

I Encontro Cidadanía e Educomunicación

“Cara a unha comunicación non excluín-te”

Proxecto CIDEC

25 e 26 de maio de 2015
Facultade de CC. da Comunicación, Avda de Castelao, s/n
Santiago de Compostela

Cómo la competencia mediática amplifica y contrarresta la desigualdad social

Dra. Ellen Johanna Helsper. Media and Communication. London School of Economics and Political Sciences.

Se dice que vivimos en un mundo digital. Si el mundo es digital es un mundo en que no todos participan, en que no todos tienen las mismas posibilidades de sacar los beneficios y tener las oportunidades que las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) nos pueden dar. En esta ponencia discutiré cuál es la relación entre las competencias mediáticas y la desigualdad social en las sociedades digitales. Ya hemos cumplido más de una década de investigación alrededor del tema de la alfabetización digital, una década en la que hemos visto desarrollos tecnológicos rápidos y también cambios sociales. Parece que todos los días vemos una nueva *app*, una nueva forma de acceder a la red y medios más y más multifuncionales para comunicar e interactuar con personas cercanas y lejanas. En el plano social hemos visto crisis económica y un aumento global en la desigualdad social. Estos son procesos paralelos y entrelazados, y para entender uno hay que entender el otro en este mundo que parece ir sin desvíos por un camino digital.

1. La competencia mediática y la desigualdad digital

La definición más popular de la *competencia mediática* o del *alfabetismo mediático* reflejaría los múltiples aspectos necesarios para participar en esa sociedad mediada. Lo resumo como:

“La capacidad de acceder, analizar, evaluar, y de crear contenidos.” (Buckingham, 2004; Livingstone, 2003).

La base de la discusión acerca de la *capacidad mediática* en un mundo digital a la que aquí nos referimos es el de la investigación y la literatura acerca de la exclusión digital. Al aparecer la definición de *alfabetismo mediático* se podría aplicar sin muchos problemas en la sociedad digital y de hecho en general eso es lo que ha pasado. Como se define la *competencia digital* ha cambiado bastante en los últimos veinte años, y en ese tiempo se ha insistido más y más en la definición del *alfabetismo mediático*. En principio se hablaba de la *brecha digital*; la *brecha digital* se refería a estar en línea o no y por lo tanto es una definición de un problema de involucramiento de los medios como un problema de acceso a y la capacidad para usar los TIC. O sea, la razón por la cual las personas no podrían sacar provecho de lo que las TIC ofrecían era porque la infraestructura o los costos les retraían a la hora de acceder a los contenidos.

Brecha digital es una terminología que sigue siendo usada en los EE.UU. pero en Europa y en muchas partes del resto de mundo ya se encuentra menos en los debates acerca de la *capacidad mediática*. El discurso acerca de la *brecha digital* se desarrolló para enfocar en niveles y diferentes tipos de *capacidad mediática*. Ya no se veía como algo blanco o negro sino que había personas que podrían estar más o menos incluidas y tener capacidades básicas, medias o avanzadas (Livingstone & Helsper, 2007). Sin embargo, después de una década de investigación e intervenciones que trataban de averiguar cuáles tipos de acceso y de competencias se necesitaban para aumentar el uso de las TIC algunos se desesperaron. En muchos países europeos el acceso había mejorado bastante, hasta un punto en el cual casi todos tenían acceso a una conexión buena cerca de su casa y los interfaces se habían simplificados, pero aún había entre un 20% y un 40% de la población que no usaba internet. Las barreras a la participación en una sociedad digital parecían ir más allá del acceso y las competencias definidas por alguna limitación. Algunos autores empezaron a enfocar su observación sobre la *importancia de la motivación* para usar las TIC y porqué el acceso y las capacidades digitales no habían sido suficiente para fidelizar a la gente con los contenidos de la red, y mucho menos que no se crearan contenidos para compartir (Van Dijk & Van Deursen, 2014; Reisdorf, en prensa). Entonces se concluyó que una definición de la *capacidad mediática* en un mundo digital debiera incluir no sólo la oportunidad de acceder y entender contenidos digitales. También se debiera incluir la motivación de las personas y lo que hacían con la tecnología (Helsper, 2012). Esta definición de la *alfabetización digital* va más allá de la de *alfabetización mediática* y se motiva por un interés según cómo éste se relacione con la inclusión social. Se postula que tener acceso a información (y a educación) y poder estudiar o aprender no sirve de nada, si uno no está motivado para usar los medios que el mundo digital aporta y si no *se interesa* de forma practica con múltiples y diversos materiales. La última fase importante de esta secuencia y el futuro de la investigación sobre *alfabetización digital* (y por extensión, *mediática*) es la inclusión, en la definición, de los beneficios tangibles obtenidos por la interacción con las TIC (Helsper, Van Deursen & Eynon, 2015). Volveré a discutir la importancia de entender esta fase en particular, más adelante.

