

**¿Comunicación posmasiva?  
Revisando los entramados comunicacionales  
y los paradigmas teóricos para comprenderlos**

**Maricela Portillo Sánchez  
Inés Cornejo Portugal**  
Coordinadoras

3

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

## **Apropiación: una aproximación conceptual**

**Delia Crovi Druetta**

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-UNAM  
crovidelia@gmail.com

Debido a la facilidad de comprender el significado de la palabra apropiación en lo cotidiano (apropiarse de algo, tomar para sí una cosa adueñándose de ella, o cada cosa que le es propia a un sujeto), se la usa con frecuencia en estudios y reflexiones sobre tecnologías digitales de información, sin definirla con precisión o establecer sus alcances. Esto ha dado lugar a una suerte de interpretación polisémica, no exenta de contradicciones, de una categoría fundamental para entender las prácticas culturales de los individuos que han incorporado a sus actividades las innovaciones tecnológicas.

La apropiación de estos recursos digitales se refleja en la capacidad de los individuos, en especial de los más jóvenes, para adueñárselos e incorporarlos, cada quien a su medida, en la vida cotidiana. Cuando alguien se adueña de un objeto técnico, en este caso digital, manifiesta interés por él y también voluntad por hacerlo propio. Se trata así de una pertenencia, voluntaria y manifiesta, que vendrá luego a modificar al propio sujeto que ejerce primero la acción de adueñarse del recurso, o dicho en otros términos, supone un cambio en las prácticas culturales. Pero, como advierte Silverstone, no es un proceso generalizado, sino que presenta diferencias según los individuos:

Son muchas las personas que no disponen ni de los recursos materiales ni de los recursos simbólicos para hacer otra cosa que aceptar pasivamente las pretensiones de sentido que ya vienen incorporadas en las tecnologías o en los textos mediatizados. E incluso quienes parecen tener una gran capacidad de resistencia o de transforma-

ción —salvo en el caso extremo del completo rechazo—, es improbable que no se instalen algunos aspectos de los sentidos incorporados pública o sistemáticamente (1994: 214).

La importancia de deslindar teóricamente el concepto apropiación y de identificar este proceso en las prácticas sociales, nos lleva a preguntarnos en dónde nos encontramos en esta materia. Responder a este cuestionamiento ha sido una meta temprana entre los especialistas en tecnologías digitales, ya que, en buena medida, de ello depende la construcción de un nuevo tipo de sociedad marcada por el uso intensivo de la información y el conocimiento.

El punto de arranque de estas reflexiones es revisar las aportaciones de algunos autores que han identificado procesos mediante los cuales, una vez inventado un objeto tecnológico, se anuncia socialmente para que la comunidad lo conozca y adopte. Referiremos así interpretaciones de procesos de comunicación empleados para que el objeto técnico llegue a la sociedad, origine interacciones entre el nuevo recurso y sus usuarios, produzca significados y oriente su uso. El resultado es una importante transformación cultural originada en la apropiación, individual o colectiva, de las innovaciones digitales, proceso al cual buscaremos caracterizar en el contexto actual.

### Socialización de las innovaciones tecnológicas

Desde finales de la década de 1980, Patrice Flichy estudió el proceso de socialización de las tecnologías, concluyendo que existían tres momentos: juego, exploración y apropiación. En el primero, el nuevo usuario juega y encuentra en esta actividad una forma de superar el desafío de enfrentarse a una innovación técnica que puede percibir como compleja. El segundo momento conduce a dominar la tecnología, lo que lleva al usuario a explorar, experimentar y reconocer las capacidades que posee el nuevo artefacto. Puede dimensionar aquellas actividades en las cuales la innovación le será personalmente útil. El último momento es más perdurable y produce una incorporación de la tecnología a las actividades productivas y relacionales del individuo, permitiéndole incluso crear nuevos espacios de expresión o rutas para estudiar, trabajar y relacionarse (Flichy, 1991). Para Flichy, este proceso que puede parecer lineal o simple, experimenta la intervención intencionada e interesada de las empresas que las impulsan, las cuales no sólo despliegan estrategias de mercado para orientar el uso de una

innovación, sino que toman la decisión de impulsarlas o no basándose en criterios de ganancia económica y no de beneficio social.

