

Cartografía de consumo de medios en Ecuador: de las mediaciones e hipermediaciones a una sociedad ultramediada*

Marco López-Paredes¹
Andrea Carrillo-Andrade²

Recibido: 12/08/2023
Aceptado por pares: 05/01/2024

Enviado a pares: 27/10/2023
Aprobado: 09/01/2024

DOI: 10.5294/pacla.2024.27.1.2


Para citar este artículo / to reference this article / para citar este artigo

López-Paredes, M. y Carrillo-Andrade, A. (2024). Cartografía de consumo de medios en Ecuador: de las mediaciones e hipermediaciones a una sociedad ultramediada. *Palabra Clave*, 27(1), e2712. <https://doi.org/10.5294/pacla.2024.27.1.2>

Resumen

El fenómeno de las ultramediaciones surge de la evolución de la ecología de medios, la convergencia y la hipermediación, en función de la tecnología y del ser humano, visto como artífice de su desarrollo. Así como pasa en la teoría económica, en las ultramediaciones las redes generan patrones de comportamiento y las interacciones influyen en los resultados de coordinación y cooperación. Entonces, una diversidad de acciones es sostenible con ciertas estructuras de red, pero no con otras; por lo tanto, las personas funcionan como nodos de acuerdo con diferencias en sus conexiones y su historia dependerá de la red a la que pertenezcan. Esta investigación

* Artículo desarrollado dentro del proyecto “Generaciones de la digitalidad en el Ecuador: estudio multidimensional sobre ecología mediática”, financiado por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Registro de financiamiento PEP QINV0353-IINV522010100.

1  <https://orcid.org/0000-0001-7853-5564>. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador. mvlopez@puce.edu.ec

2 <https://orcid.org/0000-0002-0779-6991>. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador. acarrillo745@puce.edu.ec

aborda las bases de las ultramediaciones y analiza cómo se integra Ecuador a este fenómeno a través de la exploración de variables recopiladas en la Encuesta de Propósitos Múltiples 2019 y la Encuesta de Empleo 2022 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Se concluye que en Ecuador la pandemia redujo la brecha en el uso de las redes sociales, lo cual puede interpretarse como una mejor asimilación y participación de las conexiones entre nodos y usuarios en las ultramediaciones; sin embargo, la penetración de internet sigue siendo el primer obstáculo para crear un desarrollo más igualitario.

Palabras clave

Convergencia; ecología mediática; hipermediación; internet; medios; ultramediación.

Cartography of Media Consumption in Ecuador: From Mediations and Hyper-mediations to an Ultra-mediated Society*

Abstract

The phenomenon of ultra-mediations is made up of the evolution of media ecology, convergence, and hyper-mediation, all constituted based on technology and the human being as the architect of its development. Just as in economic theory, in ultra-mediations, networks generate behavioral patterns and interactions influence the results of coordination and cooperation. So, a diversity of actions is sustainable with certain network structures, but not with others; Therefore, people function as nodes due to differences in their connections and their history will depend on the network to which they belong. This research addresses the bases of ultra-mediations and, subsequently, analyzes how Ecuador integrates into this phenomenon through the exploration of variables collected in the 2019 Multiple Purpose Survey and the 2022 Employment Survey of the National Institute of Statistics and Censuses (INEC). It is concluded that, in Ecuador, the pandemic reduced the gap in the use of social networks; which can be interpreted as a better assimilation and participation of connections between nodes and users in ultra-mediations; However, Internet penetration remains the first obstacle to creating more egalitarian development.

Keywords

Convergence; media ecology; hyper-mediation; internet; media; ultra-mediation.

* This paper was derived from the project "Generaciones de la digitalidad en el Ecuador: estudio multidimensional sobre ecología mediática" financed by the Universidad Católica del Ecuador. PEP grant number QINV0353-IINV522010100.

Cartografia do consumo midiático no Equador: de mediações e hipermediações para uma sociedade ultramediada*

Resumo

O fenômeno das ultramediações é constituído pela evolução da ecologia midiática, pela convergência e pela hipermediação, em função da tecnologia e do ser humano, visto como arquiteto do seu desenvolvimento. Assim como na teoria econômica, nas ultramediações, as redes geram padrões comportamentais e as interações influenciam os resultados da coordenação e da cooperação. Assim, uma diversidade de ações é sustentável com determinadas estruturas de rede, mas não com outras; portanto, as pessoas funcionam como nós de acordo com as diferenças em suas conexões, e sua história dependerá da rede a que pertencem. Nesta pesquisa, são abordadas as bases das ultramediações e, posteriormente, analisado como o Equador se integra a esse fenômeno por meio da exploração de variáveis coletadas na Pesquisa de Propósitos Múltiplos 2019 e na Pesquisa de Emprego 2022 do Instituto Nacional de Estatística e Censos (INEC). Conclui-se que, no Equador, a pandemia reduziu a lacuna no uso das redes sociais; o que pode ser interpretado como uma melhor assimilação e participação das conexões entre nós e usuários nas ultramediações; contudo, o acesso à internet continua a ser o primeiro obstáculo à criação de um desenvolvimento mais igualitário.

Palavras-chave

Convergência; ecologia midiática; hipermediação; internet; mídia; ultramediação.

