el celular, porque yo antes compraba el diario y ahora me es más fácil agarrar el celular y fijarme el diario que sea, tenés muchos diarios no uno solo y es más sencillo, más fácil y creo que las nuevas generaciones tienen esas tendencia, creo que desde ir reemplazando el papel por lo digital”; en tanto que Paula destaca que “Hay informaciones de las redes que no están en los grandes medios. Hay noticias o cosas que pasan que no están en los grandes medios y en las redes, sí. Por ahí los medios pasan las noticias a los tres días, pero vos por las redes te enteras al toque”; para Gastón (3) “mirar las noticias todos los días. Es lo primero que hago ni bien me levanto. Leo los diarios, los portales de La Plata que me gustan y después los de Capital”; Sebastián “Para informarme, en general, y para acceder a las redes sociales”.

Si bien no es el objetivo de los grupos focales un informe cuantitativo, destacamos que el registro de quienes enfatizan una práctica de **recepción** constituye menos de la mitad de los que realizan **uso**, confirmando las tendencias pesquisadas en las encuestas. Verificamos desde este concepto el interés de algunas personas de acceder a información noticiosa, el acceso cultural que posibilitan los dispositivos tecnológicos, y la constatación comparativa del ofrecimiento de noticias por parte de los medios de comunicación tradicionales y de las redes sociales; sobre éste punto volveremos en párrafos posteriores.

En referencia a la **apropiación** verificamos las siguientes opiniones Ana (2): “Yo principalmente lo utilizo como herramienta de trabajo. Trabajo en una fanpage que es la de mi auto, que es único en

el distrito de Moreno. Es un auto japonés que ya quedan muy pocos en el país. Principalmente también lo utilizo para difusión principalmente. También para extraer imágenes, para diseñar y bajar música”; Juan (2): “También para compartir material. Yo tengo un programa de radio y lo que hacemos es trabajar con la preproducción. Arma- mos mucho los enlatados y el día del programa ya sabes que es lo que trabajó cada uno porque todo se sube a una carpeta compartida. Es una herramienta de laburo. Porque se puede cargar información, sin ni siquiera un pendrive. Sin ninguna materialidad”; Julián destaca que: “Yo lo uso para difundir mi trabajo (obras cinematográficas) y ver noticias cinematográficas. Tengo un blog que está mi nombre y otro que está a nombre del grupo que dirijo. Miro noticias, también. Muchas son sobre convocatorias a festivales de cine y como está el ambiente del cine. Después tengo un canal de YouTube donde subo los cortos que ya circularon por el circuito del cine. Y algún que otro mail que miro de alguna convocatoria”.

Sobre la cantidad de personas que afirman la **apropiación** verificamos nuevamente que los resultados confirman los números obtenidos en la técnica cuantitativa, “hacer algo propio”, Grillo et al. (2016) de las RRSS es lo que menos se refiere en los grupos de discusión; los ejemplos dados por la participantes y por los dos integrantes resalta la potencialidad inherente a las herramientas digitales disponibles, podemos entender algún grado de complejidad que supone una práctica más desarrollada; quizás sea un espacio de interés y desarrollo para la educación formal en sus diferentes niveles.

Sobre las conceptualizaciones descriptas al principio de éste artículo, consideramos que las nuevas subjetividades, una nueva sociabilidad; los procesos de aculturación, una nueva espacialidad, son parciales en la medida que los datos nos señalan las inequidades sociales, económicas, políticas, culturales, educativas, geográficas en el acceso a internet y en la posesión de dispositivos que permitan las RRSS.