En un trabajo reciente acerca de la incursión de las tecnologías de información y comunicación en la vida social de los ciudadanos, Ignacio Siles (2005) identifica tres abordajes teóricos: la difusión de innovaciones, la teoría del actor-red (en inglés, *actor-network-theory*, ATN), y la perspectiva de la apropiación social.

Fue Everett Rogers quien en la década de 1960 planteó el modelo de difusión de innovaciones, de gran importancia en los programas de los países dependientes durante el período conocido como “desarrollismo”. Rogers sostiene que toda innovación tecnológica implica un cambio social, de allí que sus postulados fueran de gran impacto para el campo de conocimiento de la comunicación y, en específico, para la difusión de innovaciones (tecnológicas o no). Su modelo articula cuatro elementos: la innovación, los canales de comunicación, el tiempo y el sistema social concreto donde tiene lugar el proceso de difusión. La aplicación de este modelo implica identificar y conocer el contexto social en el cual vive quien adoptará las innovaciones, el cual se divide en cinco fases: información (transmisión de datos técnicos y de funcionamiento), persuasión (sobre la importancia de su uso), decisión (adquisición del objeto asumiendo su costo), aplicación (comprensión por parte del usuario sobre cómo funciona el objeto) y confirmación (incorporación del objeto a la vida cotidiana donde despliega su utilidad). Esta última etapa puede asimilarse al concepto de apropiación.

En *¿Qué es comunicación rural? Necesidad y reto en América Latina*, Juan Díaz Bordenave explica:

En el modelo difusionista, el objetivo fundamental es acortar el tiempo que generalmente existe entre el lanzamiento de una innovación por los centros de investigación y su adopción generalizada por parte de los agricultores. El ideal es que la mayoría de ellos desarrollen las cualidades de innovación e inclinación hacia el riesgo, racionalidad técnica y económica, que caracteriza a los agricultores “innovadores”, de modo tal que sea cada día más fácil y rápida la introducción de nuevas prácticas y productos en la agricultura en proceso de modernización (1987: 36).

Dos décadas después de la propuesta de Rogers, Bruno Latour y Michel Callon plantearon en Francia la teoría del ATN, en la cual sos-

tienen que para comprender los intercambios en ambientes sociales es necesario tomar muy en cuenta las mediaciones tecnológicas. Esto lleva a que tanto sujeto como innovación tecnológica estén en un mismo nivel de análisis. Al respecto, Siles aclara:

La teoría del actor-red considera todo colectivo como una red compuesta de actores humanos y no-humanos que asumen identidades a partir de una multiplicidad de negociaciones y estrategias de interacción dominantes. El objetivo de investigación de esta perspectiva es dilucidar la forma por medio de la cual los diferentes actores llegan al consenso por su participación en una red de negociaciones (de ahí el nombre de la teoría actor-red) (2005: 5).

Esta teoría enfatiza la importancia de lo tecnológico para explicar el mundo y se inscribe en los parámetros del construccionismo social, con énfasis en las redes que dan lugar a la producción del conocimiento. La ATN considera que en las redes intervienen actantes de diversa índole, lo cual ratifica la tesis central de sus autores: este proceso no se puede realizar en solitario sino mediante la concurrencia de diferentes factores y actores. La teoría del actor red no distingue entre actores humanos y no humanos, fijando su atención en la participación que tienen tanto los recursos materiales (equipo, dinero, infraestructura) como los simbólicos (poder, publicidad, comunicación).

De la apropiación social, Siles precisa que tiene lugar en la manera en que los individuos, mediante el uso de la tecnología, la personalizan y hacen propia.

Los abordajes teóricos, para acercarse a la incursión cultural de las tecnologías de información y comunicación en la vida social retomados por Siles, presentan alternativas para explicar un problema multifactorial al cual cada propuesta contribuye desde su punto de vista. La difusión de innovaciones involucra un proceso que en general viene de afuera, y se propone sensibilizar a los sujetos de un determinado entorno social sobre las bondades de ciertas innovaciones. Fue este "venir desde afuera" lo que llevó al modelo de Rogers a un uso considerado, por lo menos, pernicioso. A riesgo que fundir el modelo teórico (basado en el flujo en dos etapas de la comunicación mediada por líderes) con su contenido, esta propuesta se aplicó en los países subdesarrollados con el fin de colocarlos en su antípoda: el desarrollo. Décadas después podemos todavía cuestionar esa noción de desarrollo, basada sólo en indicadores económicos.