* Artigo desenvolvido no âmbito do projeto "Generaciones de la digitalidad en el Ecuador: estudio multidimensional sobre ecología mediática" ("Gerações da digitalidade no Equador: estudo multidimensional sobre ecologia midiática"), financiado pela Universidad Católica del Ecuador. Registro de financiamento PEP QINV0353-IINV522010100.

La tecnología es la variable que modela la cultura y los hábitos de la sociedad, llegando incluso a ser parte fundamental para entender y aprehender la historia de la humanidad, pero la comunicación no se ha quedado atrás en esta aprehensión; de hecho, la línea del tiempo está marcada por un libro de historias: la historia quedaba dividida por los grandes hitos reflejados en el Antiguo y el Nuevo Testamento, desde la creación del mundo o el diluvio universal hasta el nacimiento de Cristo, que daría inicio a la sexta y última edad previa al Juicio Final. Y, en esta etapa entre el nacimiento de Cristo y el esperado Juicio Final, la humanidad se desarrolla entre medios nuevos (de raíz digital)³ y medios viejos que deben convivir en un ecosistema donde cohabitan prácticas tradicionales y emergentes de comunicación. En palabras de Henry Jenkin, estamos frente a “consumidores conectados” (2008)⁴ que dotarán de sentido los productos y harán uso de estos a partir de la interrelación impulsada por tres capacidades básicas: conectividad, ubicuidad y productividad. La primera se refiere a la conexión entre equipos, plataformas y usuarios, que pueden ir desde los juegos de arcade hasta las comunidades en red; la segunda toma en cuenta la proliferación de dispositivos pensados para interconectarse y acompañar al usuario en sus actividades cotidianas; finalmente, la productividad es la capacidad que tienen los consumidores conectados de crear, apropiarse y reelaborar contenidos, lo que da posibilidades nunca antes vistas por los usuarios. El presente artículo explora la teoría relacionada con la ecología de los medios (Postman, 2015; Scolari, 2018), la convergencia cultural (Jenkins, 2008) y la hipermediación para explicar las bases sobre las cuales se desarrollan las ultramediaciones. La ultramediación va más allá y basa su hipótesis no solo en la evolución de los medios, la tecnología y su uso, sino en la conectividad⁵ de estos y entre estos.

3 La definición y diferenciación entre “nuevos” y “viejos” medios es controvertida; en especial porque se basa en una sustitución que olvida que cada medio viene de la evolución y adaptación de uno anterior. Leah Lievrouw y Sonia Livingstone, editoras de uno de los primeros manuales de referencia sobre el tema, *The Handbook of New Media* (2002), nos alertan sobre la generalización del uso del término *new media* como “comodín” para referirse a una industria cultural y tecnológica altamente volátil que incluye el multimedia, el entretenimiento y el comercio electrónico (2002, p. 1, en Roig, 2009). Asimismo, Enrique Bustamante (2017) resalta que las industrias culturales en la era digital residen en las industrias tradicionales. De todos modos, lo fundamental es entender lo que plantea la historiadora de los (nuevos) media, Lisa Gitelman: los media deben verse como estructuras socialmente realizadas de comunicación que incluyen al mismo tiempo sus formas tecnológicas como sus protocolos asociados y donde la comunicación es una práctica cultural (Gitelman, 2007, en Roig, 2009).

4 El consumo debe entenderse más en términos de uso que de simple adquisición de bienes.

5 Referencia explicada para aclarar la ultramediación por los autores, que se refiere a la conexión entre seres humanos, tecnología, dispositivos e internet.

Ecología de los medios

En 1964, Marshall McLuhan desarrolló los conceptos sobre los cuales Neil Postman expuso teóricamente lo que se conoce como la ecología de los medios. Esta teoría, basada en los principios de la biología, explica que los medios evolucionan en dependencia de sus usos y apropiaciones; señala, además, que la evolución, la hibridación o la extinción de interfaces comunicacionales generan cambios biológicos, sociales e individuales de los usuarios. Una de las bases de la ecología de los medios es el aforismo “el medio es el mensaje” (McLuhan y Fiore, 1992). Este aforismo, inicialmente, es una paradoja, porque yuxtapone cuatro de los seis componentes del modelo de Jakobson (emisor, mensaje, medio, receptor). Lo que McLuhan quería expresar es que, a través de la historia, lo que ha sido comunicado es menos importante que el medio a través del cual se ha comunicado, porque la tecnología cambia al ser humano y, por lo tanto, a la sociedad. Así, la manera de percibir la realidad está en relación directa con la estructura y la forma de informar, y cada medio está relacionado a su vez con una parte de la psiquis humana (López, 2017). El teórico canadiense explica que la forma en que se adquiere la información afecta más que la información en sí misma. Por ejemplo, decía McLuhan “que el impacto de la televisión en los niños no se debe tanto a su contenido como a la forma en que lo transmite a los puntos de luz proyectada hacia el televidente, carencia de detalle, a su movimiento y sonido, que crean una atmósfera envolvente y una experiencia táctil además de visual” (López, 2017).