La capacidad de fusionar agendas a partir de las RRSS también debemos relativizarlo, primero porque el trabajo de Calvo y Arugueté es

un estudio específico sobre una sola red social: Twitter; segundo porque como destaca Van Dijck (2019) los datos de producción de mensajes en esa red revelan que “un pequeño pero prolífico grupo del 10% de los usuarios de Twitter produce hoy el 90% de los tuits en circulación (Heil y Piskorski, 2009)” (p. 78), agregando la autora que la plataforma aprecia el estrellato de los tuiteros influyentes, en particular si se trata de figuras del espectáculo, políticos o celebridades, para luego destacar

Los políticos convirtieron la plataforma en una herramienta indispensable para arengar a su base electoral, en la medida en que les permite controlar sus propios mensajes (lo que supone una enorme ventaja sobre los medios convencionales, en los que el resultado final depende siempre del encuadre que les dé el periodista). (Van Dijck, 2019, p. 80)

El estudio de Calvo y Aruguete es fuerte en su afirmación: “las nuevas tecnologías producen una mutación en la estructura social que construye la agenda”(p. 190); consideramos apresura esa expresión a partir de un estudio de caso porque el objeto de ese estudio fueron “las protestas que en las redes sociales resistieron la decisión del gobierno del presidente Mauricio Macri de aumentar las tarifas de los servicios públicos en Argentina” (p. 191); a la vez que el escrito resalta que “menos del 5% de las cuentas totales son responsables del 44% del contenido que circula en esta red” (p. 203).

Entonces, sobre la capacidad de poner en crisis desde las redes sociales a conceptos como agenda setting, consideramos que deberían nominalizarse esos estudios, o hacer mayor esfuerzo en describir qué sectores o actores/as de la sociedad poseen la capacidad de disputar con los medios de comunicación tradicionales la imposición de la agenda pública; ignorar quiénes están logrando poner en crisis ese relativo “poder de los medios” para establecer temáticas discursivas en la agenda pública, es una postulación a ciegas.

Por los datos disponibles creemos que a lo sumo asistimos a una disputa de poderes pero no a un empoderamiento de la ciudadanía; consideramos junto a Trejo Delarbre (2015) que “La política en las redes digitales queda confinada a los ciudadanos con más tiempo y condiciones materiales, o con interés más directo en tales temas” (p. 62).

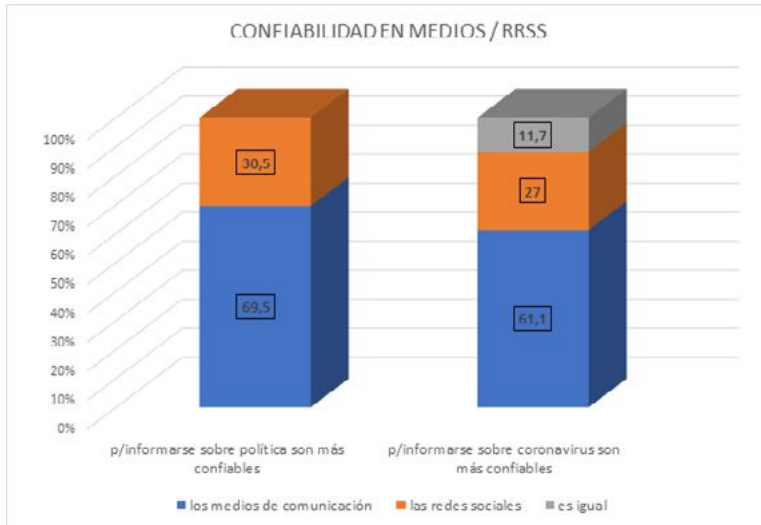
Señala García Canclini (2019) que

la irrupción de las redes, más allá de las intenciones hegemónicas de las empresas o partidos y los deseos contrahegemónicos de los activistas, por su formato y flujos interactivos, está engendrando modos de comunicación y asociación que no son, a priori, ni hegemónicos ni contrahegemónicos. Al reconfigurarse las formaciones y los actores de poder, aparecen combinaciones ambivalentes, híbridas, en las que se elaboran formas de sociabilidad donde el poder no tiene una estructura binaria, sino una complejidad dispersa. Coexisten muchos modos de estar juntos o comunicados y de compartir o disputar los bienes. (pp.128-129)

Creemos desde Foucault (1992) que no hay un poder binario, pero afirmamos con García Canclini que es apresurado afirmar conceptualizaciones a partir de las RRSS como hegemonía o contrahegemonía.

