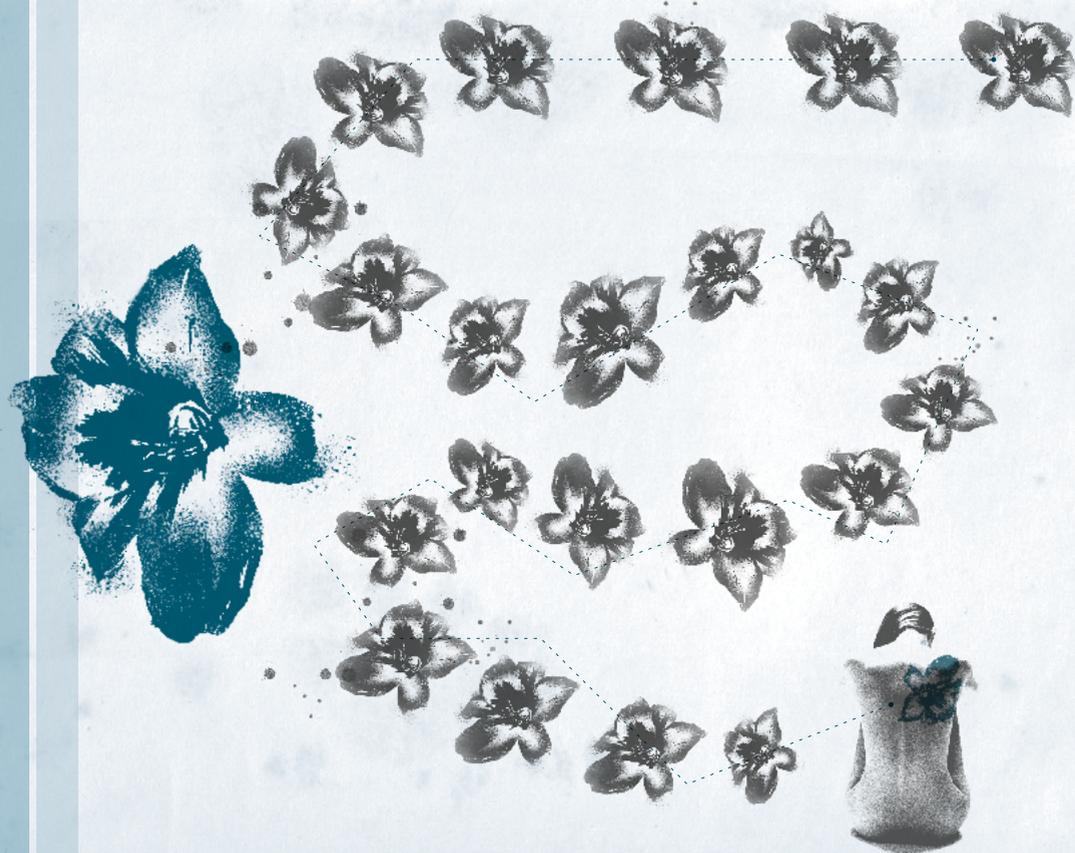


Apropiación de las TIC por parte de comunidades y ciudadanos



Adriana María Vega Velásquez
Beatriz Elena Marín Ochoa
Compiladoras



**Universidad
Pontificia
Bolivariana**

302.23
V422

Vega Velásquez, Adriana María, compilador
Apropiación de las TIC por parte de comunidades y ciudadanos / Adriana María Vega
Velásquez, Beatriz Elena Marín Ochoa, compiladoras -- -- Medellín: UPB, 2019.
134 p.; 17 x 24 cm. --
ISBN: 978-958-764-51

1. Tecnologías de información y comunicación (Tics) -- 2. Acceso a la información --
3. Participación social -- 4. Redes sociales digitales -- 5. Internautas -- 6. Derechos
de autor -- I. Marín Ochoa, Beatriz Elena, compilador -- II. Título

CO-MdUPB / spa / rda
SCDD 21 / Cutter-Sanborn

© Adriana María Vega Velásquez
© Beatriz Elena Marín Ochoa
© Carmen Gómez Mont
© Rocío Rueda Ortiz
© María Isabel Zapata Cárdenas
© Claudia Patricia Sánchez-Aguir
© Walter Arias Hidalgo
© Ricardo León Valencia Lotero
© Carlos Gutiérrez-González
© Editorial Universidad Pontificia Bolivariana
Vigilada Mineducación

Apropiación de las TIC por parte de comunidades y ciudadanos

ISBN: 978-958-764-510-1

ISBN: 978-958-764-511-8 (versión web)

Primera edición, 2017

Escuela de Ciencias Sociales

Maestría en Comunicación Dígital

CIDI. Grupo de Investigación en Comunicación Urbana. **Radicado:** 034B-02/13-17

Gran Canciller UPB y Arzobispo de Medellín: Mons. Ricardo Tobón Restrepo

Rector General: Pbro. Julio Jairo Ceballos Sepúlveda

Vicerrector Académico: Álvaro Gómez Fernández

Decano de la Escuela de Ciencias Sociales: Ramón Arturo Maya Gualdrón

Editor: Juan Carlos Rodas Montoya

Coordinación de Producción: Ana Milena Gómez Correa

Diagramación e Ilustración Portada: Mauricio Morales Castrillón

Corrección de Estilo: Silvia Vallejo

Dirección Editorial:

Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, 2019

E-mail: editorial@upb.edu.co

www.upb.edu.co

Telefax: (57)(4) 354 4565

A.A. 56006 - Medellín - Colombia

Radicado:1587-30-05-17

Prohibida la reproducción total o parcial, en cualquier medio o para cualquier propósito, sin la autorización escrita de la Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.

