



FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA
Y RELACIONES INTERNACIONALES
UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO



Universidad Nacional de Rosario

Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales

Tesina de grado para la Licenciatura en Comunicación Social

“Medios locativos. Google Maps en relación al sujeto y el territorio”

Alumna: Urraco, Maria Cielo.

Legajo: U-0131/7.

Correo electrónico: mcie Lourraco@gmail.com

Tutora: Mariana Maestri.

- Rosario, agosto 2022 -

GRACIAS

A mi familia siempre incondicional que me apoyó y me dió la posibilidad de estudiar,

A mis amigos de la vida y los que me crucé en la facultad,

Y a mí tutora Mariana, tan paciente y atenta.

Índice

Introducción

Nuevas tecnologías móviles.....	4
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos.....	8
Metodología de la investigación.....	8

Capítulo I

Evolución y recorrido hacia los medios locativos.....	9
Aplicaciones de geolocalización. El caso de Google Maps.....	14

Capítulo II

Usuarios y consumo en la movilidad.....	33
Territorio.....	40

Capítulo III

Movilidad y aislamiento.....	45
------------------------------	----

Conclusión: análisis de los datos recolectados.....	50
--	----

Referencias bibliográficas.....	54
--	-----------

Introducción

-Aclaración-

Antes de comenzar el desarrollo del presente trabajo, es preciso aclarar que esta tesina fue pensada en un contexto previo al de la pandemia del Covid-19, así como también, de las respectivas medidas tomadas por las autoridades, en torno a la restricción en la circulación de las personas por la vía pública.

Nuevas Tecnologías móviles

“La comunicación se establece en la dinámica de lo móvil y lo inmóvil. Comunicar es desplazar. Todo medio de comunicación libera y apremia en el espacio y en el tiempo”.
(Lemos, 2010, p.13).

Estamos en la era de los medios de geolocalización, que se mueven por el espacio urbano y se adhieren a nuestros cuerpos, debido al tamaño reducido de los distintos dispositivos que transportamos con nosotros. Estos dispositivos móviles, se expanden mediante nuevas funciones, desde la comunicación en la movilidad, hasta convertirse en centros multimediales de acceso móvil a Internet, de forma tal que, en palabras de Artopoulos, nuestra sociedad actual puede definirse como una: “*sociedad de las cuatro pantallas*”, correspondiente al entramado social que se desarrolla en la segunda mitad del S.XXI, donde las tecnologías digitales se achican y nomadizan, siendo las características de la movilidad en los dispositivos, las que les dan preponderancia y convierten a la comunicación móvil, en la principal interfaz cultural de nuestros días.

“La cuarta pantalla son celulares inteligentes y otros dispositivos móviles con capacidades de procesamiento avanzado.” (Artopoulos, 2011, p.15)

Podemos describir como primera pantalla al cine, a inicios del siglo pasado, luego a la televisión, en los años 70, pasando por la computadora personal en 1975, destacando la aparición del Internet en 1995, y de la banda ancha móvil en 2002. Es así que, se inicia un proceso donde se comienzan a ver historias animadas en espacios públicos, shows de televisión en espacios privados, hasta evidenciar el uso con fines de ocio en lo privado, y para cuestiones laborales en el espacio público, haciendo que, estas tres pantallas, junto a la

cuarta, que es el teléfono móvil, dejen de funcionar de forma separada, para converger en una sola plataforma, pudiendo agregar a las características ya mencionadas de los nuevos dispositivos, a la convergencia, dado que integran o reúnen funciones, al mismo tiempo que conectan dimensiones como la cultura, la política, la educación y la comunicación.

Estas tecnologías, y sus pequeñas pantallas, fueron rápidamente adoptadas por millones y millones de personas, volviéndose muy populares: Sea oral o escrita, se ajustan a las nuevas necesidades comunicacionales en las grandes urbes, con medios que convergen en sí mismos, funciones que eran cumplidas, por ejemplo, por las líneas de telefonía fija, siendo la aparición de los teléfonos móviles, la que evidencia que no sólo permiten desarrollar las mismas tareas, sino que además, las maximiza en un abanico de herramientas nuevas y posibilidades diferentes, para los ritmos de la cotidianidad de los usuarios, de una aniquilación del tiempo por desplazamientos cada vez más rápidos, y telecomunicaciones más económicas.