En la actualidad, el acortamiento del tiempo entre el lanzamiento de una innovación digital y su adopción generalizada no depende sólo de programas de difusión concebidos dentro de los parámetros del flujo en dos etapas, sino de medios diferentes. Entre ellos destacan la publicidad, la emergencia de actividades sociales vinculadas directamente al uso de recursos digitales (trabajo, estudio, relaciones sociales, entretenimiento, acceso a la información y el conocimiento tanto intuitivo como científico), y los programas gubernamentales tendientes a acordar la llamada brecha digital, que buscan la meta de acceso universal identificada con democracia, igualdad y pluralidad. Si bien es cierto que es necesario conocer las bondades de los nuevos productos digitales para aceptar su uso, también es innegable que en ciertos ámbitos (sobre todo urbanos y entre grupos juveniles) existe una fuerte presión social para usarlos.

En la actualidad, la teoría del actor red explica el complejo proceso que se da en una red de actores humanos, materiales y simbólicos, que no sólo acercan los nuevos productos digitales a los usuarios, sino que los legitiman. Tal proceso se lleva a cabo desde dentro; implica un involucramiento de los usuarios en la medida en que pueden intervenir en el proceso de construcción de la tecnología y de su aceptación social. Hay generación de conocimiento y también participación en la integración social de la innovación. Pero ambos caminos, tanto en su planteamiento teórico como en su concreción, llegan a un proceso ulterior que representa un auténtico cambio cultural: la apropiación.

Al analizar el "giro digital", Fernando Contreras (2010) afirma que éste conlleva una nueva forma de interpretar el mundo circundante, debido a que este giro elimina la diferencia entre el acontecimiento, el fenómeno y la cosa, al tiempo que se expone a sí mismo como inmediatez, presentando una información que no es neutra sino intencionada debido a que encierra un juicio. Afirma que la presentación de imágenes se da del mismo modo; aunque son fragmentos seleccionados de la realidad, se muestran y perciben como hechos globales. En cuanto a la participación del usuario, tan común hoy en las redes sociales, Contreras advierte que aunque se le permite emitir juicios, éstos se basan en anteriores, lo cual implica un engaño estructural que disimula esa dependencia, al tiempo que hace que los ciudadanos crean en su libre y original capacidad de expresión.

Para este autor existen varios modelos orientados a una finalidad concreta, que explican la implementación de las tecnologías.

- a) El modelo del finalismo tecnológico explica que los nuevos objetos tecnológicos aparecen espontáneamente y nunca cubren vacíos de la demanda social. No existen etapas con desfase entre una tecnología y otra. Según esto, el teléfono móvil respondería a una demanda creciente de "comunicaciones" profesionales en todo tiempo y en todo lugar.
- b) El modelo de efecto (Jouët, 1993) afirma que la aparición de los objetos técnicos no es un fenómeno neutro, ya que cuando son integrados en la cultura introducen una racionalidad práctica. Los problemas humanos se convierten en problemas técnicos que se resuelven con soluciones técnicas.
- c) El modelo difusionista (Roger, 1963) expone que la innovación tecnológica es implantada en la comunidad tras informar a sus miembros. Su éxito dependerá en todo momento de las expectativas y valores del sistema social. Además, la conducta de los miembros del sistema social también es asumida por categorías: los innovadores, los adoptadores precoces, la mayoría precoz, la mayoría tardía y los rezagados.
- d) El modelo de traducción (Callon y Latour, 1985) afirma que los modelos anteriores no obedecen al orden real. Para que una innovación tecnológica se implemente en la comunidad, se requiere una red en la que los innovadores informan a sus interlocutores sobre las aportaciones de las nuevas técnicas. Patrice Flichy es todavía más crítico y basa el éxito de la tecnología en las estrategias de mercado y las decepciones financieras e industriales para entender los movimientos de la innovación (2010: 166 y 167).