Tabla de contenido

Introducción	9
Capítulo 1. La ciencia de lo pequeño o cómo aprender a develar lo invisible de las redes sociales digitales.....	11
Resumen.....	12
Presentación	13
Fundamento teórico	14
Metodología.....	16
Resultados y análisis.....	18
Algunos proyectos mínimos, pero inmensamente importantes.....	18
a) Las ciudades inteligentes.....	18
b) Las casas flotantes	19
c) Mural que bate récord Guinness.....	19
d) Biblioburro. Colombia	19
e) Bibliomotocarro	20
f) En defensa de los corales en Australia (Australian Youth Climate Coalition).....	20
Conclusiones y recomendaciones	21
Referencias.....	22

Capítulo 3

Apropiación social y uso de las TIC en el sector cafetero en Antioquia

María Isabel Zapata Cárdenas*

Beatriz Elena Marín Ochoa**

* Comunicadora social-periodista de la Universidad Pontificia Bolivariana y diseñadora gráfica digital. Magíster en Comunicación Digital de la misma Universidad. En la actualidad se desempeña como docente investigadora de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín. Correo electrónico: marujaja@hotmail.com

** Comunicadora Social Periodista de la Universidad de Antioquia, Master en Comunicación y Educación, Magister en Iniciación a la Investigación en Comunicación y Periodismo y Doctora en Comunicación y Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona, UAB, España. En la actualidad Docente Investigadora de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo y Coordinadora del Grupo de Investigación en Comunicación Urbana, GICU, de la Universidad Pontificia Bolivariana, UPB. Correo electrónico: beatrize.marin@upb.edu.co

Rural public take on the challenge of appropriating technology from their experience and daily coffee. A work in municipalities in the southeast of Antioquia between years 2012-2014.

Resumen

El adulto mayor ya no es un público marginal para el tema de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC). Un ejemplo de ello son los caficultores antioqueños quienes se enfrentan al uso y relacionamiento con dispositivos e información digital desde un programa institucional que incluyó la entrega de más de 700 dispositivos móviles: tabletas. De ahí que esta investigación de corte cualitativo refleja el relacionamiento del sector rural con las Tecnologías de Información y Comunicación TIC cuyo público rural asume el reto de apropiarse de la tecnología desde su vivencia y cotidianidad cafetera. El trabajo que se presenta a continuación se realizó en los municipios del Suroeste antioqueño entre los años 2012 y 2014.

Palabras clave: tabletas, ruralidad, TIC, apropiación, caficultores, Antioquia

Abstract

The elderly are no longer a marginal public to the issue of Information Communication Technology. ICT. The Antiochian farmers face the use and relationship with devices and digital information from an institutional program with the delivery of more than 700 mobile devices: tablets. A qualitative research that reflects the relationship of rural ICT sector whose

Keywords: Tablets, rurality, TIC, appropriation, coffee growers, Antioquia

Introducción

El uso y la expansión de los dispositivos móviles deja al usuario actual en medio de un mundo de posibilidades gracias a la presencia de contenidos convergentes, muchos de ellos diseñados desde plataformas y sistemas tecnológicos dispuestos en 2D y 3D. Aunque se crea que esta tecnología es más afín a consumidores jóvenes, esta investigación abordó la relación entre los adultos y las tabletas digitales; en concreto, un colectivo caficultor perteneciente a diferentes municipios productores de café colombiano, cuyas edades y niveles de escolaridad desafían la relación entre millennials y TIC. ¿Por qué entonces una tableta? Primero, habría que decir que una tableta es un dispositivo sencillo en su estructura y cuya portabilidad le permite a la gente de todas las edades la posibilidad de consumir información de diferente índole.

En Latinoamérica, el estudio comScore¹ del año 2015 revela que la tableta se consolidó como dispositivo móvil importante para conectarse a Internet. Datos concretos indican que:

los usuarios de tablets en Latinoamérica, en su mayoría utilizan sus dispositivos en el hogar, al estar un tiempo con los amigos, o en la escuela. Y han descargado un promedio de 19 aplicaciones en sus dispositivos. 20% de los usuarios de tabletas pasan más de 7 horas a la semana utilizando Internet a través de sus aparatos (Cerón, 2015, párr. 8).

Las tabletas, en la actualidad, son dispositivos portables desde los cuales los consumidores pueden acceder a todo tipo de información, aplicaciones de entretenimiento, ejecutar acciones informacionales para producir y publicar datos gráficos y textuales, hasta almacenar experiencias relacionadas con la lectura de textos. Sin olvidar los contenidos propios de cada tableta dependiendo de su referencia.

Además, el contexto de cifras y de ventas abre un panorama sobre cómo la cotidianidad se ve envuelta en el uso de otros equipos tecnológicos diferentes a los tradicionales y cómo la decisión de compra ya no está solamente abandonada por un celular y un equipo de cómputo. El tiempo de las tabletas llegó y se vuelve práctico con el caso de la "Tableta de Información Cafetera", creada y distribuida por la Federación Nacional de Cafeteros (FNC). Este dispositivo

¹ Compañía de investigación de marketing en Internet que proporciona datos sobre consumo, experiencias, conectividad y efectividad de las políticas tic en el mundo (véase <http://www.comscore.com/>).

móvil goza en su interior de contenidos propios creados bajo demanda como parte de una estrategia informacional, de uso y consulta de datos, para mantener a los consumidores cafeteros conectados con el mundo sin salir de su entorno productivo.