2. Discursos de soluciones e Intervenciones

Los diferentes enfoques en el relato de la definición de *competencia mediática* en un mundo digital conlleva diferentes tipos de intervenciones y de soluciones a la hora de reconocer la desigualdad digital. Esas intervenciones, por su parte, se operan sobre diferentes niveles de comprensión de los procesos, por detrás de la exclusión y de las responsabilidades que tienen diferentes actores.

Cuando el debate se enfoca sobre el acceso y sobre las capacidades es mucho más probable que las soluciones sean vistas como la responsabilidad de actores a un nivel macro. O sea, se supone que el mercado proveerá de infraestructura digital para aliviar el problema de acceso a internet y otras TIC, apoyado por políticas y regulaciones del Estado. El problema de la capacitación baja en ciertos sectores de la población se combate con educación y cursos formales desde el Estado y el tercer sector. Las mayores causas de la desigualdad digital en éste discurso parecen ser la pobreza y los bajos niveles de educación, y como éstos no se solucionen de un día para otro hay que bajar los costes y simplificar el acceso y mejorar, de esta manera, la accesibilidad de las TIC. Las soluciones son técnicas y así las personas son percibidas como excluidas. No por culpa de ellas, sino porque se sabe que hay factores externos (la pobreza y la baja educación) que les retraen en su deseo a la hora de usarlas.

Más recientemente hemos visto surgir otro tipo de solución. Ahora que el discurso de las causas de la exclusión digital se está formando alrededor de la falta de motivación y de diferencias en los intereses de las personas, las intervenciones adquieren una forma distinta. Esta imaginación del *problema* requiere intervenciones y responsabilidades a nivel del individuo –proyectos de sensibilización sobre las posibilidades que tiene internet o las que mejoren la implicación del usuario con el contenido digital (incluyendo la producción o creación)-. Lo único que el mercado y la sociedad pueden hacer cuando la explicación por exclusión es imaginada como la falta de motivación o implicación es hacer campañas públicas que expliquen a la gente por qué motivo se podría usar internet, y asegurar que el contenido está disponible. Después es responsabilidad del usuario implicarse; si no participa es porque elige no participar. El discurso aquí es de elección informada, de *informed choice*. La exclusión digital es el resultado de las diferencias entre individuos, entre qué personalidades y qué intereses, por lo tanto no tiene que ver con procesos sociales de exclusión o de desigualdad.