Según Castells (2007) las cuatro pantallas han transformado la experiencia de la vida tanto íntima, como social, afectando el futuro de nuestras sociedades, con lo que antes estaba reservado a las elites o clases medias educadas, poblando las pantallas de nuevos lazos sociales que eran posibles previamente, solo, por una comunicación de cara a cara, posibilitando redes sociales, lo fluido, diverso, y la construcción de nuevas instituciones. Los intercambios discursivos ya se sostienen en un espacio - tiempo indefinidos, con aplicaciones que expanden nuestra comprensión del mundo y de nosotros mismos, produciendo subjetividad, nuevos sentidos de lugar que percibimos a través de la relación con el otro, y con la imagen que ese otro crea de nosotros. En consecuencia, la sociedad que estamos describiendo está cercana a la calle, es nómada, de la acción, de la práctica, de conocimientos que no son meramente académicos, sino que son transdisciplinarios, de una especie de maquina panóptica de registro empírico permanente. Artopoulos (2011) lo describe de la siguiente manera:

Registra imágenes quietas y en movimiento, lugares y sonidos georreferenciados, declaraciones sin intermediarios, un acceso al conocimiento en línea, que pone fin a la dominación de una autoridad del conocimiento, para dar paso a un empirismo del ser observado. (p.17)

La comunicación social en sí misma, se fue desmaterializando y se han gestado nuevas formas de prácticas urbanas, que requieren de una interconexión por parte de los habitantes, con conjuntos dinámicos de transiciones y cruces, e innumerables vías de desplazamientos y puntos de intercambio, es posible tomar como ejemplos, por un lado, a la televisión o el cine, que se han caracterizado por ser sistemas de comunicación unidireccionales, con emisiones que van desde su fuente, a otros aparatos receptores, sin que pueda haber influencia alguna de parte de la recepción al punto emisor, pensando más en difusión que en comunicación, con un flujo lineal. Por otro lado, las nuevas tecnologías de la

comunicación, propician las herramientas que buscan profundizar la interacción, diversidad y comunicación entre los sujetos, acompañadas de pantallas interactivas: “Un sistema de comunicación con forma de red, que pondrá en contacto, al menos potencial, a todos sus puntos, con la misma capacidad de recibir y emitir.” (Urresti, 2011, p.17)

La proliferación de tecnologías que potencian la movilidad, produjo vías de aproximación, que retoman el concepto de locatividad, acompañado de cambios en la forma de consumo cotidiano de contenidos por parte de los usuarios, mutando las funciones que las primeras tecnologías tenían, y al mismo tiempo, generando una dinámica diferente entre lo que podía llamarse espacio público y privado, que se encuentra vinculado con lo que concierne a los estudios en comunicación sobre el pasaje de un mundo analógico, a un mundo digital: Estábamos en un determinado lugar demarcado por fronteras, en un ámbito público, asociado a un afuera, y en un ámbito privado, asociado a lo íntimo, lo interno, pero, es ahora que podemos estar en varios lugares al mismo tiempo, donde ya la población es cada vez más pública, con una comunicación bidireccional, dialógica e interactiva, esto permite recuperar el sentido de comunicación como: comunión y compartir.

Para varios autores de la comunicación, la interactividad es central en el mundo digital, porque la digitalización amplió y visibilizó la participación de públicos heterogéneos a partir de los años noventa, rompiendo con la fragilidad y pasividad previa, que constituía el estereotipo de audiencia hasta ese momento, con cartas, faxes, o con el control remoto para cambiar de canal, reducido al ámbito privado, y con falta de opciones, haciendo que muchas veces las audiencias aceptaran lo establecido por las empresas de comunicación.

Beiguelman y La Ferla (2010), afirman lo siguiente:

El traslado de la computadora personal hacia dispositivos portátiles donde confluyen el GPS, la telefonía y el audiovisual nos remiten a la producción y recepción de textos, imágenes y sonidos, a mecanismos de control y seguimiento, y a la formación de redes sociales reconfiguradas para los dispositivos locativos. (p. 9).