Fundamentación teórica

Del uso y la apropiación de la tecnología: una mirada a la escuela francófona y latinoamericana

Con la expansión de la red, y todas las rutinas informacionales que en ella se dan, las ciencias sociales analizan de manera muy cercana la relación tecnología y uso. Explica la investigadora Gómez (2002) que “las tic deben comprenderse, entonces, como el resultado de una doble vertiente: lo tecnológico y lo social” (p. 288). Esta idea puede relacionarse con la incorporación del libro electrónico (Pérez-Arranz, 2007) y las tabletas y los consumos de información digital (Agencia Francesa de Prensa, 2014, p. 5) en la medida en que el lector, el usuario final, se involucra con la experiencia. La investigación de los usos sociales de la tecnología implica varios factores, por un lado, la tecnología es un elemento no estable, camaleónico, desafiante, en vía de la perfección, y por otro, la argumentación epistemológica es tan amplia y diversa que su interpretación también desborda fronteras. Toussaint y Mallein (1994, p. 317) argumentan que “lo esencial es identificar las prácticas y preguntarse si son propias a cierta categoría de la población”. Mientras que De Certeau (1996) afirma que para lograrse la apropiación hace falta que el objeto técnico se transforme en un objeto social, que pase a formar parte de su uso y contexto cotidiano.

Sobre este hecho de la cotidianidad y la cultura en el uso y apropiación de las tic Gómez (2002) dice que “es importante considerar que el usuario no parte de cero, que tanto él como las máquinas son producto de una historia y de una cultura” (p. 308).

La sociología de los usos es una corriente teórica que se inició en Francia, Canadá (Québec) y Bélgica en la década del setenta. Su premisa parte de comprender el proceso de construcción de un uso social, siendo el sujeto el creador de información y del proceso comunicacional por excelencia. La tecnología no es la protagonista, el eje central de la corriente es todo el poder humano y la transformación y las capacidades que a través del uso cotidiano pueden darse desde las herramientas tecnológicas.

Luego aparece, desde la teoría funcionalista, el concepto de “uso y gratificación”. (Katz et al., 1986) constatan que el receptor se transforma en un usuario activo frente a los medios de difusión, capaz de construir una respuesta frente a la oferta mediática. Jean Clouthier (1975) aporta una visión fundamental para avanzar en “la conceptualización del receptor activo al hablar del proceso de formación de un nuevo sujeto de comunicación” (citado en Gómez, 2005, p. 80). La escuela teórica de sociología de los usos francófona fue trabajada por investigadores localizados en Francia, Canadá y Bélgica. Siendo exponentes importantes Michel de Certeau (1990), Josianne Jouët (1992), Pierre Chambat (1992), Patrice Flichy (1995), Bernard Miège (2002) y Proulx, Sénéca y Poissant (2006). Y la escuela anglófona, ubicada entre Gran Bretaña y Estados Unidos, tuvo a Roger Silverstone (1996) como uno de sus exponentes más reconocidos, junto a Robin Mansell (1993), Maren Hartmann (1995), Sonia Livingstone (2006) y Nicolás Jankowski (2006).

Pero es el historiador y filósofo francés Michel de Certeau (1980) a quien se le atribuyen los primeros acercamientos a la sociología de los usos, donde otorgó al usuario dos principios esenciales para comprender los procesos de formación: los conceptos de libertad y autonomía. El receptor de medios de difusión masiva se convierte así en un sujeto susceptible de crear innovaciones. Esta postura lleva a constatar que la gente común y corriente es capaz de inventar (Silverstone y Hirsch, 1996) y, por lo tanto, de cuestionar y desviar usos originalmente inscritos en un aparato, un servicio o una red por la industria. Michel de Certeau conceptualiza los usos a partir de la expansión y exploración del usuario-receptor y su capacidad de adentrarse en el uso de la tecnología. La determinación del individuo es clave en el proceso de la construcción social de un uso tecnológico. Sobre este aspecto los términos de “impactos” y de “efectos” fueron revisados desde la teoría francesa. Se habla en términos de la influencia personal y de la persuasión, haciendo énfasis en los principios de la transferencia tecnológica.

Por su parte, Lievrouw y Livingstone (2006) señalan que una tecnología se introduce en un grupo social por medio de un agente (gobierno, empresas, organización, etc.), desconociéndose la fuerza que puede y debe tener una negociación en el proceso de adopción tecnológica. Mientras que para la difusión de innovaciones las tic son singulares y estables, para la sociología de los usos y la tecnología, socialmente configurada, estas son “constelaciones de innovaciones en permanente cambio” (Lievrouw y Livingstone, 2006, p. 251). Esto se refleja en la capacidad de la tecnología de ser diversa y cambiante, y en el potencial intrínseco de formar redes sociales a partir de la relación con el sujeto y de la tecnología en sí.