3. La realidad de la desigualdad en capacidades mediáticas en un mundo digital

Antes de explorar con más detalle las causas y consecuencias de la desigualdad en *alfabetismo mediático* en un mundo digital, es necesario destacar que saber cómo definir y formular intervenciones potenciales, como se ha hecho hasta ahora, no significa que podemos solucionar la desigualdad digital. En los tres indicadores: acceso, capacidades e implicación vemos un incremento en las desigualdades entre los grupos más vulnerables de la sociedad. Por ejemplo, mientras que los sujetos “empleados” de un nivel de educación alta en Gran Bretaña han aumentado su acceso a banda ancha del 17 al 90% entre el 2003 y el 2013, los sujetos “desempleados” con niveles de educación baja han aumentado nada más que de un 2 a un 24% en ese mismo periodo (Office of National Statistics: British Household Survey 2003-2013). Usando una escala estandarizada utilizada por los estudios del World Internet Project, podemos ver que las capacidades de los “empleados” con educación alta siguen siendo evaluadas como altas, mientras que ha habido muy poco cambio en la evaluación de las capacidades con bajo promedio entre los “desempleados” con niveles de educación baja (Helsper, 2013). Es la acumulación de desventajas que parece empujar a las personas fuera del mundo digital y no una en particular, aunque la educación es un factor consistente y relacionado a diferentes tipos de baja capacidad mediática. La acumulación de barreras a la competencia mediática necesaria para participar en un mundo digital se observa, también, al examinar las razones de no usar Internet que las personas expresan en las investigaciones cualitativas y cuantitativas que se han realizado al respecto. En una década, la falta de interés ha aumentado en importancia como razón para no implicarse de un 49% a un 94%, pero las otras razones relacionadas con el acceso, costo y competencias no han disminuido en su importancia. Eso significa que, ahora, en vez de explicarlas sólo como una barrera y aplicar una solución relativamente fácil como bajar el coste y mejorar la infraestructura, las personas además tienen que rebasar múltiples obstáculos para sentir que pueden implicarse en los contenidos mediáticos (Helsper & Reisdorf, 2013).

4. Desigualdad social en una sociedad digital

Aunque la teoría se ha desarrollado alrededor de diferentes tipos y niveles de desigualdad social, nuestra comprensión de las causas y las consecuencias de la desigualdad de capacidades mediáticas en un mundo digital sigue siendo muy limitada. Al final, estamos interesados en el impacto que tiene el uso de las TIC en la vida diaria, en el bienestar de las personas, no en la inclusión digital por sí misma. Antes describí el interés reciente en entender al *alfabetismo mediático* en un mundo digital como la competencia y la motivación de poder acceder, evaluar, usar y crear contenidos para poder obtener beneficios tangibles en la vida diaria. Este enfoque explícito en beneficios tangibles de la competencia mediática es muy reciente y se basa en el trabajo que Jan Van Dijk empezó en 2005. En los estudios de la inclusión digital estamos volviendo a las teorías tradicionales de exclusión social y a los planteamientos sobre recursos y capitales, que van más allá de la explicación de la desventaja económica y de los recursos, como es incidir en el tema de la pobreza. Por eso, en el modelo con que trabajamos, distinguimos cuatro campos diferentes de recursos tradicionales: económico, cultural, social e individual.

5. Campos correspondientes de desigualdad social y digital

En 2012 desarrollé esa línea teórica que por primera vez vinculaba, en términos muy específicos, la desigualdad o inclusión social con la desigualdad o inclusión digital a través de diferentes indicadores de *competencia mediática* en un mundo digital. Se basa en la propuesta de saber si los ricos en capitales tradicionales se hacen más ricos en una sociedad digital y los pobres más pobres por la distribución desigual de la *alfabetización mediática* (el efecto Mateo), o bien, si acceso a y el uso de las TIC podría contrarrestar las desigualdades sociales que han ido aumentando en muchas partes del mundo. Para hacer eso de una manera comprensiva y matizada es necesario distinguir los diferentes tipos de recursos. El modelo de campos correspondientes teoriza cómo recursos digitales y sociales específicos de un individuo se afectan entre sí. La conceptualización de los campos en este marco se basa en la teorización de capitales de Bourdieu (1986) y refiere a van Dijk (2005) en su conceptualización de recursos situados en el individuo. Utilizo el concepto "campo" para indicar las esferas de influencia en la vida cotidiana, así como marcos de referencia para la acción individual. Cada campo separado contiene una colección de recursos interrelacionados y cada uno de estos recursos es potencialmente operativo en la investigación cuantitativa o cualitativa, y sirve para la evaluación de las intervenciones a través de indicadores específicos.