Hoy, con la diversidad de medios, los usuarios tienen acceso a distintas plataformas al mismo tiempo, y es aquí donde la convergencia de los mismos tiene gran importancia en esta etapa de digitalización y nuevos dispositivos con funciones y herramientas innovadoras. Es interesante tener en cuenta que hay muchos factores que favorecen una nueva forma de acceder a los contenidos, sobre todo para las personas que habitan en territorios como las grandes ciudades, ya que están pensados para los dispositivos móviles, con un tamaño adecuado para las pantallas, y una accesibilidad en cualquier parte que se desee, sea un parque, el transporte público, nuestro auto particular, cualquier institución, nuestro hogar, etcétera. A estos factores, sumar la flexibilización del horario laboral, los frecuentes desplazamientos y la creciente incorporación de jóvenes nativos digitales, que generan la aparición de burbujas de tiempo en la que los nuevos medios y dispositivos

móviles tienden a jugar un rol protagónico. (Igarza, 2009, p.12). El espacio urbano es la sociedad que producen los urbanitas, gastando y creando espacios al mismo tiempo, con acontecimientos diversos y masivos.

El éxito de la telefonía móvil en todo el mundo, inauguró una nueva etapa en la historia de los medios, al iniciarse una nueva forma de consumo en la movilidad, teniendo así, estos dispositivos, como tecnologías espaciales, implicancias que corresponden al desarrollo de aplicaciones de geolocalización, respondiendo a preguntas como: Dónde está qué, o resolviendo de la manera más rápida y eficaz posible, cuestiones de ruteo, con la mejor ruta, por ejemplo, en función del tráfico o de variables como el tiempo. Por ello, **Google Maps**, es nuestro objeto de análisis en el presente trabajo, la cual se ha convertido en un estándar para poder organizar la información geográfica, eficaz, poderosa, portátil y centrada en las personas. “Los usuarios hacen una microgestión del espacio, mediante una microgestión del tiempo, gracias a que están siempre accesibles.” (Igarza, 2009, p.32)

Las tecnologías de la movilidad, permiten que los usuarios decidan cómo y cuándo acceder al contenido o establecer comunicación, así, la ubicuidad de las redes inalámbricas es una de las características de la comunicación actual: Comienza a regir una lógica de lo instantáneo, lo veloz, natural de las telecomunicaciones y tecnologías informáticas, que se traduce en la cotidianidad de los usuarios, ya sea en la construcción de subjetividades, o en sus relaciones sociales y afectivas, desarrollándose en un territorio, un tiempo y espacio. Es evidente que la comunicación en la movilidad es una de las formas predominantes de las ciudades de vida fluida, con consecuencias en la participación ciudadana y la integración social y cultural, donde hoy estar conectado es fundamental, sin embargo, a diferencia de la conectividad fija, que refiere a estar todo el tiempo “conectado a”, al menos un dispositivo, es decir, atado a algo estático, hoy podemos decir que estamos frente a una “*hiperconectividad*”, que consiste en estar potencialmente conectado “a través de”, al menos una red o dispositivo, sugiere tener libertad de comunicarse todo el tiempo, de estar accesibles, de elegir, de estar en contacto, lo cual hace más dificultoso encontrar caminantes que no estén en una comunicación de forma activa o latente, ya que todos los habitantes son susceptibles a ser alcanzados por este nuevo sistema en todo momento.

Según Igarza (2009): “Los cambios asociados a la hiperconectividad se dan por las facilidades tecnológicas de la comunicación en movimiento” (p. 20). A la hiperconectividad se la define como estar potencialmente conectado todo el tiempo a través de, al menos un dispositivo o una red.

Así, retomando al objeto de estudio de esta investigación, la aplicación locativa **Google Maps**, se ajusta a las modificaciones de la nueva comunicación en movimiento vigente en la sociedad actual, que introduce cambios en los usuarios y portadores de los nuevos dispositivos y sus prácticas, dadas sus características particulares que en ellos convergen, y en conceptos tradicionales, como la noción de territorio, es decir, de los diversos espacios

que empiezan a ser percibidos de formas particulares, trascendiendo las características tradicionales de la dicotomía público-privado, y en la forma de entender la comunicación más allá de los medios analógicos.

“Se podría afirmar que la movilidad se convirtió en un nuevo contexto de comunicación en sí misma, ya que no solo integró todos los espacios donde hay cobertura de red, sino al desplazamiento mismo”. (Vacas, 2010, p.25)

Objetivo general

Esta investigación tiene como objetivo general indagar desde una perspectiva comunicacional, la aplicación locativa Google Maps, y dar cuenta de su relación con el sujeto y el territorio donde se desarrolla.