A partir de respuestas a preguntas cuantitativas realizadas y de opiniones en los grupos focales vemos que las redes sociales no llegan a suprimir a los medios de comunicación como fuentes de información primaria sobre cuestiones políticas o sobre la pandemia COVID, como vemos en el **Cuadro 4** los guarismos de confiabilidad favorecen a los medios tradicionales de comunicación; ni siquiera la variable “son lo mismo” en la pregunta sobre Coronavirus logra equiparar las respuestas sobre RRSS y medios de comunicación tomados como fuentes de información.

Como referimos previamente, en los grupos focales aparecen voces que se informan primariamente desde las RRSS, o que verifican contenidos de una y otra fuentes, pero la cantidad de voces verificadas siguen confirmando los números de las encuestas.



Cuadro 4 / Fuente: elaboración propia. Encuesta telefónica- Mayo 2021.
Lugar de realización: Partido de La Plata. CICEOP. FPyCS. UNLP.

Como se explica en el **Cuadro 4** casi 7 de cada 10 personas confían más en los medios de comunicación tradicionales que en las RRSS para informarse sobre política; para informarse sobre Coronavirus los guarismo son similares, porque si bien baja del 69,5% al 61,1% esa afirmación, la incorporación de la variable “es lo mismo” buscaba analizar si la ciudadanía equiparaba las dos fuentes de información, pero los resultados indican que sólo 1 de cada 10 consultados/consultadas lo ve de esa forma. Por el contrario, vemos que un promedio de 3 de cada 10 respuestas señalan que son mejor las RRSS para informarse.

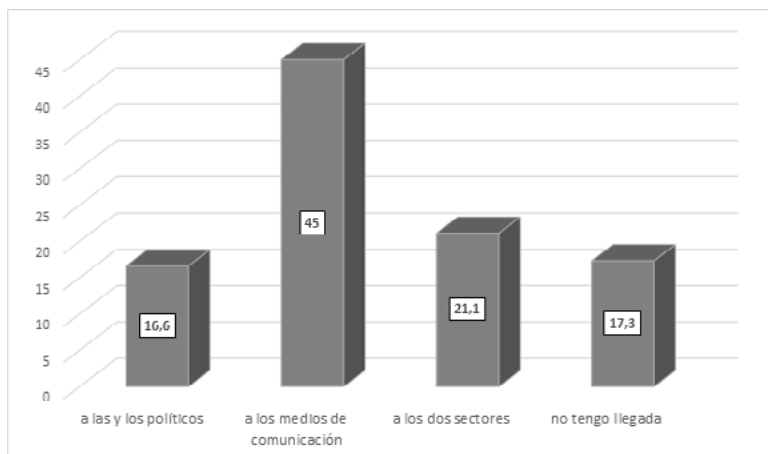
Sobre tomar como fuente a las RRSS o a los medios tradicionales, desde los grupos focales Diego destaca que “las redes sirven para informarse un poco más aunque sean más amarillistas. Claro que esas cosas que publican hay que tomarlas con pinzas por qué no sabemos cómo se llegó a formar esa información. Creo que la gente puede estar influenciadas por esas cosas”; para Melany “Los medios pueden no informar o alterar la información. Las redes también”; según Mariano “Los medios muestran según sus intereses, ideologías. Las redes sociales muestran y está en vos tomarlo o no tomarlo”, y según Agustín “Tal vez las redes sociales te dan la posibilidad de armar tu contexto de información”.

Vemos entonces que si bien se reconoce en las RRSS la posibilidad que sean fuente primaria de información poniendo en crisis la supremacía de los medios de comunicación tradicionales, el desconocimiento de la fuente en las RRSS y la equiparación a los medios de comunicación en términos “amarillistas” dificulta esa posibilidad; una autonomía de elección posibilitada por un crecimiento individual y social en términos educativos y culturales es de donde se afirman las últimas voces de Mariano y Agustín: la posibilidad y la capacidad de elegir.