Los recursos en el campo económico incluyen la pobreza, el desempleo, y la propiedad, es decir, *capital* como lo define Piketty (2015). Se mide normalmente por ingreso, nivel de educación, ocupación e indicadores financieros. El campo de recursos culturales proviene de la idea de la socialización y aculturación. Define *capital cultural* como las normas compartidas que guían la conducta dentro de grupos socio-culturales, normas que dan un sentido de pertenencia a esos grupos y forman parte de una identidad socio-cultural. El campo de recursos sociales refleja la participación en y la calidad de las redes que dan acceso a los conocimientos y apoyo de los demás. *Recursos sociales* incluyen tanto los lazos y redes débiles y formales, como las fuertes e informales, las que ofrecen apoyo emocional o instrumental. Recursos en el *campo individual* reflejan la capacidad de aprovechar nuevas oportunidades, independientes del contexto económico, cultural o social de una persona. Se incluye el bienestar y las aptitudes mentales y físicas. En el modelo estos recursos sociales se pueden trazar en un plano digital. O sea, las oportunidades que ofrecen las TIC se pueden localizar en campos correspondientes a los campos de recursos sociales, y es en los campos correspondientes que se necesita investigar la hipótesis del 'efecto Mateo'.

Los cuatro campos de recursos son conceptualmente separados pero frecuentemente concurren debido a las estructuras de poder subyacentes, más amplias, que concentran múltiples (des)ventajas en ciertos grupos (Helsper, 2012). La idea de identificar los recursos específicos en un campo encaja con el propósito de identificar los beneficios tangibles obtenidos del uso de las TIC y, por lo tanto, también la definición comprensiva de competencia o alfabetización mediática en un mundo digital.

6. Midiendo competencias digitales

En 2014, con colegas de la Universidad de Oxford en Inglaterra y de la Universidad de Twente en Holanda comenzamos el proyecto ‘De Competencias Digitales a Resultados Tangibles’¹ en que tratamos de examinar si y cómo se podría usar este modelo en la investigación práctica. Consistía en tres partes: la primera parte, cualitativa, se apoyaba en entrevistas cognitivas con 30 personas averiguando su interpretación sobre preguntas que diseñamos acerca de diferentes competencias digitales, tipos de uso y beneficios tangibles. Después se hizo un piloto del cuestionario basado en las entrevistas con 600 personas en Inglaterra y Holanda. Examinamos si los conceptos teóricos se podrían observar consistentemente a través de diferentes grupos sociales y culturales y por fin se hizo una encuesta con una muestra representativa nacional en Holanda para ver cómo los recursos económicos, sociales, culturales e individuales se relacionaban con acceso, competencias digitales, uso y beneficios tangibles obtenidos de ese uso.

Quedó claro que es importante tratar de definir y medir competencias separadas de usos. Muchas veces se comete el error de medir o de concluir que la participación en alguna actividad digital significa *competencia mediática* en una sociedad digital. Por ejemplo, preguntamos si tiene un perfil en una red social y supongamos que si responde que sí eso significa competencia digital. No sabemos si lo hace de una forma efectiva y construye redes sociales de alta calidad o si sabe de *netiquete* o cómo hacer *updates* o protegerse del abuso de su información personal. Por otro lado, si alguien dice que no puede crear un perfil no tenemos idea cuál es la competencia específica que no tenía, que hace imposible, por ejemplo, completar un perfil en una red social, ya que es una actividad en la que intervienen muchos y muy diferentes elementos. Resulta difícil diseñar programas educativos que logren aumentar la implicación efectiva y amplia en una sociedad digital porque están pensados y realizados desde actividades y competencias no transferibles. Muchas veces la gente también confunde no querer hacerlo con no poder hacerlo. Por eso, en base a la parte cualitativa y el modelo teórico, el instrumento que desarrollamos investigaba competencias mediáticas que fuesen necesarias, pero independientemente de hacer diferentes actividades e independientemente de las plataformas en que se hacían. El resultado fue la obtención de cinco categorías de competencias: operacionales/técnicas; info-navegación/evaluación crítica; sociales/comunicacionales; creativas y las relacionadas a aplicaciones y móviles (Van Deursen, Helsper & Eynon, 2014). La investigación mostró que hay desigualdades entre generaciones, sexos, niveles de educación y otros recursos sociales y que cada grupo tenía o fallaba en algunas competencias específicas y no otras. Además se mostró que diferentes actividades requieren diferentes tipos de competencias, y que las competencias creativas y sociales había sido necesario proponerlas al estimar un nuevo rango de actividades que en anteriores estudios habían sido imaginadas como actividades informacionales o técnicas (véase también, Helsper & Eynon, 2013).