En cada uno de estos modelos vemos que los procesos comunicativos (incluido el *marketing*) cumplen una función primordial en la socialización de los nuevos aparatos técnicos. Al mismo tiempo, estos procesos alimentan expectativas e incentivan el desarrollo de otras innovaciones tecnológicas para cubrir las nuevas demandas de los usuarios. La comunicación sirve para informar y articular, y cumple con la función de acercar al sujeto con el objeto material y simbólico representado en cada innovación técnica (Silverstone, 1994).

En este contexto, vale la pena recordar la propuesta de Alfred Schutz planteada hace cuatro décadas (1973), quien al analizar la distribución social del conocimiento expone en otros términos el mismo

problema: de acuerdo a sus intereses, una persona puede mover sus significaciones entre un mundo inmediato a su alcance, una zona significativamente secundaria, una relativamente no significativa y otras zonas absolutamente no significativas. Estos espacios de significación vinculan a los ciudadanos con el conocimiento y dependen de cada sujeto. A las reflexiones de Schutz hay que agregar ahora el innegable poder de la comunicación, en especial el *marketing* de las innovaciones tecnológicas, que puede movilizar las zonas de significación creando necesidades impuestas, ficticias o superfluas.

Desde nuestro punto de vista, una vez difundida la innovación es importante diferenciar tres aspectos: el acceso, el uso y la apropiación. El acceso está vinculado con la disponibilidad de recursos para todos los usuarios, es decir, les permite una infraestructura de entrada o el paso de manera igualitaria y democrática a las innovaciones tecnológicas. El uso adquiere una dimensión más personal caracterizada por factores tales como las habilidades tecnológicas y el capital cultural de cada individuo o comunidad. Debe entenderse como un ejercicio o práctica general, continua y habitual, que en el caso de las tecnologías digitales se vincula a su empleo cotidiano y a la utilidad y el beneficio que proporcionan; es decir, cómo son aprovechados esos recursos para obtener el máximo rendimiento al realizar ciertas actividades (Croví, 2007b). La apropiación, como será explicada, comporta una transformación cultural del individuo y su entorno. Hasta ahora los estudios realizados sobre estas tres actividades se han enfocado más al acceso ligado a una idea democratizadora según la cual los gobiernos deben proveer infraestructura al alcance de todos. No obstante, este ideal está lejos de cumplirse, aun en países desarrollados, porque depende de las prácticas de uso y, sobre todo de los procesos de apropiación.

### **Apropiación de lo digital en los nuevos entramados comunicacionales**

La categoría apropiación parte de las aportaciones de Alexei Leontiev y Lev Vygotsky, quienes trabajaron los procesos educativos desde la perspectiva de la psicología, profundizando en conceptos referidos a la memoria, la atención y el desarrollo del ser humano. A Leontiev se le deben dos aportaciones: la teoría de la actividad, que plantea que en la actividad se crea sentido y en ella se integran los aspectos prácticos, emocionales, relacionales y cognitivos de la conducta voluntaria; y el concepto de apropiación, con el cual reemplaza la idea piagetiana de

asimilación referida a una metáfora biológica. Leontiev ubica a la apropiación en el ámbito socio-histórico y se refiere a herramientas culturales. Estos aportes nos permiten considerar que la apropiación de las innovaciones digitales se concreta en un ámbito socio-histórico específico, en el cual el individuo no sólo tiene acceso a ellas sino que cuenta con habilidades para usarlas. Estas innovaciones llegan a ser tan importantes para sus actividades cotidianas (productivas, de ocio, relacionales) que pasan a formar parte de sus prácticas sociales (Crovi, 2007a).

Para Rogoff (1993, en Crovi 2007b), la apropiación es participativa porque el individuo se apropia de los procesos sociales en los que participa de un modo activo. Considera que la apropiación tiene lugar a través de la participación guiada en diversos escenarios socioculturales. Enfatiza la dimensión temporal de este proceso, ya que los cambios de un individuo en el proceso de apropiación participativa se basan en transformaciones previas y sientan las bases de cambios futuros. En términos generales, los procesos de apropiación implican el dominio de un objeto cultural, pero involucran también el reconocimiento de la actividad que condensa ese instrumento y con ella los sistemas de motivaciones, el sentido cultural del conjunto. En otros términos, al apropiarnos de un objeto cultural nos apropiamos también del régimen de prácticas específico que conlleva su uso culturalmente organizado. De allí que en los procesos de apropiación resulte crucial la apropiación de la naturaleza y el sentido de la actividad que encarna el objeto. Así, la apropiación estudia las formas por medio de las cuales los usuarios hacen suya la tecnología y la incorporan creativamente al conjunto de sus actividades cotidianas.