Sin embargo, lejos de esa autonomía se verifica que las RRSS afianzan los vínculos de la ciudadanía con los medios de comunicación, en nuestras anteriores investigaciones (González, 2017) afirmamos que “señalan (en) los medios de comunicación que debieron reconfigurar su rol y los vínculos con la opinión pública a partir del peso creciente de las redes sociales en lectores, radioescuchas, televidentes y consumidores, plasmando lugares de visibilización de esas actividades en sus espacios gráficos, televisivos, radiales y webs” (p.164).

A partir de lo que muestra el siguiente **Cuadro 5** reafirmamos este postulado, debido a que las personas destacan que las RRSS los acerca en mayor medida a los medios de comunicación tradicionales, no siendo las prácticas en los dispositivos un lugar de afianzamiento del vínculo de la ciudadanía con los y las políticas. Como se verifica en el cuadro precedente casi 1 de cada 2 personas destaca como primera respuesta que las RRSS afianzan el vínculo con los medios de comunicación tradicionales.

A usted le parece que a partir de las redes sociales tiene más llegada



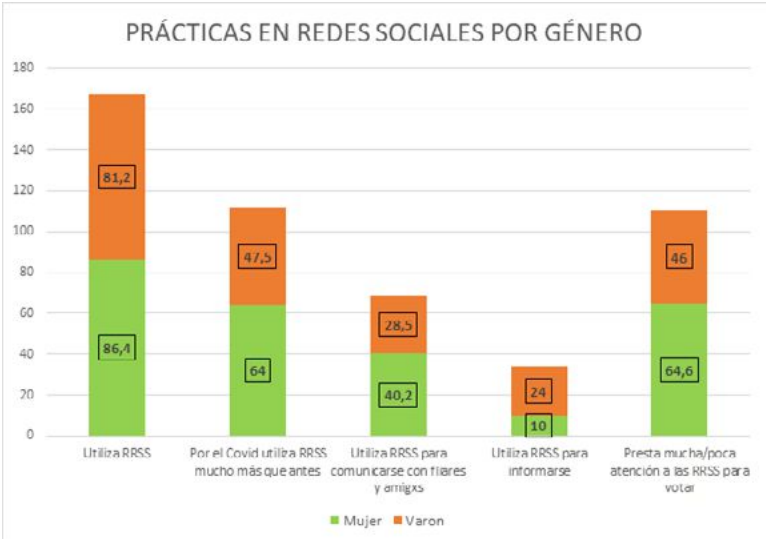
Cuadro 5 / Fuente: elaboración propia. Encuesta telefónica- Mayo 2021.
Lugar de realización: Partido de La Plata. CICEOP. FPyCS. UNLP.

Nuestros estudios mostrados en el cuadro precedente descartan que a partir de las RRSS se afiance el vínculo ciudadanía-políticos/as como destacan algunos trabajos (Navia, Ulriksen Nira; 2017); (Zu-márraga Espinosa et al., 2017). Nuevamente la pregunta “a los dos sectores” trataba de cuantificar si la población igualaba en este caso medios de comunicación /políticos y políticas, pero sólo 2 de cada 10 personas se refirió en ese sentido.

Páginas anteriores señalamos que verificamos en la encuesta 2021 una mayor práctica en RRSS en términos de género en la mujer y otras diferencias significativas; en el **Cuadro 6** las planteamos.

Debemos resaltar que en relación a la confianza en los medios de comunicación o en las RRRSS en cuanto a proveedores de información sobre política o coronavirus no hay diferencias significativas; tampoco verificamos que en términos de género las mujeres (o los varones) logren una mayor **apropiación** de las redes sociales, los

números son igual de magros. Recordemos que la ausencia de datos estadísticos sobre lo no binario en términos de género nos impide ponderar y generalizar resultados sobre ese grupo poblacional.



Cuadro 6 / Fuente: elaboración propia. Encuesta telefónica- Mayo 2021.
Lugar de realización: Partido de La Plata. CICEOP. FPyCS. UNLP.

Como destacamos en el cuadro precedente, aunque la diferencia en las prácticas en RRSS entre mujeres y varones es del orden del 5 por ciento, esa verificación establecida por primera vez en nuestros estudios de campo nos obligó a analizar esos comportamientos.