Posteriormente, en torno al año 1970, vio la luz la expresión “aldea global”. Este concepto, que pertenece a la última era de la humanidad (tecnológica) se emplea para describir la interconexión a escala planetaria de la que “gozan” los humanos gracias a los medios electrónicos de comunicación. McLuhan y Powers explican este oxímoron de la siguiente manera: la aldea global “es un mundo en el cual no tienes armonía necesariamente, tienes extrema preocupación por los asuntos de los demás y mucho compromiso con la vida de los otros [...] significa un enorme involucramiento en los asuntos de los demás. Y, por lo tanto, la aldea global es tan grande como un planeta y tan pequeña como una oficina de correo en un pueblo” (2010).

Al igual que sus percepciones acerca de la tecnología, la aldea global no es un concepto positivo *per se*. McLuhan explicaba que las habilidades humanas se extienden a partir del uso de aparatos tecnológicos. Por ejemplo, si una bicicleta o un automóvil son una extensión de nuestros pies, la computadora o el celular serían una extensión de nuestro sistema nervioso central. Pero hay más. Si miramos a dichos aparatos tecnológicos –que son una extensión de nuestro cuerpo– como medios, entonces ¿qué es el mensaje que nos llega a partir del uso de estos aparatos? El mensaje no puede limitarse a ser meramente contenido o información, porque negaríamos el determinismo tecnológico de McLuhan, que atribuye a los medios el poder para modificar el curso y el funcionamiento de las relaciones y las actividades humanas (Sotelo, 2011).

Convergencia cultural

A partir de las aproximaciones de la ecología de medios surge la teoría de la convergencia cultural. Según Henry Jenkins, la convergencia es “el flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuesta a ir a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento” (2008). Como lo dicta la sociología de la comunicación y de los medios, nada es neutral o ingenuo. La convergencia se da por la integración de varias interfaces para crear una nueva. A la luz de esa convergencia es posible analizar los relatos como procesos de comunicación que no se agotan en los dispositivos tecnológicos porque se remiten a la economía del imaginario colectivo (Martín-Barbero, 1983, p. 63).

Dicha convergencia cultural, que debe entenderse como un camino, no como un punto de llegada, ha generado cambios en los destinatarios, quienes asumen el papel de “prosumidores activos”, concepto “anticipado por Marshall McLuhan y Barrington Nevitt, en 1972, quienes en el libro *Take Today* afirmaron que la tecnología electrónica le permitiría al consumidor asumir simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos” (Islas, 2009).

Mediaciones

Las mediaciones son un concepto voluntariamente inacabado, porque lo que plantean es una permanente construcción del entorno de los medios, la cultura y la política. Para estudiarlas, Martín-Barbero trazó mapas a partir de los cuales reconocer las relaciones y los espacios en los que se desarrollan los medios, en busca de alertar “contra el pensamiento único que legitima la idea de que la tecnología es hoy el ‘gran mediador’ entre los pueblos y el mundo, cuando lo que la tecnología media hoy más intensa y aceleradamente es la transformación de la sociedad en mercado, y de este en principal agenciador de la mundialización (en sus muy contrapuestos sentidos)” (2018). Como plantea Stuart Hall:

Los públicos, cuyas decodificaciones reflejarán inevitablemente sus propias condiciones sociales y materiales, no decodificarán necesariamente los acontecimientos dentro de las mismas estructuras ideológicas en que han sido codificados. Pero la intención global de la “comunicación efectiva” debe ser la de “obtener consentimiento” del público para la lectura promocionada, y, por tanto, llevarle a que decodifique dentro del marco de referencia hegemónico. (1981, p. 28)

La teoría de las mediaciones propone cuatro variables principales de estudio: las lógicas de producción, los formatos industriales, las competencias de recepción y las matrices culturales. Las lógicas de producción se refieren a tres variables a considerar en los medios de comunicación masivos: la primera es la estructura empresarial en sus dimensiones económicas, ideologías profesionales y rutinas productivas; la segunda variable es la competencia comunicativa de los medios de comunicación, es decir, “su capacidad de interpelar/construir públicos, audiencias, consumidores” (Martín-Barbero, 2018); y la tercera variable, de especial importancia, se refiere a su competitividad tecnológica, que se traduce en la capacidad que tienen los medios de innovar en los formatos industriales.

En segundo lugar, los formatos industriales se tienen que ver como instituciones rectoras de un sistema que guían y caracterizan la forma de comunicar. Así, “la relación entre matrices culturales y formatos industriales remite a la historia de los cambios en la articulación entre movimientos sociales y discursos públicos, y de estos con las modalidades de producción

de lo público que agencian las formas hegemónicas de comunicación colectiva” (Martín-Barbero, 2018).

En tercer lugar, según la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas, las competencias de recepción o consumo cultural explican que, a pesar de compartir las pautas de conducta de su cultura, cada individuo tenga “una estructura cognitiva distinta en cuanto a las necesidades, hábitos de percepción, creencias, valores, actitudes, habilidades, etc.” (De Fleur y Ball-Rokeach, 1993). Este concepto se refiere al distanciamiento, diferencia o desnivel de conocimiento o informativo y dice que los medios de comunicación, lejos de favorecer la transmisión de información de manera homogénea en la sociedad, suelen intensificar las diferencias entre los colectivos sociales.