Exponen Proulx, Sénéca y Poissant (2006, p. 210), desde la mirada francófona, que la relación se fundamenta en dos campos vitales: el micro-social (usos y prácticas en marcos de vida cotidiana) y el macro-social (matrices culturales y contextos sociopolíticos). Desde la perspectiva francófona y anglófona dichas tecnologías cumplen con un papel mediador sumamente importante, pues se tornan un objeto que permite ubicar en primer plano los procesos de construcción de la relación social. Ambas corrientes teóricas permiten llevar un recuento de innovaciones no solo en el diseño del dispositivo tecnológico, sino en la generación de contenidos de parte de los usuarios pero, sobre todo, la formación de prácticas de información y comunicación. Para la anglófona y francófona las tic tienen relación directa con lo económico, político, social y cultural. Siendo el potencial de la sociedad quien incide en la formación del usuario, que se apropia de la tecnología. Argumenta Gómez (2005) que la formación de usuarios ante las tic incluye, además de los aparatos, las prácticas y el conocimiento ligados a ellas, las negociaciones sociales que se crean en torno a esa tecnología. Los usuarios son primordiales en el proceso de construcción de un uso, estos no se encuentran aislados, sino que forman un continuo en el proceso de innovación tecnológica, junto con fabricantes, las empresas productoras, los diseñadores y desarrolladores de hardware y software.

La mirada de América Latina no se enfoca en una tecnología y sus impactos por defecto, sino que incluye al sujeto desde su contexto social, quién la usa, dónde se ubica, de qué manera, bajo qué circunstancia cultural y temporal, activando universos de sentidos bajo realidades complejas y terrenales y particulares. Es crítica en el sentido de las políticas públicas, donde argumentan Cabello *et al.* (2008) que dan por sentado que con promover políticas y ejecuciones alrededor de la infraestructura, se garantiza e implica que existen procesos ya desarrollados frente al uso y apropiación de las tic. Lo que significa una mirada desde el acceso, infraestructura y conectividad, y no desde la relación cotidiana del sujeto en las prácticas continuas de uso y aprovechamiento de la tecnología. De acuerdo a esto, la autora va más allá, pues habla que la apropiación también se incluye en el avance de nuevas competencias profesionales, lo que desencadena otras maneras de hacer las cosas y de desenvolverse laboralmente. Países emergentes muestran con claridad programas e incentivos que brindan posibilidades de desarrollo individual y social con el fin de fortalecer sus competencias ciudadanas y personales por medio de las tic. Y desde allí se evidencian iniciativas de desarrollo a nivel local y regional, que desde la mirada de la comunicación de base aportan consolidación y divulgación de aquellos proyectos que, sin la opción de las tic, hubiesen quedado en el anonimato.

Metodología

La metodología estuvo diseñada bajo tres ejes que permitieron la triangulación de datos, con un alcance cualitativo importante, donde se reflejara la participación de la institucionalidad (visión de la fnc por medio de las entrevistas), la experiencia en comunidad y su contacto con la "Tableta TIC" (caficultores antioqueños participantes de los grupos focales) y la revisión de los contenidos digitales corporativos que se anuncian en la tableta, de acuerdo a un modelo de análisis de contenido. Las entrevistas presentadas se usaron como apoyo y respaldo para reafirmar concepciones y reforzar lo expresado en los grupos focales.

Para el caso de estudio de esta investigación, se incluyó la experiencia TIC-Rural de la Federación de Cafeteros de Antioquia, quienes tienen en el departamento el programa TIC-Tableta de Información Cafetera entregada a más de 700 caficultores en 94 municipios antioqueños. Programa que se inició en el 2010 y que le permite a las familias cafeteras conectarse, consultar y leer información pertinente para su desempeño productor.

El enfoque cualitativo busca desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. "Permite explorar los conocimientos y experiencias de las personas en un ambiente de interacción, que examina lo que la persona piensa, cómo piensa y por qué piensa de esa manera" (Hamui-Sutton y Varela, 2013, p. 8). Otra característica de la epistemología cualitativa es la de tener la visión de las investigaciones sociales como un proceso de comunicación, como proceso dialógico.

La intención de ubicar una investigación de este tipo entre los umbrales de los estudios cualitativos se debe a que estos se centran en la comprensión de una realidad constituida, con las características propias del sector rural, y permiten analizar el sentir y la experiencia en relación con el acercamiento tecnológico desde la lógica de sus protagonistas: los caficultores antioqueños.

Los grupos de discusión (Galindo, 1998, p. 80) fue la técnica escogida para abordar las experiencias, apreciaciones y valoraciones que expresaron dos grupos de caficultores de diferentes municipios de Antioquia. Las sesiones se realizaron en el marco de los Encuentros Cafeteros 2014, organizados por el Comité Departamental de Cafeteros de Antioquia, actividad anual que reúne en el municipio de Venecia (suroeste antioqueño) a más de 1.000 caficultores de los 94 municipios cafeteros de Antioquia.

Tabla 3.1 Caficultores participantes de las sesiones de los grupos focales

Fecha	N. de participantes	Edad
18 de febrero de 2014. Grupo BETA para la validación del ejercicio	21 caficultores 3 mujeres 18 hombres	Desde los 33 hasta los 59 años
19 de febrero de 2014	17 caficultores 2 mujeres 15 hombres	Desde los 38 hasta los 65 años
19 de febrero de 2014	27 caficultores 2 mujeres 25 hombres	Desde los 38 hasta los 65 años

Fuente: elaboración propia.