Las diferencias son notorias ante preguntas que marcan las prácticas diferenciales que establecen los distintos grupos por género, las mujeres (16,5% más que los varones) afirman que por la irrupción del Covid utilizan las RRSS más que antes, 4 de cada 10 mujeres las utilizan para comunicarse con familiares y amigos/as (en el caso de los varones ese índice es de menos de 3 de cada 10); y casi un 20 por ciento más que los varones prestan atención a las RRSS a la hora de

votar; en contrapartida los varones más que duplican a las mujeres en la práctica de la **recepción** en RRSS para informarse.

Estos hallazgos necesariamente deben continuarse en próximos estudios a la vez que se deberá también analizar lo no binario a partir de datos que vayan entregando los organismos oficiales de estadística, que permitan ponderar resultados.

Sobre la variable “presto mucha/poca atención a la hora de votar”, los resultados son similares a una investigación desarrollada en Ecuador, ante la pregunta “Influencia de la información que circula en las redes sobre la intención de voto”, señalan los autores que “casi el 50% de los encuestados sostenían que la información circulante en las redes era su principal fuente de información, o acaso tan importante como la que se distribuía a través de los surtidores convencionales” (Barredo Ibáñez et al., 2015, p.147).

Como hemos comprobado, las prácticas en redes sociales siguen creciendo en todos los estratos poblacionales; sirven principalmente para afianzar lazos interpersonales (familia/amigos/amigas), prima el **uso** (en cantidad de prácticas pero también en los porcentajes absolutos) por sobre la **apropiación** y la **recepción**, la gente destaca que a partir de las RRSS se vincula más a los medios de comunicación tradicionales y que no las visibiliza como una forma comunicacional de ponerse en contacto con políticos y políticas; volvemos a negar el denominado empoderamiento ciudadano (entre otras absolutizaciones ya detalladas) y destacamos prácticas diferenciales: a) en términos etarios según nuestros estudios; b) en términos educativos, geográficos, económicos según datos oficiales y c) en términos de género de acuerdo a nuestro último relevamiento.

Reforzamos, ¿por qué hacemos hincapié en la necesidad de la **apropiación** de las RRSS?, porque constituir a las prácticas en redes sociales como un lugar desde dónde establecernos en términos políticos, sociales, culturales y económicos es ejercernos desde la libertad; y esa **apropiación** debe ser profundamente política, debe constituirse desde un ser y estar en el mundo; y ese sentido de la política

se responde desde Arendt (2015) cuando señala “A la pregunta por el sentido de la política hay una respuesta tan sencilla y tan concluyente en sí misma que se diría que otras respuestas están totalmente de más. La respuesta es: el sentido de la política es la libertad” (p.144)

Porque además debemos concientizarnos de la dimensión económica en el sistema global, y al fin política, que establecen nuestras prácticas en RRSS, describiendo al menos los dos planos desde donde nos establecemos como destaca Morales (2019) “El plano del actor, en cuyo caso la asociación entre apropiación y poder, se transforma en apropiación y empoderamiento, y el plano de lo social, estructural, en cuyo caso el capitalismo es un modo histórico de apropiación, que utiliza las tecnologías digitales para concretarse en el presente y desde hace ya varias décadas”(p. 37). Cuando realizamos prácticas en redes sociales, indistintamente de cuales fueren ellas, dejamos trazas, desde esas ilaciones el sistema nos visualiza, nos cataloga, nos caracteriza como consumidores, como realizadores de prácticas, como partes del sistema.

Las investigaciones en RRSS poseen una marcada temporalidad; pero según nuestros estudios las prácticas que desarrolla la ciudadanía siguen lejos de concretizarse como un herramienta que posibilite visibilizar anhelos, expectativas y demandas; tampoco se han constituido como una interfase entre ciudadanía y política. Como señala Rozitchner (1982) “Todo lo que vemos en acción afuera aparece y permite la construcción teórica de una organización subjetiva adentro, que determina nuestro modo de ser como réplica de la organización social yo soy, para mí mismo, el represor” (pp. 18-28); quizás la creciente tecnificación de nuestras vidas no puede conjugarse con la utopía de una libertad comunicacional enlazada a un logos creador. Tendremos que seguir aprendiendo.