Finalmente, en el análisis de textos, Martín Barbero usa el concepto de matrices culturales, “para evocar toda la riqueza de determinaciones locales e históricas que quedan por fuera tanto del código como del texto mismo, y que será necesario recuperar en el análisis del proceso de comunicación para no empobrecerlo” (Cruces, 2008), así ciertas matrices culturales sigan teniendo vigencia, lo que hace que una narrativa anacrónica conecte con la vida de la gente (Martín-Barbero, 2018). “La cultura de masa no se identifica ni puede ser reducida a lo que pasa en o por los medios masivos. La cultura de masa, como afirma Rositi, ‘no es solo un conjunto de objetos’ sino un ‘principio de comprensión’ de unos nuevos modelos de comportamiento, es decir, un modelo cultural” (Martín-Barbero, 1983).

Hipermediaciones

Desde una perspectiva ecologista, la evolución de la tecnología afecta al lenguaje, a los dispositivos, al ser humano que la emplea y, por tanto, a la sociedad y cultura que se está formado. Como lo advierten Vizer y Carvalho (2014):

La hipermediatización es un desafío central para las sociedades, ya que se encuentra en el cruce de innumerables prácticas y cuestiones económicas, políticas y culturales. La Sociedad tecnológica actual está soportada por una compleja articulación entre una infraestruc-

tura informacional y una superestructura semiótico-comunicacional (como procesos de construcción de sentido y valores de intercambio social y como una de las formas específicas de interreferenciación y creación de procesos y contenido interactivos). (p. 13)

Carlos Scolari (2008), en su libro *Hipermediaciones*, habla de “comunicación digital interactiva”. Esta denominación englobaba las nuevas formas de comunicación surgidas a partir de la digitalización de las comunicaciones y la creación de una red mundial integrada por la que circula la información. El autor ve en la comunicación digital interactiva cinco características fundamentales: digitalidad, hipertexto, reticularidad, interactividad y multimedia (Scolari, 2008).

Relacionado con ello, Baricco explica que “el término digital proviene del latín *digitus*, dedo: contamos con los dedos y por lo tanto digital significa, más o menos, numérico”. La digitalidad implica “no-lugares”, espacios virtuales de interacción caracterizados por una nueva configuración del tiempo, asíncrona por excelencia y constituida por un espacio distinto al físico (Chanona, 2017.). Estos no lugares son en realidad experiencias muy individuales: espacios creados a la medida, en dependencia de los gustos y rutinas de cada usuario. Dichos no lugares se desarrollan entre burbujas de filtros, cámaras de eco y mediación algorítmica.

Como lo explica Rodríguez, de acuerdo con Pariser (2011), “la mediación algorítmica comenzó a tener impacto cultural significativo en diciembre de 2009 cuando Google anunció la búsqueda personalizada” (2017, p. 64). Dicho algoritmo significó que los resultados mostrados a cada usuario serán diferentes, dependiendo de sus intereses; este modelo fue adoptado por las grandes compañías de internet con distintas variantes. Así, “al enlazarlo con el modelo de publicidad personalizada, la mercantilización de datos personales se convertiría en uno de los motores de la economía digital” (Rodríguez, 2017, p. 65).

La segunda característica: el hipertexto, hace referencia a un nuevo fenómeno en que la linealidad del texto tradicional comienza a combinarse con textos desde los que se puede acceder a otra información. Esto cambia

la forma de pensar: los pensamientos lineales son cada vez más difíciles si los usuarios están “navegando” de información en información.

Las comunicaciones digitales interactivas se caracterizan por su reticularidad: frente al esquema *de uno a muchos* propio de la comunicación de masas, se está configurando un modelo organizado en forma de red que permite la comunicación *de muchos a muchos*. Significa “transmisión o radiodifusión”, que consiste en transmitir información a una multitud (Scolari, 2018). Entonces, el modelo reticular permite diferentes ordenamientos que dan sentido a la secuencia de contenidos sin que se interprete por ello que hay una “secuencia propia” por recorrer. La noción de ordenamiento depende de la secuencia de contenidos que proporciona su aplicación.

La evolución tecnológica, además, ha generado nuevas formas de interacción entre usuarios y dispositivos en los últimos años. La interactividad evoca un tipo de experiencia narrativa que implica determinadas actividades paralingüísticas:

... el significado se transmite a través de los medios a través del gesto, el espacio, el color, el sonido, la actividad y la agencia. Creo que una de las razones por las que estas experiencias son tan convincentes es que nos permiten acceder a nuestra conciencia prelingüística de *homo ludens* de manera más directa, ya que podemos interactuar con ellas de manera lúdica. Por supuesto, luego damos un paso atrás y hablamos de ello, lo que implica nuestra conciencia discursiva del *homo narrans*. Luego tenemos los *narrans* lúdicos, los cuentos lúdicos. (Jenkins, 2010)

Ultramediaciones

La teoría de las ultramediaciones se alimenta de las que se revisaron anteriormente, pero toma en cuenta cómo se conectan los dispositivos con sus usuarios. Como lo desarrolla Barthes:

... las redes interactúan entre sí sin que nadie pueda imponerse a los demás; este texto es una galaxia de significantes y no una estructura de significados; no tiene principio, es reversible; podemos acceder a ella de varias formas, sin que ninguna de ellas pueda calificar como principal; los códigos que moviliza se extienden hasta donde alcanza la vista; son indeterminables [...]. Se pueden imponer sistemas de

significados a este texto plural, pero su número nunca se limita, ya que se basa en la infinitud del lenguaje. (Querejeta, 2018)

Goyal en su teoría económica explica que “una red describe una colección de nodos y los enlaces entre ellos. [...] Un vínculo entre dos nodos significa una relación directa entre ellos” (2007, p. 2). Las redes en ultramediaciones se basan en el modelo reticular, similar al descrito respecto de las hipermediaciones. Sin embargo, la ultramediación no se centra en los nodos, sino en las conexiones e interacciones estratégicas que surgen, incluso entre los usuarios y los dispositivos: cada efecto de cualquier acción, desarrollada en cualquier nodo, está mediado por la estructura de la red. En este sentido, el patrón de conexiones entre agentes racionales individuales da forma a sus acciones y determina sus recompensas. Además, la ubicación en una red tiene efectos significativos en las recompensas individuales; entonces los individuos buscarán formar conexiones para mover la red a su favor y disminuir sus limitaciones.

Ahora bien, las conexiones se crean en función de los dispositivos. En algunos casos, la adopción de una tecnología depende de si otras personas con las que se interactúa usan frecuentemente el mismo producto. De la misma manera, “es probable que los patrones de interacción entre individuos desempeñen un papel clave en la configuración de la elección individual y, por lo tanto, también en la configuración de la innovación a nivel agregado” (Goyal, 2007, p. 22). Además, “cada interacción facilita la transmisión de información valiosa”. Esto sugiere que la estructura de interacción puede verse como una instancia de instituciones informales que complementan los nodos en presencia de información imperfecta o asimétrica (Goyal, 2007). Por lo tanto, los dispositivos conectados determinan la manera como interactúan las personas y la transmisión de información ordena cómo actúan y se organizan. Basándose en la ecología de los medios, con las ultramediaciones se reivindica una nueva forma de organización en todos los niveles: desde las ideas y la comunicación hasta las interacciones sociales.

Así como en la teoría económica (Goyal, 2007), en las ultramediaciones las redes generan patrones de comportamiento y las interacciones influyen en los resultados de coordinación y cooperación. Esta es la vibra-

ción sobre la cual se interpretará y percibirá un contexto: una diversidad de acciones es sostenible con ciertas estructuras de red, pero no con otras. Entonces, en estas redes las personas ya no son anónimas, porque funcionan como nodos y se diferencian en sus conexiones, así que su historia dependerá de la red a la que pertenezcan.

Metodología y unidades de análisis

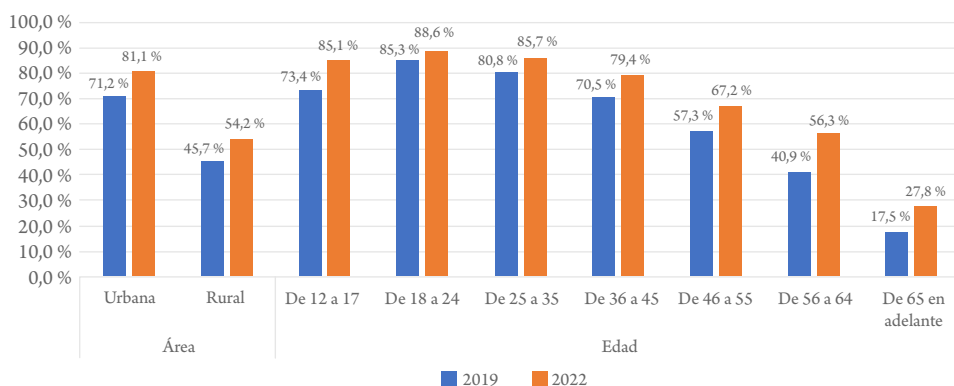
Esta investigación tiene un enfoque mixto y consolida un nuevo concepto basado en una extensa revisión de la literatura e investigación cualitativa, en busca de elementos en un “mundo social de múltiples capas y texturas” (Mason, 2002, p. 3), dado que la investigación cualitativa siempre conecta íntimamente el contexto con una explicación. Esto significa que la investigación cualitativa es capaz de producir generalidades transcontextuales muy bien fundamentadas. Estas características del diseño cualitativo lo hacen perfecto a la hora de asomarse a un concepto que aún está en construcción.

En una segunda fase, esta investigación tiene como objetivo probar el concepto en construcción sobre variables exploradas en la Encuesta de Propósitos Múltiples 2019 y la Encuesta de Empleo 2022 del Instituto Nacional de Censos y Estadísticas (INEC) en Ecuador. En este sentido, se trata de explorar de forma general el entorno en el que se pueden desarrollar las ultramediaciones y predecir las barreras que la ciudadanía digital puede desfasar en un país desigual como Ecuador. Los datos recolectados fueron desagregados por geografía (rural/urbana) y edad (de 12 a 17; de 18 a 24; de 25 a 35; de 36 a 45; de 46 a 55; de 56 a 64; y de 65 y más). El primer grupo es interesante de explorar, ya que en Ecuador la ciudadanía se entiende y se desarrolla en diferentes áreas urbanas y rurales. Entonces, es importante explorar lo que sucede en el mundo digital, siendo que los rangos de edad se crean a través de rangos naturales.