¹ <http://www.oii.ox.ac.uk/research/projects/?id=112>

7. Midiendo alfabetismo mediático en un mundo digital

La segunda parte fue un primer intento de entender y medir como la gente hablaba, evaluaba y vivía los beneficios tangibles del uso de internet. Ya que esto es parte de la nueva definición y el nuevo enfoque en la investigación de *alfabetismo mediático*, esta parte fue más exploratoria tomando como base el modelo de campos correspondientes. Distinguimos entre cantidad y calidad de los resultados, entre obtener resultados tangibles y la satisfacción con esos beneficios. Descubrimos que a muchas personas les resulta difícil convertir el uso de internet en beneficios tangibles y que lo más problemático era convertir el uso en beneficios sociales o culturales (Helsper, Van Deursen & Eynon, 2015). Cuando investigamos si la desigualdad social se convertía en desigualdades en obtener beneficios tangibles, en principio confirmamos que los ricos se hacían más ricos. Sin embargo, una investigación en profundidad mostró que las diferencias entre generaciones, sexos, niveles de educación y otros grupos socio-culturales se debía a diferencias en competencias digitales. O sea, los que tenían competencias más bajas no lograban convertir el uso del internet en beneficios tangibles y satisfactorios, y esas competencias se distribuyeron en un patrón que reflejaba las desigualdades sociales.

En fin, una definición de la *alfabetización mediática* en una sociedad digital tendrá que incluir conceptos de acceso, evaluación, motivación, y uso. Cuando se hable de *intervenciones* se tendrá que entender en cómo estos se distribuyen de forma distinta en diferentes grupos económicos, sociales y culturales y que, dentro de esos grupos, hay diferentes características personales que influirán en cómo podrán convertir esas herramientas digitales en beneficios tangibles en la vida diaria.

8. El contexto meso-social de la desigualdad en una sociedad digital

El futuro de la investigación es entender mejor ese contexto de la vida diaria y cómo influye la inclusión social a través de del *alfabetismo digital*. La verdad es que la mayoría de las intervenciones tienen un enfoque individual aún cuando la responsabilidad de *hacer algo* se decida en el nivel del Estado o del mercado, o mismo del individuo. Las intervenciones tratan al individuo como una persona aislada de procesos culturales y sociales; crean acceso para individuos, hacen cursos que entrenen a individuos en competencias mediáticas, hacen campañas para informar a individuos sobre las ventajas de estar en la red, diseñan contenidos como si fueran individuos que usan solos, sin que nadie en su familia o grupo de amigos influyera en su uso. De los estudios de competencia y alfabetismo mediático tradicional sabemos que esto es un error. El uso y la percepción de los medios son sociales, parte de formar comunidades y una visión del mundo. El entorno social y cultural influye en como construimos nuestro uso y en la importancia de los medios, y no es distinto en los medios digitales. Entonces lo que falta en los modelos más comunes que teorizan las causas y consecuencias de las desigualdades del *alfabetismo mediático* en un mundo digital es una forma sistemática de incluir el contexto social, y la comparación y evaluación de ese alfabetismo en el individuo. El próximo paso es teorizar las desigualdades en los usuarios proxí o sobre la relatividad de la exclusión. No hay espacio aquí para discutir los detalles, basta destacar que muchas veces confiamos en otros para hacer cosas a través de las TIC y estamos haciendo cosas para otras personas (Helsper & Godoy, 2011; Helsper & Van

Deursen, en prensa). Además, el acceso, las competencias y las percepciones de otros en nuestro alrededor influyen como vemos en nuestra propia situación. Si nadie que signifique algo para nosotros usa o percibe como relevante e importante las TIC para obtener beneficios en la vida diaria, no evaluamos nuestra situación de estar desconectados como un problema. Este aspecto relativo de la exclusión ha sido una parte integrante de las teorías de la exclusión social tradicional, pero que no se ha integrado en nuestras teorías sobre *el alfabetismo mediático* en una sociedad digital.