Bibliografía

- Arendt, H. (2015) *La promesa de la política*. Editorial Paidós.
- Barredo Ibáñez, D., Rivera J. y Amézquita, A. (2015) La influencia de las redes sociales en la intención de voto. Una encuesta a partir de las elecciones municipales en Ecuador. *Quórum Académico*. Vol. 12. (Nº 1). 136-154. Dialnet-LaInfluenciaDeLasRedesSocialesEnLaIntencionDeVotoU-5304980.pdf
- Becerra, M. (2003) *Sociedad de la información: proyecto, convergencia, divergencia*. Grupo Editorial Norma.
- Calvo, E. y Aruguete, N. (2018) Medios tradicionales y fusión de agenda en redes sociales. *Inmediaciones de la comunicación*. Vol. 13. (Nº1). Vista de #Tarifazo. Medios tradicionales y fusión de agenda en redes sociales (ort.edu.uy).
- Campos Acuña, P., Tristán Jiménez, L. y Siles González, I. (2020) Facebook como “tercer espacio”: desencadenantes de discusión política en noticias sobre asuntos no públicos. En Siles González, I. (E). *Democracia en digital: Facebook, comunicación y política en Costa Rica*. 65-93. *Universidad de Costa Rica*. Publicaciones - *Democracia en digital: Facebook, Comunicación y política en Costa Rica* (ucr.ac.cr)
- De Moraes, D., Ramonet, I. y Serrano, P. (2013) *Medios, poder y contrapoder*. Editorial Biblos.
- Foucault, M. (1992). *Microfísica del poder*. Las Ediciones de la Piqueta.
- García Canclini, N. (2019) Ciudadanos reemplazados por algoritmos, CALAS, *Maria Sibylla Merian Center*. www.calas.lat/sites/default/files/garcia_canclini.ciudadanos_reemplazados_por_algoritmos.pdf
- González, G. F. (comp.) (2017) *Comunicación política, periodistas, políticos y la opinión pública. Definiciones, conceptos e investigación de campo*. Ediciones de periodismo y Comunicación. <http://sedi-ci.unlp.edu.ar/handle/10915/65185>

- González, G. F. (comp.) (2019) *Comunicación política y redes sociales*. Editorial de la Universidad Nacional de La Plata (EDULP). <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/84036>
- Grillo, M., Papalini, V. y Benítez Larghi, S. (coord.) (2016) Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea. *Pisac*. CLACSO. CONICET_Digital_Nro.27caafdb-fbe0-41d1-8546-8d79ed778f9e_B.pdf
- Gutiérrez Cortés, F., Islas, O. y Arribas Urrutia, A. (2018) La contribución de Alvin Tofler al imaginario teórico y conceptual de la comunicación. *Revista Latina de Comunicación Social*. (N°73). 648-661. La contribución de Alvin Tofler al imaginario teórico y conceptual de la comunicación (revistalatinacs.org).
- Montero, D. y Sierra Caballero, F. (2017) Videoactivismo y apropiación de las tecnologías. El caso de 15m.cc. *Chasqui*. (N°134). 263-276. Videoactivismo y apropiación de las tecnologías. El caso de 15m.cc | Montero | Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación* (revistachasqui.org).
- Morales, M. (2019) Derechos digitales y regulación de internet. Aspectos claves de la apropiación de tecnologías digitales en Rivoir, A. L. y Morales, M. J. (coord.) *Tecnologías digitales. Miradas críticas de la apropiación en América Latina*. CLACSO. Tecnologías digitales: miradas críticas de la apropiación en América Latina (alainet.org).
- Mora y Araujo, M. (2005) *El poder de la conversación. Elementos para una teoría de la opinión pública*. Editorial La Crujía.
- Morduchowicz, R. (2012) *Los adolescentes y las redes sociales*. Fondo de cultura económica.
- Morduchowicz, R. (2013) *Los adolescentes del siglo XXI. Los consumos culturales en un mundo de pantallas*, Fondo de cultura económica.
- Navia, P. y Ulriksen Lira, C. P. (2017) Tuiteo, luego voto. El efecto del consumo de medios de comunicación y uso de redes sociales en la participación electoral en Chile en 2009 y 2013. *Cuadernos*.