Los datos se recopilieron en 2019 y en 2022 para probar la diferencia después de la pandemia por Covid-19. Sin embargo, se debe resaltar que para 2019 se recolectaron 10.837 casos y en 2022 fueron solo 7.964. En Ecuador, los procesos estadísticos fueron más difíciles de realizar durante la pandemia. Sin embargo, el número de observaciones permite la gene-

realización y el abandono de conclusiones objetivas. Los datos recopilados de la Encuesta de Empleo 2022 del Instituto Nacional de Censos y Estadísticas (INEC) de Ecuador muestran una evolución desigual en el uso y apropiación de la conectividad que puede explicar una brecha más amplia entre los ciudadanos. Los resultados obtenidos se resumen y describen en las Figura 1-3.

Figura 1. ¿Ha utilizado internet desde cualquier lugar en los últimos 12 meses?*



* Personas de 12 años en adelante.

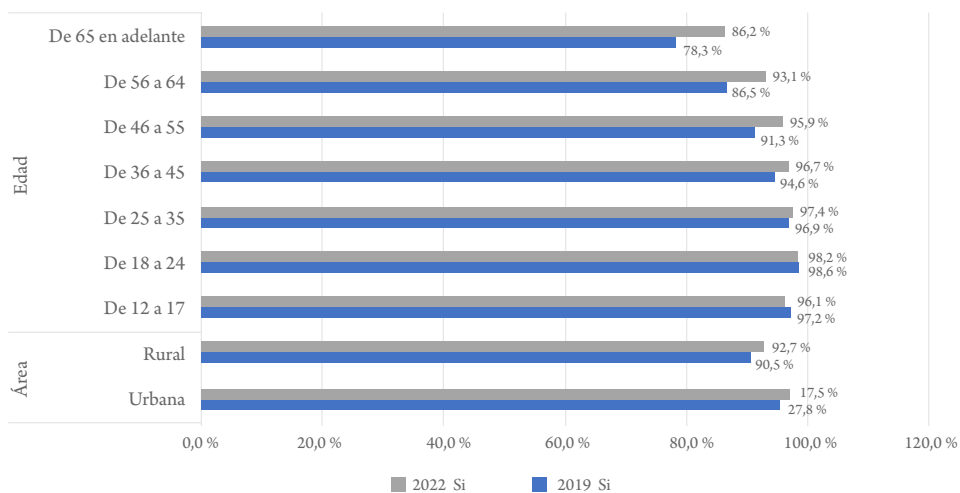
Fuente: INEC (2019; 2022).

El uso de internet amplía la posibilidad de conectarse e interactuar; luego, la teoría de las ultramediaciones explora la conectividad y no solo los dispositivos. Reconoce que el uso de internet puede modificar ampliamente la vibración y percepción del entorno. En Ecuador hay una diferencia de más de 25 puntos en 2019 entre zonas rurales y urbanas: 26% vs. 71%. En una visión más amplia, sin esta conectividad los próximos pasos de la relación energía, frecuencia y vibración pueden ocurrir, pero en un entorno diferente, o pueden evolucionar de una manera muy distinta a como ocurre en las áreas urbanas. En las rurales los nodos (personas y dispositivos) en una red son más pobres y las conexiones son más cortas, lo que afecta la transmisión de información y hace que las comunicaciones, los medios y los mensajes se creen sin importar el área geográfica, si bien el proceso cognitivo y la alfabetización mediática llegan de manera diferenciada.

En segundo lugar, leyendo los dos extremos en los rangos de edad, hay una diferencia de más de casi 56 puntos en 2019 y 57 en 2022. Esto demuestra que, en contra de lo que cabría esperar en cuanto a la evolución de las tasas de penetración de internet y la cultura digital, los mayores tienen una brecha más amplia con relación a otras generaciones. En términos de comunicación, el modelo reticular de redes en ultramediaciones permite diferentes ordenaciones de información que dan sentido a la secuencia de contenidos, sin que se interprete por ello que existe una “secuencia propia” a recorrer. Sin embargo, esta brecha sugiere dos escenarios: interpretaciones completamente diferentes de la información según la edad o información completamente diferente que llega a los nodos. Si no hay puentes entre redes, la información no se compartirá y la vibración que genere un fenómeno no se percibirá de la misma manera.

Tercero, la pandemia revela un aumento en la penetración de internet y es casi idéntica para las áreas rurales y urbanas. Entonces, la pandemia no reduce la brecha entre los individuos rurales/urbanos y los jóvenes/viejos. Sin embargo, creció, lo que implica la posibilidad individual de convertirse en un nodo de la red. Esto es importante, ya que la aparición de nuevos nodos invita a otros a usar conexiones; además, en el mundo analógico, se puede traducir en nuevas vibraciones del entorno.

Figura 2. ¿Usa redes sociales en su teléfono?*



* Personas de 12 años en adelante.

Fuente: INEC (2019, 2022).