El grupo de discusión es la técnica que para esta investigación aporta a la comprensión del sistema de representaciones simbólicas que se materializan en un conjunto de discursos con características determinadas en los grupos de referencia escogidos. Realizar el trabajo *in situ*, en su espacio común de producción campesina, en su hábitat social garantiza de alguna manera la vinculación fresca, espontánea, y sincera por parte de quienes aportaron sus testimonios al proceso.

Otra de las técnicas empleadas fue la entrevista, que en este caso buscaba indagar sobre el papel institucional que tiene la Federación Nacional de Cafeteros desde sus exponentes para Antioquia, sobre la creación de este programa de acceso, uso y apropiación de la tecnología dentro del público cafetero, además de los retos, dificultades y planes futuros que el programa pueda tener. En el caso de estudio de la "Tableta TIC", se optó por abordar desde la entrevista a dos miembros del grupo corporativo del Comité Departamental de Cafeteros de Antioquia. Ellos fueron:

- Berenice García Duque: Coordinadora de Comunicaciones en Antioquia.
- Carlos Augusto López Ramírez: Coordinador Sistema de Información Cafetera SICA.

El cuestionario presentado estaba conformado por categorías que abordan situaciones como:

- Política institucional frente a la tecnología.
- Importancia de la tecnología para el público rural: oportunidades, retos y desafíos.

- Demanda y producción de información digital por parte de la institucionalidad.
- Educomunicación: capacitación, uso y producción de contenidos propios.
- Retos de la comunicación tradicional frente a los procesos digitales: producción y sostenimiento de portales web, lenguaje digital, información para el caficultor.
- Dificultades técnicas: conectividad, líneas de atención, mantenimiento de la tableta.

Finalmente, se realizó un análisis de contenido que buscó revisar la presencia de materiales diversos que se relacionan dentro de las aplicaciones y que están dispuestos en la "Tableta TIC". Además de su integración, relacionamiento y presencia gráfica y visual desde la aplicación misma. La "Tableta TIC" cuenta con contenidos digitales como el acceso a sitios web corporativos y emisoras virtuales (www.cafedecolombia.com) y (www.cafepaisa.org), boletines institucionales, aplicación para la revisión constante del precio del café, entradas abiertas a redes sociales, correo electrónico institucional, entre otros. El análisis de contenido busca revisar los elementos textuales (secuenciales e hipertextuales) y audiovisuales (gráficos, sonido, video, animaciones, libros digitales, informes, infografías interactivas) que son útiles y pertinentes dentro de la divulgación de información cafetera, en cada una de las aplicaciones. Para ejecutar el proceso de análisis de contenido se tuvieron en cuenta los siguientes productos:

- FNC: icono que lleva a la aplicación de la Federación Nacional de Cafeteros. Más restringida que el sitio web corporativo.
- Pergamino: aplicación institucional que abre el sitio web sobre estrategias de gestión de negocios para los caficultores.
- Precio del café: información que reúne el precio en el mercado internacional.
- Portal Interactivo Cafetero: sitio web restringido con servicios de comunicación y consultoría. Solo para usuarios registrados.

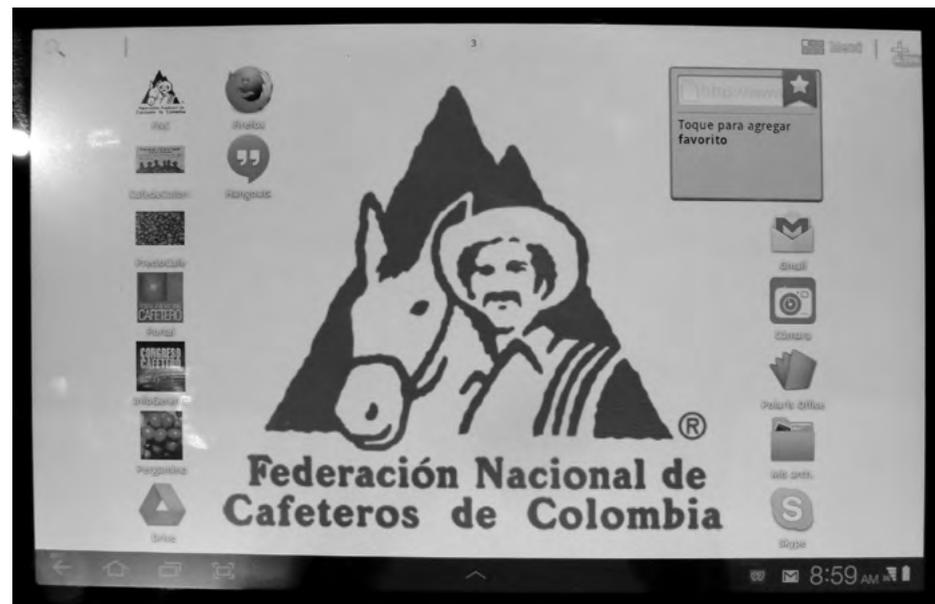


Figura 3.1 Tableta TIC. Pantalla principal con las aplicaciones instaladas por la Federación Nacional de Cafeteros

Foto Ma. Isabel Zapata

Para el apartado de análisis de contenido se optó por abordar dos momentos en la organización del contenido que se tenía por analizar. El primero, una matriz de análisis propia, realizada por las investigadoras que evidencian indicadores como redacción digital, tiempos de actualización, lenguaje digital, presencia de convergencia digital, diseño web, entre otros. Y una segunda matriz, que precisa una evaluación más técnica relacionada con tiempos de carga, velocidad de la aplicación, estados de apertura y cierre de las aplicaciones, etc.