Objetivos específicos

- Identificar los modos en que los sujetos usuarios se vinculan con las nuevas funciones locativas de la aplicación.
- Describir los cambios en las nociones tradicionales de territorio y mapa, posibilitados a partir de Google Maps.

Metodología de la investigación

En cuanto a la metodología, considero más adecuada la cualitativa, porque permite describir un proceso, donde algo se genera, emerge, y el cambio es central para la comprensión del tema de la investigación, con interacción mutua entre actores, construcción de significados y con el contexto en el que actúan, como parte importante. Según Sautu (2005) tiempo, lenguaje, interacción, interconexión, un énfasis en las prácticas sociales cotidianas, son ideas propias de las metodologías cualitativas.

Teniendo en cuenta que la unidad de observación y análisis es la aplicación Google Maps, que corresponde al objeto de estudio, las estrategias para producir datos consisten en una de

carácter exploratorio, indagando bibliografía que desarrolle los conceptos centrales para el tema de investigación, que aparecen tanto en el marco teórico, como en los objetivos mencionados. También una observación no participante, con un recorrido por la aplicación, describiendo escenarios, y abordando los modos en que los usuarios se vinculan con las funciones locativas.

Capítulo I

Evolución y recorrido hacia los medios locativos

En nuestros días, es posible afirmar que nos encontramos inmersos en una “*Cultura del nomadismo*”, denominación que Lemos retoma, para caracterizar a las redes de personas, objetos, de poder y de tecnología, en permanentes movimientos entre los actores sociales y la red, que nada tienen que ver con relaciones o representaciones fijas e inmutables. Además, se trata de una necesidad humana que está en tensión con la tendencia general a la domesticación, esa idea de que es posible vivir sin salir del hogar, dadas las nuevas funciones de los dispositivos, permitiéndonos trabajar, realizar compras, obtener bienes y servicios, manejar cuentas bancarias, entre otras actividades, sin necesidad de salir a la calle, simplemente basta con tener una conexión a Internet en nuestros hogares. Por otro lado, es el nomadismo el que se basa en el traslado de las personas por cualquier espacio físicamente, entonces al hablar de esta cultura del nomadismo, nos referimos a los nomadismos tecnológicos, a la necesidad, a través de los dispositivos novedosos, de localizar a las personas en cualquier lugar y en cualquier tiempo, lo cual se contrapone a la lógica del sedentarismo y de la domesticación, que a modo de ejemplo, tomando a los medios, sus funciones, y las maneras en las que se utilizan, se puede decir que, la televisión o la computadora que pueden estar en el hogar, corresponden a un sedentarismo y una inserción de los mismos al ámbito privado, y que el teléfono móvil viene a presentar un punto de transformación en la forma de consumo de contenidos, que se desarrolla ahora, en la movilidad y en la capacidad de localización de las personas y las cosas. Igarza (2009) describe que hay una oferta heterogénea de contenidos, que no retienen al usuario en un ámbito cerrado, preso de un guión no-participativo: desde lo que se consume en un ascensor, en un medio de transporte en un viaje o en un trayecto cotidiano, o en el celular esperando el colectivo.

Attali (2003) habla de *cibercultura*, como un nuevo tipo de nomadismo virtual, siendo el punto más alto en la secuencia de objetos del nomadismo, así como sucedió con el fuego, las vestimentas, las herramientas, el reloj de pulsera, la radio, la casetera y el walkman, el primero que tuvo un hombre verdaderamente nómada. En la era actual de este nomadismo virtual, tenemos celulares, GPS, netbooks, Smartphones, entre otros, con un territorio

informativa que es creado por la intersección entre el espacio físico y el ciberespacio en las metrópolis, cuando las personas se desplazan, y llevan consigo sus propios territorios, ya que los nómades poseen un territorio, siguen trayectos que les son habituales, pasando de un punto a otro, pero estos puntos sólo existen para ser abandonados.

Aquí, es donde la comunicación, la espacialización y la movilidad se ponen en juego: “No podemos disociar comunicación, movilidad, espacio y lugar. La comunicación es una forma de “mover” información de un lugar a otro, produciendo sentido, subjetividad, espacialización.” (Lemos, 2010, p.2).