En Ecuador, el 76,7% de su población (76% en zona urbana y 56,9% en zona rural) tiene un teléfono inteligente y el 93,4% de este grupo utiliza internet con él. La Figura 2 revela que una de las principales aplicaciones que se consumen son las redes sociales. La teoría de las ultramediaciones no se reduce a la reflexión sobre las redes sociales, pero sí examina cómo funcionan estas redes creando un flujo en los nodos. Además, las redes sociales ayudan a comprender la difusión de la información y cómo se interpreta entre las personas que participan en ella. Hay márgenes estrechos entre los usuarios rurales y urbanos; sin embargo, la brecha se mantiene amplia, dependiendo de la edad.

Como se ha dicho, la brecha sugiere que la percepción y las vibraciones respecto de un fenómeno están diferenciadas. Además, el uso de las redes sociales indica una nueva forma de pensar más horizontal, a través del uso de enlaces. Es más, una característica de lo social es la inmediatez; esto afecta directamente las conexiones y la frecuencia.

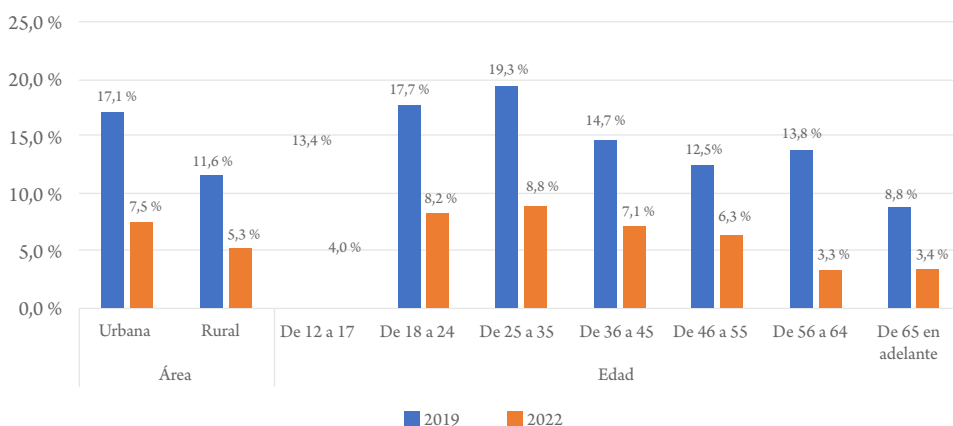
A diferencia del fenómeno observado en la Figura 1, la pandemia redujo en casi siete puntos la diferencia entre grupos de edad. Entonces, se puede decir que la necesidad de conexiones impulsó nuevos usos en los dispositivos. Este hecho puede evidenciar exactamente lo contrario de lo que sugieren ultramediaciones: el medio ambiente es lo que modifica la energía, las comunicaciones y las vibraciones. Entonces, hay que decir que se juntan ambiente y conexiones.

En Ecuador, en 2019, el 42,4% usaba una computadora, pero después de la pandemia el número disminuyó a 31,2%. De los usuarios, en 2019 solo el 16,2% pudo desarrollar un programa y en 2022, el 7,2%. Entonces, la pandemia representa un desafío para la alfabetización digital. Según la teoría de ultramediaciones, las redes pueden estar condicionadas por dispositivos, pero, si en el Ecuador nadie crea estos dispositivos y solo se adapta a ellos, hay una imposición sobre cómo crear redes que vienen de nodos muy diferentes y lejanos.

Siguiendo estos datos, las redes no son creadas por ecuatorianos, quienes simplemente se adaptan a la forma en que se desarrollan; en este sentido, las vibraciones son recreadas por otros. Luego, hay otros que de-

sarrollan el modelo reticular, con la posibilidad de que distintos ordenamientos doten de sentido la secuencia de contenidos sin que se interprete por ello que hay una “secuencia propia” por recorrer. La noción de orden depende de la secuencia de contenidos que proporciona cada aplicación; sin embargo, si no provienen de una red local, implica que incluso la forma en que se conectan los nodos no representa la manera como funciona el entorno analógico.

Figura 3. ¿Ha escrito un programa de informática?*



* Para julio de 2022 se preguntaba por computadora de escritorio, portátil o tableta a personas de 12 años en adelante.

Fuente: INEC (2019, 2022).

Conclusiones

En Ecuador, la pandemia por Covid-19 mostró mayores brechas entre la población: mientras se desarrollaba y aumentaba la nueva conectividad en el área urbana, los ciudadanos rurales se quedaban atrás. Lo mismo ocurrió en las observaciones según la edad. En cambio, la pandemia redujo la brecha en el uso de las redes sociales, lo cual puede interpretarse como una mejor asimilación y participación de la vibración según la teoría de las ultramediaciones. Estas vibraciones son producidas por las redes, donde un grupo más diverso de personas se convierten en nodos en las redes sociales; sin embargo, en Ecuador la penetración de internet sigue siendo el primer obstáculo para crear un desarrollo más igualitario en ultramediaciones.