- Info*. (N°40, Junio). 71-88. Tuiteo, luego voto. El efecto del consumo de medios de comunicación y uso de redes sociales en la participación electoral en Chile en 2009 y 2013 (conicyt.cl).
- Pope, J. (1997) *Investigación de mercados. Guía maestra para el profesional*. Grupo editorial Norma.
- Rovira Sancho, G. (2013) De las redes a las plazas: la Web 2.0 y el nuevo ciclo de protestas en el mundo. *Acta Sociológica*. (N°62). 105-134. De las redes a las plazas: la web 2.0 y el nuevo ciclo de protestas en el mundo - ScienceDirect.
- Rozitchner, L. (1982) *Freud y el problema del poder*. Folio Ediciones.
- Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer análisis del discurso. Cinta de Moebio. Revista de epistemología de ciencias sociales. (N°41). Por qué y cómo hacer Análisis de Discurso (conicyt.cl)
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de cultura económica.
- Siles González, I. (Ed). (2020) Democracia en digital: Facebook, comunicación y política en Costa Rica. *Centro de Investigación en Comunicación, Espacio Universitario de Estudios Avanzados*. http://cicom.eccc.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2020/04/Siles_Democracia_en_digital.pdf
- Trejo Delarbre, R. (2015) Ser visibles, para ser ciudadanos. Política y redes sociodigitales en América Latina. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. (N°22). 56-69. SER VISIBLES, PARA SER CIUDADANOS. POLÍTICA Y REDES SOCIODIGITALES EN AMÉRICA LATINA | Trejo Delarbre | Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación (pubalaic.org)
- Valencia Lotero, R. L. (2019) Usos y gratificaciones de la Web 2.0 por parte de los estudiantes de Comunicación Social – Periodismo de la UPB de Medellín. En *Apropiación de las TIC por parte de comunidades y ciudadanos*. Vega Velásquez, A. M. y Marín Ochoa, B. E. (Comp.). 97-111. *Universidad Pontificia Bolivariana*. [apropiacion de las tic por parte de comunidades y ciudadanos. pdf \(upb.edu.co\)](http://apropiacionde.las.tic.por.parte.de.comunidades.y.ciudadanos.pdf)

- Van Dijck, J. (2016) La cultura de la conectividad, una historia crítica de las redes sociales. *Siglo XXI Editores*. http://catedradores.com.ar/media/La-cultura-de-la-conectividad_-Jose-Van-Dijck.pdf
- Veron, E. (1968). *Conducta, estructura y comunicación*. Editorial Jorge Alvarez.
- Viché González, M. (2015) El empoderamiento de los ciudadanos Internet. *Revista Internacional de Pensamiento Político*. I Época. Volumen 10. 85-100. El empoderamiento de los ciudadanos Internet (uhu.es).
- Waisbord, S. (2020) Epílogo: lecciones para la investigación en comunicación política. En Siles González, I. (E). *Democracia en digital: Facebook, comunicación y política en Costa Rica*. 289-293. *Universidad de Costa Rica*. Publicaciones - Democracia en digital: Facebook, Comunicación y política en Costa Rica (ucr.ac.cr)
- Wolton, D. (2012) La comunicación política: construcción de un modelo. En A. Mercier (coord.). *La comunicación política*. (pp. 27-47). La Crujía.
- Wright Mills, C. (1997) *La imaginación sociológica*. Fondo de cultura económica.
- Zumárraga Espinosa, M., Reyes Valenzuela, C. y Carofilis Cedeño, C. (2017) ¿Verdad o ficción? El uso político de las redes sociales en la participación política offline en las elecciones presidenciales en Ecuador. *Análisis político*. (Nº91). 130-145. 0121-4705-anpol-30-91-00130.pdf (scielo.org.co)