9. Conclusión

Si integramos las ideas presentadas en este artículo en el modelo de los campos correspondientes se observa que los recursos de los campos sociales se relacionen no solamente a recursos objetivos que tenemos, también a recursos subjetivos o relativos. Y que tanto los recursos objetivos como subjetivos determinan nuestro alfabetismo mediático y nuestras oportunidades de cambiar una situación que nos podría poner en desventaja en lograr obtener los beneficios tangibles que las TIC pueden ofrecer.

Entonces el futuro en la teoría, medición e intervención es adaptar modelos acerca de cómo la competencia mediática amplifica y contrarresta la desigualdad social, que incluyen factores a nivel macro (Estado, mercado y tercer sector) y micro (motivaciones, intereses), pero también meso. O sea, es en la vida y en las interacciones diarias con amigos, familiares y colegas donde construimos nuestras ideas del mundo y de cómo actuar en él. En una sociedad digital, las percepciones de nuestras competencias, motivaciones y usos o beneficios que podamos obtener de las TIC se conciben y producen de la misma manera.

Nadie dijo que la investigación y las intervenciones para prevenir que la digitalización amplifique las desigualdades sociales serían fáciles de poner en práctica. Pero contra más descubrimos, más nos damos cuenta sobre lo que nos falta aún para entender y para poder asegurar que los beneficios del uso de las TIC sean efectivamente posibles para todos.

Bibliografía

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. En J. C. Richards (Ed.), *Handbook of theory and research for sociology of education* (pp. 241-258). New York: Greenwood Press.

Buckingham, D. (2004). *The Media Literacy of Children and Young People: A review of the research literature on behalf of Ofcom*. London: London Knowledge Lab.

Helsper, E.J. (January, 2015). *It's all relative: Considering the social context of digital exclusion*. Newcastle: MECCSA Annual Conference.

Helsper, E.J. (2012). A corresponding fields model of digital inclusion. *Communication Theory*, 22(4), 403-426.

- Helsper, E.J. & Eynon, R. (2013). Pathways to digital literacy and engagement. *European Journal of Communication*, 28(6), 696-713.
- Helsper, E.J. & Godoy-Etcheverry, S. (2011). The Long Tail of Digital Exclusion: A Comparison Between the United Kingdom and Chile. En B. Van Ark, R. Weis & K. Schinasi (Eds) *The Linked World: How ICT is Transforming Societies, Cultures, and Economies*. New York, NY: The Conference Board. <http://ictlinkedworld.com/>
- Helsper, E.J. & Van Deursen, A.J.A.M. (2015, en prensa) Do the rich get digitally richer? Quantity and Quality of support networks for digital engagement. *Communication Research*.
- Helsper, E.J. Van Deursen, A.J.A.M. & Eynon, R.E. (2015). *Tangible Outcomes of Internet Use. From tangible outcomes to digital skills project report*. Available at www.oii.ox.ac.uk/research/projects/?id=112
- Helsper, E.J. & Reisdorf, B. (2013). A quantitative examination of explanations for reasons of internet non-use. *Cyberpsychology, Behavior and Social networking*, 16(2), 94-99.
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies, *Communication Review*, 1 (7), 3-14.
- Livingstone, S. and Helsper, E.J. (2007). Gradations in digital inclusion: Children, young people and the digital divide. *New Media & Society*, 9(4), 671-696.
- Piketty, T. (2015). *Capital in the twenty first century*. Harvard: Belknap Press.
- Reisdorf, B. (2015, en prensa). Internet non-use types and motivational access. *New Media and Society*.
- Van Deursen, A.J.A.M., Helsper, E.J. & Eynon, R.E. (2014). *Measuring Digital Skills. From tangible outcomes to digital skills project report*. Available at www.oii.ox.ac.uk/research/projects/?id=112,
- Van Dijk, J. A. G. M. (2005). *The deepening divide: Inequality in the Information Society*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Van Dijk, J.A.G.M. & Van Deursen, A.J.A.M. & (2014). *Digital Skills: Unlocking the Information Society*. Palgrave McMillan