Resultados y análisis desde los grupos focales



Figura 3.2 Caficultores participantes de los grupos focales. Suroeste antioqueño, municipio de Venecia. Granja Esteban Jaramillo.

Foto Ma. Isabel Zapata

El análisis propuesto estaba basado en un enfoque de sociedades del conocimiento, concibiendo la apropiación tecnológica desde dimensiones tales como desarrollo humano y calidad de vida, entendimiento entre culturas y gestión de la información. Dimensiones que se relacionan de forma directa con los preceptos divulgados en el modelo unesco, asesorado por Jan A.G.M. Van Dijk.

1) Desde la motivación:

El nivel de escolaridad de los habitantes de las regiones cafeteras colombianas es definitivamente muy bajo. Según Perfetti (2004, p. 2), los resultados de la Encuesta Nacional Cafetera demuestran que el nivel educativo alcanzado por el total de la población cafetera del país (1.729.459 personas) no supera los 3,7 años de escolaridad.

Este factor incide en la capacidad del caficultor de enfrentar “el miedo” a relacionarse con la tecnología, a sentir que no tiene las capacidades cognitivas propias para abrirse a otras exploraciones. “Las personas mayores tienen que hacer un esfuerzo aun mayor que el resto de la sociedad para adaptarse y evolucionar al mismo ritmo que la tecnología.

Deben formar parte del presente de una manera más activa y visible, ya que al sacar un mayor partido a las nuevas tecnologías son uno de los sectores que más beneficios obtienen” (González, 2010, p. 8).

2) Desde el acceso: se afirman problemas de manejo, uso y control de la tecnología. Necesitan mayor capacitación para expandir y fortalecer el proceso de apropiación y uso de la “Tableta TIC”. Y también se expresaron miedos frente al enfoque a largo plazo de los pagos y sostenimientos de los planes de conectividad y adquisición de la tableta por parte de la Federación Nacional de Cafeteros, fnc.

3) Desde las competencias: evidencia que la seguridad sobre el dominio del dispositivo se consigue con la práctica y el tiempo, ya que son pocos los casos de caficultores que exploran servicios de consulta en la web dentro de la tableta. Los casos expresados están relacionados con caficultores con mayor nivel educativo. La alfabetización digital tiene todo un campo de desarrollo en este público rural.

4) Desde el uso: el uso de la tableta para comunicarse con el técnico en pro de soluciones para el cafetal o crear videos para contar su rutina cafetera en tiempos de producción evidencia que el usuario, a partir de los conocimientos recibidos y de su propia exploración, ha sido capaz de generar un nuevo producto que es importante en su ambiente rural.

5) Desde los contenidos digitales para la “Tableta TIC”: se partió de una revisión individual por parte de la investigadora para clasificar recursos, contenidos, ubicar la arquitectura de las aplicaciones, etc. Una vez clasificada se organizó en una tabla. Estos contenidos se analizaron y se describen a continuación:

- Producto FNC: prevalecen los contenidos noticiosos institucionales, ubicados en boletines de prensa, dentro de un canal web denominado “Sala de Prensa”.

Aunque la barra de navegación horizontal ocupa un espacio importante de la pantalla, al tener poca información la lectura es aireada y esparcida. En cuanto al lenguaje digital, la poca presencia de hipertextos hace que el recorrido sea corto, además una vez dentro del espacio de la pantalla no se posibilita una navegación más rica por los textos y la interacción con otros contenidos fluidos como videos, galerías, *podcast*, animaciones, etc. Sobre la interactividad en esta aplicación

la posibilidad de abrir otras fronteras de navegación, productos y formatos digitales no tienen presencia. Explica Lamarca (2013) que el grado de interactividad es, pues, otra de las variables que influyen en la estructura y complejidad de un hipertexto. La interactividad puede ser muy baja (simple navegación) o muy alta (autoría, resolución de problemas, participación en la base del conocimiento, etc.) dependiendo de múltiples factores. La interactividad influye no solo en la conducta del usuario, sino también en el entorno (el sistema puede ser utilizado para recuperar información, como herramienta de colaboración o, incluso, puede tratarse de una herramienta constructiva donde el usuario pueda participar en la elaboración de conocimiento). Aunque es una aplicación completa, a manera de arquitectura de portal web, su tiempo de carga es rápida, lo que permite tener una lectura y aparición de los contenidos efectivos; promoviendo en los primeros módulos la información más actual.

- Pergamino: visualmente es uno de los de mayor atracción y de alta emotividad pues evoca la producción cafetera desde su diseño de interfaz. Está dividido por secciones, con contenidos variados para el caficultor estratégico interesado en darle otras dimensiones a su productividad, y ávido por saber qué pasa con el café en otras latitudes. Un sitio web con varios botones de hipervinculación que llevan al usuario a contenidos digitales como los indicadores económicos, el precio del café, el boletín semanal cafetero, entre otros. Su diseño es jerárquico, el cual permite evidenciar los contenidos principales de los secundarios, aunque gráficamente iguala en medidas las fotografías que acompañan los contenidos. A pesar de que es uno de los mejores espacios de contenido, su visualización se ve afectada si es en celular, tableta o monitor de computador. Aunque para el caso de estudio, que es la tableta cafetera, el portal se comporta adecuadamente; en la actualidad, el diseño y la planeación de un producto digital debe tener en cuenta las múltiples posibilidades de rutas de visualización que tiene. Sobre esto, cuando la audiencia para la que se diseña es muy amplia y presenta necesidades de acceso muy diferentes, como es el caso de los cafeteros antioqueños, por lo general se hace necesaria “la puesta a disposición de varias versiones del diseño o un diseño adaptable, como son las conocidas ‘versiones solo texto’ o versiones en varios idiomas” (Hassan y Iazza, 2004, p. 23).