María Isabel Neüman (2008) apunta que para que se dé realmente la apropiación social, la condición es que el contacto con lo apropiable produzca un cambio; no sobre lo apropiable sino sobre las prácticas sociales asociadas con lo apropiable. Y agrega un paso que quienes se apropian deben poder regular el resultado del cambio en las prácticas sociales. Explica que Federico Hegel la consideraba como un don que el espíritu humano le otorga a las cosas, es decir, una capacidad superior del ser humano que se hace evidente al apropiarse de los objetos.

Así, es posible afirmar que la apropiación es el último eslabón del proceso de difusión de innovaciones, de la teoría del actor red y de los demás modelos aplicados para implementar socialmente las innovaciones tecnológicas. Un cambio individual, pero con hondas repercusiones sociales que marcan el espíritu de un tiempo. El actual es el

tiempo de la digitalización y, más allá de las diferencias y las innegables brechas existentes, está presente el paradigma (no alcanzado) de construir una sociedad de la información y el conocimiento. En tal contexto, apropiarse de las innovaciones tecnológicas, entendiendo por ello un auténtico cambio cultural que transforma las prácticas sociales cotidianas, se convierte en una exigencia que pocos están dispuestos a ignorar, si es que tienen los medios para hacerlo.

Los caminos teóricos para acercarnos a lo digital apuntados por Flichy, Siles o Contreras, entre otros, tienen grandes diferencias y un punto en común: otorgan importancia fundamental a las condiciones específicas en que tendrá lugar la incursión tecnológica. Esta inflexión sobre lo social-concreto obliga a ser creativos, evitando réplicas de otras exitosas experiencias o reiteraciones sin contexto histórico-social. La incorporación de las tecnologías digitales a la vida de los ciudadanos debe enmarcarse en procesos de apropiación cultural que se producen en su entorno concreto. Sin estos elementos es difícil, o imposible, hablar de una construcción social del saber que dé lugar a una sociedad del conocimiento, entendida como la capacidad de todos de participar en la creación de ese conocimiento y no como el aprovechamiento económico del mismo para un supuesto desarrollo que evita considerar factores humanos esenciales. La apropiación encierra, entonces, la posibilidad del ser humano de transformar su entorno, lo que puede hacer tanto de manera individual como colectiva.<sup>1</sup>

En todos los casos, el proceso de apropiación está inserto en la dinámica de construcción identitaria, ya que modifica al sujeto que la experimenta y, por lo tanto, transforma también su relación con los demás y su entorno. Si entendemos que la identidad es resultado de un proceso dinámico y relacional, en la medida en que nos apropiamos de nuevos recursos tecnológicos digitales para comunicarnos, trabajar, estudiar y relacionarnos, estamos transformando tanto nuestras prácticas como la de los demás. En tal sentido, el digital no puede ser considerado un cambio tecnológico más, sino que a través de su apropiación existe la posibilidad plena de transformación de los individuos y de su entorno social. Por lo tanto, además de razones materiales (disponibilidad, acceso, recursos económicos o educativos), existen otras causas para promover o rechazar las innovaciones digitales: la identidad de cada sujeto.

<sup>1</sup> Carlos Marx llamó la atención sobre el carácter colectivo que puede tener el concepto de apropiación, cuando se refiere a acciones donde el objeto apropiado está al servicio de la comunidad.