Los dispositivos portátiles digitales o las redes inalámbricas, no son aquellas que marcan el nacimiento de esta sociedad de la información, porque como ya vimos, la movilidad podía verse bajo la figura del nomadismo, de los desplazamientos, presentes a lo largo de la historia de la humanidad, y es la globalización la que viene a romper con las fronteras del sedentarismo, acompañada de los nuevos dispositivos para el desplazamiento. La movilidad es central para abordar el desarrollo del espacio urbano, en un proceso de evolución, hasta las ciudades industriales del S XX, con el crecimiento y la extensión de los sistemas de transporte, y los medios de comunicación de masas.

Desde sus dispositivos móviles, los ciudadanos producen desde distintas modalidades, y esa producción convive con escenarios donde existen otros individuos leyendo o escuchando, es decir, recibiendo distintos discursos en sus desplazamientos o trayectorias por el espacio urbano. Junto a los teléfonos móviles, se comienzan a distribuir computadores portátiles, que permitían la movilidad de los usuarios, llevando consigo toda su información personal, y con el tiempo todo lo que previamente se hacía en el hogar, podía hacerse en cualquier parte, especialmente con la llegada de las conexiones móviles a Internet. A estas cuestiones, se adicionan los teléfonos móviles de alta gama que posibilitan entrar a la red, sacar fotos, grabar secuencias de videos, recibir y escribir mensajes de texto, dejando de ser teléfonos para ser una especie de microcomputadoras de mano.

“La cuarta pantalla va absorbiendo en un formato más pequeño, todas las innovaciones, prestaciones, y posibilidades de la tercera, y por lo tanto, del mundo de la comunicación digital en su conjunto”. (Urresti, 2011, p.23)

Hoy, según Lemos (2010) la ciudad de la información encuentra en la cultura de la movilidad su principio fundamental: la movilidad de personas, tecnologías e información sin precedentes. La movilidad tiene diversas dimensiones, que son físicas, como el transporte de personas e informacionales que corresponden a los sistemas de comunicaciones, que se relacionan entre sí, creando una dinámica, que pone en tensión al espacio de lo privado, tendiente a la fijación, y al público, que es de pasaje, de aquello efímero, es en estas relaciones, cuando emergen la cultura, la política, la sociabilidad, la subjetividad: De aquí la centralidad de este fenómeno , entendiendo a la comunicación

como aquella que requiere del movimiento de información y de personas, movimientos sociales, un diálogo con el otro, creando flujos de mensajes en diversos soportes comunicacionales, y el impacto social de las tecnologías digitales, con transformaciones que se vinculan con la translocatividad, la convergencia de formatos y servicios en metadispositivos de comunicación y acceso.

“Las ciudades no son ya entendidas como globales, sino antes bien como expresividades grupales, como sus modos singulares de ser y, de este modo, más bien conviviendo con su sentido de estar en público”. (Silva, 2016, p. 35)

Sobre la translocatividad, Aguado y Martínez (2006) explican que nos da la posibilidad de estar conectados con un solo desplazamiento, establecer comunicación en esas trayectorias de desplazamientos independientemente del lugar, teniendo una conectividad continua contando con la coordinación de aplicaciones, funciones y servicios en un sólo dispositivo. Otro rasgo fundamental a destacar es que la distancia y el movimiento, constituyeron obstáculos para las sociedades en materia de comunicación, es por ello que mayoritariamente, los desarrollos tecnológicos han tratado de solventar estos problemas de distanciamiento, que con metadispositivos, es decir, dispositivos que engloban otros dispositivos digitales, se posibilitó el paso de comunicaciones interlocales a comunicaciones translocales: “La comunicación no depende ya del lugar, sino de la persona, de ahí la importancia del móvil como dispositivo personal, como complemento insustituible del sujeto social.” (Aguado y Martínez, 2006, p.322)