Figura 3.3 Pantalla activa de uno de los servicios informacionales creados para el público caficultor

Foto Ma. Isabel Zapata

- Precio del café: aplicación que lleva a una página html donde se publica toda la información del café, día a día. Con precios internacionales y precios en Colombia. Tiene los mismos colores que la aplicación fnc, pero su arquitectura se limita a un pantallazo en html. Enumera la cotización del grano para Colombia y el mundo, y es uno de los productos informativos más consultados por los caficultores, pues como lo expresan en los grupos focales el valor del grano es clave para la expansión o caída del negocio. No hay presencia de diferentes formatos ni recursos.

El último producto encontrado es el Portal Interactivo Cafetero, pero de este no se logró revisar ningún tipo de información, pues para acceder a él se necesita una clave y contraseña del caficultor. Y por disposición corporativa no se permitió el acceso.

El otro instrumento para el análisis de contenido es el modelo de evaluación elaborado por Marqués (2010) con el que se evaluaron elementos como la pertinencia de los contenidos, navegación, utilidad, aciertos y limitaciones, entre otros. Además de la funcionalidad y la ausencia de posibilidades de compartir contenidos desde la misma aplicación. El instrumento incluyó:

- Aspectos funcionales: utilidad.
- Aspectos técnicos y estéticos.

- Aspectos psicológicos.
- Valoración del dispositivo y proceso de didáctica.

Conclusiones y recomendaciones

- Como resultado de la investigación cualitativa presentada en este trabajo se concluye que el programa de la “Tableta TIC” tiene incidencia y pertinencia entre aquellos caficultores antioqueños agremiados en los comités que tienen dispositivos asignados, y que, por el contrario, a nivel nacional no pueden generalizarse los resultados hallados pues el programa no tiene las mismas características en otros departamentos colombianos.
- Por otro lado, factores como la edad y el relacionamiento con otras tecnologías posibilitan que el caficultor en “edad mayor” se desempeñe con diferente propiedad que el más joven. Los grupos focales fueron testimonio de lo anterior. Y el uso constante del celular les ha permitido superar barreras.
- Los soportes en conectividad y acceso a la estructura técnica son vitales en el éxito y continuidad de estos programas. Los problemas de conectividad rural son el factor físico que reiterativamente expresaron los caficultores antioqueños como el principal conflicto para la expansión de este programa. Sería pertinente que la fnc tuviera en cuenta este componente para otras fases de la “Tableta TIC”.
- Los niveles de escolaridad, la alfabetización digital y la poca capacitación en manejo tecnológico, como lo reafirmó en entrevista Berenice García, son los principales retos que la fnc debe trabajar para este programa.
- En este caso, lo que se presenta es una brecha económica entre quienes pueden adquirir soluciones paralelas y quienes no. Para redondear esta idea se considera a la infraestructura como uno de los principios fundamentales para lograr una sociedad del conocimiento para todos, una sociedad para todas las edades.
- Una capacitación a fondo es clave en este programa, pues se evidencia el alto uso por parte de los hijos y la familia caficultora de la “tableta TIC”. Es importante el aprendizaje apropiado para saber aprovechar estos insumos en pro del proceso escolar, las habilidades comunicativas y de relacionamiento de datos e información *online*, pues en los grupos focales argumentaron que todo el manejo de las demás herramientas de la tableta ha sido de manera instintiva, por ensayo y error.

- Un aspecto que constituye un problema para vincular a personas habitantes de zonas rurales al uso de las tic es la lógica de la centralización y el pensar los proyectos desde los centros de poder económico y político. La Federación Nacional de Cafeteros debe despojarse de cualquier razón corporativa si le está apostando a un programa de apropiación social de tic entre su público caficultor.

Referencias

Agencia Francesa de Prensa (2014). Venta de tabletas superará las de PC en 2015. Recuperado de http://www.elcolombiano.com/venta_de_tabletas_superara_las_de_pc_en_2015-EGEC_301566

Cabello, R., Levis, D., Cafassi, E., Becerra, M., Ferrer, C., y Del Brutto, B. (2008). Las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación. *Argumentos. Revista de Crítica Social*, 9, 1-26.

Cerón, R. (2015). Comportamiento de las Audiencias para las Principales Aplicaciones Móviles en Latinoamérica. Recuperado de <http://www.imsincorporate.com/>

Comscore (2015). Comportamiento de las audiencias para las principales aplicaciones móviles en Latinoamérica. Recuperado de <http://www.imsincorporate.com/>

Chambat, P. (1992). *Communication et lien social*, Cité des Sciences et de l'Industrie. Paris: Éditions Descartes. Recuperado de <http://basepub.dauphine.fr/xmlui/handle/123456789/10967>

Cloutier, J. (1975). *L'ère d'Emerec: Ou, la communication audio-scripto-visuelle a l'heure des self-media*. Montreal: Presses de l'Université de Montreal.