## A manera de cierre

El informe mundial "Midiendo a la sociedad de la información"<sup>2</sup> coloca a México en el lugar 77 (Meneses, 2010). El estudio concluye que en el país existe un déficit en la infraestructura de banda ancha,<sup>3</sup> que aunque ha crecido, sigue siendo cara e insuficiente. Existe también un déficit en el acceso a las innovaciones digitales,<sup>4</sup> pero además hay deficiencias en materia de habilidades informáticas, o lo que la UNESCO denominó brecha cognitiva. Los rezagos educativos se colocan en el centro de los procesos de apropiación ya que, superando las limitaciones en el acceso, los ciudadanos deben aún remontar la brecha cognitiva para evitar lo que Silverstone señala como una aceptación pasiva del sentido incorporado tanto a las tecnologías como a sus contenidos.

Ante la pregunta sobre el lugar que ocupa la apropiación en los nuevos entramados comunicacionales, es importante reconocer que, aunque muchos de los estudios realizados hasta ahora se enfocan a una suerte de numeralia no siempre coincidente entre las fuentes que la generan, esto no basta para reportar el estado de la cuestión en materia de innovaciones digitales. Las cifras —muy esclarecedoras para valorar los avances en el acceso y en las metas nacionales de lograr el acceso universal a esas tecnologías— no nos dicen cómo las usan los ciudadanos y menos cómo repercuten en sus vidas cotidianas los procesos de apropiación de la telefonía celular, los videojuegos y el Internet, por mencionar algunos de los recursos tecnológicos y comunicativos más destacados. Su dimensión simbólica permanece oculta, revelándose parcialmente en las mediciones estadísticas o los estudios de mercado, así como en un número aún insuficiente de investigaciones académicas.

Otro enfoque que abona a la urgencia de responder a este interrogante es identificar la ingente necesidad de repensar la brecha digital, considerada hasta ahora como un reto y no un problema estructural para los países periféricos, producto de históricas desigualdades. Con

la llegada de la digitalización y sus recursos se ratificaron las diferencias existentes en materia de educación, ingreso y oportunidades sociales para el campo y la ciudad, entre otros aspectos. Bajo el influjo de las tendencias internacionales y globalizadoras, las naciones menos desarrolladas se enmarcaron en la apuesta de sus gobiernos para superar una brecha que se imagina sólo en lo digital, pero que, como corroboramos día con día, es el reflejo de añejas desigualdades provenientes de otros ámbitos sociales que se reflejan en una apropiación desigual de los nuevos recursos digitales, por lo tanto en una transformación cultural disímil.

A partir de las reflexiones presentadas, creemos necesario valorar los procesos de apropiación, socialmente situados y concebidos en términos de Alexei Leontiev y Lev Vygotsky:

- un proceso cultural participativo;
- que ocurre en un contexto socio-histórico determinado;
- que posee una dimensión temporal, o sea, que es transversal debido a que es producto de cambios anteriores y propicia nuevas transformaciones;
- y que modifica las prácticas culturales cotidianas.

También es necesario agregar dos dimensiones que Serge Proulx menciona entre las cuatro condiciones necesarias para la apropiación social de una tecnología:

- a) El dominio técnico y cognitivo del artefacto;
- b) la integración significativa del objeto técnico en la práctica cotidiana del usuario;
- c) el uso repetido de esta tecnología que abre hacia posibilidades de creación (acciones que generan novedad en la práctica social);
- d) finalmente, a un nivel propiamente más colectivo, la apropiación social supone que los usuarios estén adecuadamente representados en el establecimiento de políticas públicas y al mismo tiempo sean tenidos en cuenta en los procesos de innovación (producción industrial y distribución comercial) (Proulx citado por Cardon, Domini-que, 2006: s/p).

La tercera condición se refleja en el fuerte impulso alcanzado por las redes sociales, donde se manifiesta, más que una tendencia tecnológica, una dimensión relacional generadora de novedosas prácticas sociales y culturales. La posibilidad de los usuarios para expresarse y

<sup>2</sup> Valora el desempeño de 159 naciones en materia de infraestructura, uso de tecnologías e impacto en el desarrollo económico y social, dado a conocer en Ginebra, Suiza, en el foro 2010 de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT).

<sup>3</sup> Telmex alcanza, con 70% de participación en los últimos cuatro años, una penetración de 5.16 por cada 100 habitantes, uno de los porcentajes más bajos de los países de la OCDE.