La fuerza de esta investigación radica en el acercamiento conceptual a la ciudadanía digital mediante el desarrollo de ultramediaciones. Sin embargo, es un concepto en construcción –con una visión más amplia de cómo la digitalidad puede afectar al mundo analógico–, estrechamente relacionado con la categoría de alfabetización mediática e informacional, ya que explicaría el surgimiento de una nueva cultura llena de energía que puede convertirse en interacciones y relaciones sociales diferenciadas en el mundo analógico. El concepto de ultramediaciones se basa en la teoría de la convergencia y defiende que se está produciendo una migración en múltiples plataformas de medios, industrias de medios y la experiencia de entretenimiento, de modo que modifica la forma en que las personas interactuarán y los vínculos que “naturalmente” pueden crear entre otros. Es más, la retroalimentación que puedan recibir también dependerá de la información que otros estén consumiendo y creando; luego, se desarrollan procesos lingüísticos y cognitivos más especializados. Las ultramediaciones también están relacionadas con la participación, el compromiso y la resistencia crítica. El análisis de la alfabetización digital revela que las redes que son capaces de modificar nuestro comportamiento no están siendo desarrolladas ni comprendidas por los ecuatorianos; entonces, los ciudadanos solo se están adaptando a modelos que se escriben desde afuera. Además, para explorar esta afirmación se desarrolló un estudio cuantitativo: los casos de ciudadanía rural vs. ciudadanía urbana muestran que la conectividad básica no está asegurada y esto puede explicar por qué en el mundo analógico es diferente la forma en que los ciudadanos rurales interactúan con sus políticos. En cuanto a la debilidad de este estudio, radica en intentar ajustar variables cuantitativas a un concepto que aún está en construcción. Sin embargo, como el objetivo no es generalizar, sino explorar posibles relaciones, resulta útil.

Referencias

- Bustamante, E. (2017). Las industrias culturales y creativas. *Periférica*, 18, 89-117.
- Chanona Burguete, O. (2017). Digitalidad: cambios y mutaciones en la cotidianidad. *Revista Digital Universitaria*, 18(4). <https://www.revista.unam.mx/ojs/index.php/rdu/article/view/1020>

- Cruces, F. (2008). Matrices culturales: pluralidad emoción y reconocimiento. *Anthropos*, 219, 173-180.
- De Fleur, M. L. y Ball-Rokeach, S. J. (1993). *Teorías de la comunicación de masas*. Paidós.
- Goyal, S. (2007). *Connections: An Introduction to the Economics of Networks*. Sanjeev Goyal. <https://doi.org/10.1515/9781400829163>
- Hall, S. (1981). La cultura, los medios de comunicación y el “efecto ideológico”. En J. Curran, Gurevitch, M. y Wollacot, J. (eds.), *Sociedad y comunicación de masas*. Fondo de la Cultura Económica.
- INEC - Instituto Nacional de Estadística y Censos (2019). Encuesta multipropósito 2019. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-multiproposito-de-hogares-2019/>
- INEC - Instituto Nacional de Estadística y Censos (2019). Encuesta multipropósito julio 2022. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-multiproposito-de-hogares/>
- Islas, O. (2009). La convergencia cultural a través de la ecología de medios. *Comunicar*, 16(33), 25-33. <https://doi.org/10.3916/c33-2009-02-002>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Jenkins, H. (2010). *Ludic Narrans: Drew Davidson talks cross-media communication (Part One)*. Pop Junctions.
- López, A. (2017). Marshall McLuhan, el visionario de la “aldea global” de la comunicación. *El País*. https://elpais.com/cultura/2017/07/21/actualidad/1500619102_672795.html

- Martín-Barbero, J. M. (1983). Memoria narrativa e industria culturale. *La Ricerca Folklorica*, 7, 9. <https://doi.org/10.2307/1479711>
- Martín-Barbero, J. (2018). Preámbulo a un mapa de las mutaciones comunicativas y culturales. En O. Rincón (ed.), *Pensar desde el Sur. Reflexiones acerca de los 30 años de los medios a las mediaciones de Jesús Martín-Barbero*. FES-ILDIS.
- Mason, J. (2002). *Qualitative Researching*. Sage.
- McLuhan, M. y Powers, B. R. (2010). *La aldea global*. Gedisa.
- McLuhan, M. y Fiore, Q. (1992). *El medio es el masaje. Un inventario de efectos*. Paidós.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin.
- Postman, N. (2015). El humanismo de la ecología de los medios. En C. Scolari (ed.), *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Gedisa.
- Querejeta Barceló, A. (2018). Roland Barthes, el texto y el poder. *Per Debate*, 1. <https://doi.org/10.18272/pd.v1i0.1200>
- Rodríguez, C. (2017). Los usuarios en su laberinto: burbujas de filtros, cámaras de eco y mediación algorítmica. *Virtualis*, 8(16), 57-76. <https://www.researchgate.net/publication/338517284>
- Roig, A. (2009). *Cine en conexión: producción industrial y social en la era "cross-media"*. UOC.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.

- Scolari, C. (2018). *Las leyes de la interfaz. Diseño, ecología, evolución, tecnología*. Gedisa.
- Sotelo González, J. (2011). Si McLuhan levantara la cabeza... La computación en la nube y el nuevo paradigma sociocultural. *Revista de Estudios de Juventud*, 92, 111-121. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5047339>
- Vizer, E. y Carvalho, H. (2014). La caja de Pandora: tendencias y paradojas de las TIC. En *Lo que McLuhan no predijo*. La Crujía.