Históricamente existieron formatos que fueron mutando a la movilidad, relacionándose de maneras específicas con los lugares: desde una más tradicional, hasta fines del S XVIII, luego, con el surgimiento del Estado Nación, en el S XIX, de tipo territorial, hasta una globalizada de los sistemas de transporte y medios de comunicación de masas en el S XX, siendo hoy, una movilidad virtualizada, con la emergencia de dispositivos de conexión móvil e inalámbrica. Sobre la movilidad globalizada y virtualizada, Lemos (2010) explica que vienen creando nuevas territorializaciones, construcción social en el espacio y, consecuentemente, nuevos sentidos de lugar, muestran procesos de producción del espacio, de la subjetividad y de la sociabilidad. La revolución de la información no se manifestó en las sociedades periféricas, sino hasta la popularización de lo que Artopoulos llama la *cuarta pantalla*, que son los celulares, y en América Latina, el proceso de difusión del teléfono móvil comienza a acelerarse a mediados de la década de 1990. Cabe destacar que el nivel de complejidad en el análisis de las estructuras socioculturales aumenta, porque las capacidades de comunicación, ya están liberadas de las características impuestas por la localización fija, producto de la etapa anterior de las telecomunicaciones, con concepciones más amplias del espacio, con múltiples producciones de subjetividad que se entrecruzan y que no tienen límites ni reservas.

“Los medios móviles y los medios locativos son un conjunto de tecnologías que constituyen un sistema abierto y dinámico con todas las características de los sistemas complejos: flujos caóticos, turbulencia, inestabilidad, pero también emergencia, adaptación y autoorganización” (Lemos, 2010, p.72)

Es así que, participan de la gestión móvil e informacional de la vida cotidiana, a través de la conexión a Internet por redes inalámbricas, como WIFI o Bluetooth, y de redes satelitales mediante los dispositivos como GPS, uniendo voz, texto, fotos y videos con la conexión en red, y la movilidad por los territorios informacionales, reconfigurando las prácticas sociales de movilidad de la información por los espacios físicos de la ciudad: un vínculo entre el ciberespacio, mundo virtual, y el espacio urbano, mundo físico . En consecuencia, estamos frente a una realidad mixta, este es el sistema dinámico que dio origen a la era de la conexión omnipresente, porque, aun cuando los usuarios se distraen, descansan o duermen, sigue estando activa. (Santaella, 2010, p.72)

Los teléfonos móviles inteligentes o Smartphones, desempeñan un rol decisivo en las nuevas posiciones de intercambios discursivos, teniendo en cuenta que si bien las redes sociales y plataformas multimediáticas son altamente aceptadas, nuestra sociedad sigue siendo naturalmente escritural y audiovisual, Fernández (2021) concuerda en que esa preeminencia de lo audiovisual y escritural se observó cuando el teléfono móvil en primer lugar, y luego el Smartphone, incorporaron pantallas, ordenadas como cuartas, que podían reproducir y distribuir textos audiovisuales o escritos, llegando a posibilitar y popularizar acciones como las selfies y las lecto-escrituras en espacios públicos. El proceso de aceleración tecnológica se profundizó cuando la compañía estatal de servicios telefónicos, ENTEL, fue privatizada, propiciando la competencia en el ámbito de la telefonía móvil, expandiendo los intercambios escriturales, visuales, y finalmente convirtiéndose en el nuevo sistema de aplicaciones telefónicas.

Lo que está en el centro de la escena, respecto de la movilidad es la problemática de la *geolocalización*, que articula los espacios de plataformas y redes y lo territorial: Aquel que posea un Smartphone en cualquier lugar, su dispositivo no lo dejará terminar una visita sin informarle que conoce la localización exacta del mismo, y también le consultará sobre cómo fue la experiencia, cómo se sintió en ese lugar, y le preguntará cómo evalúa los productos o servicios que se encuentran allí o que le ofrecieron. Aquí, cobran protagonismo los sistemas de recomendación, que en materia de las geolocalizaciones son imprescindibles, pero, que también muchas veces, se aplican para investigar flujos de públicos, opinión pública, imágenes, percepciones, entre otras cuestiones, donde el foco está en la vida en plataformas de los individuos a través de estos teléfonos inteligentes, entendidos como contextos que de cierta forma manejan de la vida cotidiana de las personas.