De Certeau, M. (1990). *L'invention du quotidien*. París: Editions Gallimard.

De Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano*. México: Universidad Iberoamericana.

Flichy, P. (1995). *L'innovation technique récents développements en sciences sociales. Vers une nouvelle théorie de l'innovation*. París: La Découverte.

Galindo, L. (1998). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México: Pearson Educación.

Gómez, C. (2002). Los usos sociales de las tecnologías de información y comunicación. *Estudios de Comunicación y Política*, 12, 287-305.

Gómez, C. (2005). Tejiendo hilos de comunicación: los usos sociales de internet en los pueblos indígenas de México. UNAM. Recuperado de <http://132.248.9.195/pd2005/0601383/Index.html>

González, M. (2010). Tecnologías para la educación: tecnologías y personas mayores. Recuperado de <http://blog.catedratelefonica.deusto.es/tecnologia-y-personas-mayores/>

Hamui-Sutton, A., y Varela, M. (2013). La técnica de grupos focales. *Investigación en Educación Médica*, 2(1), 55-60. Recuperado de <http://doi.org/2007-5057>

Hassan, Y., y Iazza, G. (2004). Diseño web centrado en el usuario: usabilidad y arquitectura de la información. Hipertext.net. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/citart?info=link&codigo=1098879&orden=32926>

Hartmann, M. (1995). *Technologies and utopias: The cyberflaneur and the experience of being online*. Múnich: Nomos Verlagsgesellschaft.

Jankowski, N. (2006). *Community media in the information age: Perspectives and prospects*. Nueva Jersey: Hampton Press Communication. Recuperado de <http://doi.org/978-1572733732>

Jouët, J. (1992). Relecture de la société de l'information. Communication et lien social. En G. Vidal (Ed.). *Sociologie des usages, continuités et transformations : Traité des sciences et techniques de l'information* (pp. 11-35). París: Hermes Science Publications.

Katz, E. (1985). *A future for gratifications research, media gratifications research: Current perspectives*. Beverly Hills: SAGE Publications.

Katz, E., Blumler, J., Gurevitch, M. (1986): "Usos y gratificaciones de la comunicación de masas", en Moragas, de M. (ed.), *Sociología de la comunicación de masas*, vol. II: Estructura, funciones y efectos, Gustavo Gili, Barcelona.

- Lamarca, M. (2013). Hipertexto: el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen. Recuperado de <http://www.hipertexto.info/documentos/interactiv.htm>
- Liewvrouw, L. & Livingstone, S. (2006). *New media design and development: Difusión of innovations vs. social shaping of technology*. Londres: Sage Publications.
- Marqués, P. (2010). *Software Educativo. Guía de uso y metodología de diseño*. Barcelona: Estel.
- Miège, B. (2002). ¿Hemos ingresado a la sociedad de la información? [conferencia]. México: FSPYS.
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (2015). Agronet. Recuperado de <http://www.agronet.gov.co/agronetweb1/>
- Perfetti, M. (2004). Un pacto por la región. De la crisis cafetera a una oportunidad de desarrollo regional. Recuperado de http://www.crece.org.co/crece/components/com_jshopping/files/demo_products/InformeEjeCafetero.pdf
- Pérez-Arranz, F. (2007). El libro electrónico y su incidencia en las bibliotecas universitarias y científicas españolas. *Revista Española de Documentación Científica*, 30(3), 343-363. Recuperado de <http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/viewFile/389/401>
- Proulx, S., Sénéca, M. & Poissant, L. (2006). *Communautés virtuelles: penser et agir en réseau*. Quebec: Livres Univers.
- Silverstone, R., y Hirsch, E. (1996). *El consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia*. Barcelona: Bosch.
- Toussaint, Y. & Mallein, P. (1994). *L'intégration sociale des technologies d'information et de communication : une sociologie des usages*. *Technologies de L'information et Société TIS*, 6(4), 315-336.
- Van Dijk, J. A. (2005). *The deepening divide: inequality in the information society*. *Communication*. Londres: Sage Publications.

Capítulo 4

Inclusión de contenidos generados por el usuario en la edición digital de *El Tiempo* de Bogotá*

Claudia Patricia Sánchez-Aguar**
Beatriz Elena Marín Ochoa***

* Este artículo se deriva del trabajo de grado *Inclusión de contenidos propios de los usuarios en las ediciones digitales de El Tiempo de Bogotá, El Colombiano de Medellín y El País de Cali*, presentado como requisito para optar al título de magíster en Comunicación Digital de la Universidad Pontificia Bolivariana y dirigido por la doctora Beatriz Elena Marín Ochoa.

** Comunicadora Social - Periodista y Magíster en Comunicación Digital de la Universidad Pontificia Bolivariana, UPB. Docente interna en la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la misma universidad. Correo electrónico: claudiap.sanchez@upb.edu.co

*** Comunicadora Social Periodista de la Universidad de Antioquia, Master en Comunicación y Educación, Magíster en Iniciación a la Investigación en Comunicación y Periodismo y Doctora en Comunicación y Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona, UAB, España. En la actualidad Docente Investigadora de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo y Coordinadora del Grupo de Investigación en Comunicación Urbana, GICU, de la Universidad Pontificia Bolivariana, UPB. Correo electrónico: beatrizemarin@upb.edu.co