<sup>4</sup> Tres cuartas partes de los mexicanos no tienen acceso a Internet por falta de recursos, y entre los que sí lo tienen, sólo 7% accede al servicio de internet de alta velocidad. Se afirma que 70 o 100 millones de mexicanos, según la fuente, tienen acceso a telefonía celular, pero un alto porcentaje usa servicios de prepaga, lo que limita las principales posibilidades de la telefonía móvil como recurso convergente.

la capacidad de gestionar una inmensa cantidad de contenidos de toda índole,<sup>5</sup> es una prueba evidente de la doble dimensión de las innovaciones (técnica y cultural) puesta al servicio de la creatividad. Los usuarios, que como sabemos hoy sólo representan algunos sectores de la sociedad, transitan caminos que pueden parecer vacuos, como otros que mueven a la participación, al diálogo y a la colaboración. Y ahí llegamos a la última condición propuesta por Proulx, tal vez la más difícil de alcanzar en sociedades con procesos democráticos que en el mejor de los casos están aún en construcción. La representación de la creatividad generada por los usuarios y su capacidad para gestionar contenidos en las redes es aún materia pendiente para las políticas públicas y los procesos de innovación, que dirigen su mirada sólo hacia el establecimiento de un mercado sólido en materia de tecnologías digitales, desatendiendo las necesidades sociales.

En el campo de las innovaciones digitales, la apropiación no es sólo hacer propio un objeto tecnológico, sino ser partícipe del cambio social y cultural.

## Bibliografía

- Amipci (2010) Estudio Amipci 2009. Sobre hábitos de los usuarios en Internet en México. México: Asociación Mexicana de Internet. Disponible en Internet desde: <http://www.amipci.org.mx/>
- Cardon, Dominique (2006) *La innovación por el uso en Palabras en Juego: Enfoques multiculturales sobre las sociedades de la información*. Alain Ambrosi, Valérie Peugeot y Daniel Pimienta Compiladores. París: C & F Ediciones. Disponible en Internet desde: [http://www.vecam.org/article.php?id\\_article=590&nemo=edm](http://www.vecam.org/article.php?id_article=590&nemo=edm)
- Contreras, Fernando (2010) La fractura de la innovación en la igualdad de género. Universidad de Sevilla. Observatorio (OBS\*) Journal, vol.4, núm. 1, pp.161-183. Disponible en Internet desde: <http://www.obs.obercom.pt/index.php/obs/article/viewFile/327/345>
- Crovi Druetta, Delia (2007a). "Retos de las universidades en la sociedad de la información y el conocimiento", en Roxana Cabello y Diego Levis (eds.). *Medios informáticos en la educación a comienzos del siglo XXI*. Buenos Aires: Prometeo.
- (2007b). "Acceso, uso y apropiación de las TIC en la comunidad académica de la UNAM". Ponencia presentada en el IV Encuentro Nacional y II La-

<sup>5</sup> En marzo de 2010 existían 200 millones de blogs y en YouTube se subieron alrededor de 24 horas de video por minuto (Contreras, 2010).

tinoamericano La Universidad como objeto de investigación. Argentina: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.

- Díaz Bordenave, Juan E. (1987). *¿Qué es comunicación rural? Necesidad y reto en América Latina*. Carrasquilla Editores, México.
- Flichy, Patrice (1991). *Una historia de la comunicación moderna -Espacio público y vida privada*. Barcelona: Gili Mass Media.
- Meneses Rocha, María E. 2010. "Sociedad de la información", en *El Universal*, 21 de mayo, México.
- Neüman, María Isabel (2008). *La apropiación tecnológica como práctica de resistencia y negociación en la globalización*. Disponible en Internet desde: [http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Tecnologia/ponencias/GT18\\_14%20Neuman.pdf](http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Tecnologia/ponencias/GT18_14%20Neuman.pdf)
- Schutz, Alfred (1973). *Estudios sobre teoría social*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Siles González, Ignacio (2005). "Sobre el uso de las tecnologías en la sociedad tres perspectivas teóricas para el estudio de las tecnologías de la comunicación", en *Reflexiones* 83-2, pp. 73-82.
- Silverstone, Roger (1994). *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Silverstone, R. e Hirsch, E. (eds.) (1996). *Los efectos de la nueva comunicación*. Barcelona: Bosch.