“Los usuarios de Smartphones pueden acceder a información digitalizada sobre los espacios físicos que los rodean, o mapear las ubicaciones de los demás miembros de sus propias redes sociales, para controlar lo aleatorio de la experiencia urbana, moviéndose a través de la maleable, personalizada, infusión digital de calles”. (Morley, 2017, p.166)

Si bien, producto de estas nuevas tecnologías, todo pasa a ser interior al universo de la comunicación digital e Internet que acompaña en forma permanente a quien las porta, la relación de los medios masivos con la movilidad suele ser apremiante, por un lado, dadas las dificultades de acceso a la información para ciertos sectores o franjas de la población, estableciendo ciertos límites, porque la movilidad informacional se da solamente ante las posibilidades de consumo, existiendo condiciones de producción y distribución del contenido, lo cual hace que la movilidad física no sea un impedimento para la movilidad informacional. Además de que la movilidad se encuentra ampliada, debido a estas características, no debe ser entendida solamente como el recorrido entre puntos o el acceso a cierta información. Lemos (2010), agrega: “No es neutra, y revela formas de poder, control, monitoreo y vigilancia.” (p.2), muchas veces, la movilidad de algunos, se da en función de la inmovilidad de otros, expresando los distintos poderes y controles en torno a ella, como el acceso a redes, espacios físicos y culturales, lingüísticos, que evidencian las jerarquías y geografías de diferentes poderes.

Es posible afirmar que los nuevos medios móviles, traen consigo un conjunto de consecuencias: la conexión, la movilidad, la ubicuidad y la sensibilidad: Los medios de geolocalización corresponden a servicios y tecnologías basados en la localización, donde un conjunto de dispositivos, sensores y redes digitales inalámbricas y sus bases de datos, actúan informacionalmente de manera “atenta” a los lugares, con una relación dinámica entre dispositivos, información y lugares a partir de intercambios infocomunicacionales en un contexto. Amplían los sentidos de lugar y redimensionan prácticas sociales en el espacio urbano, dado que las múltiples experiencias de la vida cotidiana, de cada una de las personas en su intimidad, así como también socialmente, han pasado a estar mediadas por pantallas. Según Ling (2008) las comunicaciones móviles nos permiten participar, y refuerzan las interacciones sociales, y todo aquello que antes solo era posible hacer en forma presencial. En congruencia, son las nuevas tecnologías de la comunicación, las que poseen herramientas que aumentan la diversidad, con pantallas interactivas y que no son de carácter directivo o unilateral, son relaciones multilineales, con un sistema de comunicación que formará una especie de red, facilitando la puesta en contacto a todos los puntos que la componen, con la misma capacidad de ser tanto receptores, como así, emisores.

De este modo, ese conjunto de tramas comunicativas hombre-hombre, hombre-máquina y máquina-máquina, con todas las combinaciones y direcciones que se pueden plantear entre ellas, se convertirán en parte indisociable –e inadvertida– de los diversos mundos de vida que componen la sociedad. . (Urresti, 2011, p.18).

Gracias a estas tecnologías, el espacio se ha comprimido, y el tiempo se ha acelerado de forma considerable, en virtud de la aparición de esta nueva esfera de relaciones virtuales, donde todos los discursos, y formas de intercambio son interpelados por la movilidad:

Urresti (2011) afirma que la comunicación móvil es insoslayable, omnipresente y crucial como forma de existencia social, visibilidad y forma de afirmación identitaria, y que estamos frente a la digitalización de todos los contenidos culturales que brindan un acceso remoto en todo lugar, la posibilidad de interactuar en tiempo real con cualquier usuario, múltiples oportunidades de búsqueda en la red, y en definitiva otorga una autonomización comunicativa a todo aquel que se lo proponga.

Aplicaciones de geolocalización

El caso de Google Maps

“La movilidad novedosa es la movilidad productiva, vinculada a la presencia de los Smartphones, y la expansión del Wifi, con las posibilidades de expandir toda la vida interactiva y colaborativa a los individuos, allí donde estén”. (Fernández, 2021, p.100)

Cada vez son más los Smartphones que incluyen GPS, lo que conlleva a un incremento en el desarrollo de aplicaciones móviles que incluyen la geolocalización, permitiendo determinar nuestra localización en el espacio, y sobre un mapa, además de que los usuarios de una app móvil pueden compartir su ubicación en las redes sociales, con sus contactos cercanos o amigos. Esta digitalización de los mapas, y la forma en que es posible ver en tiempo real los movimientos o desplazamientos de las personas, sea cual sea el lugar o las distancias, visibiliza a los mapas desde un componente experiencial, de cómo se vive en la conectividad, que nada tiene que ver con los mapas estáticos y sus límites sobre los territorios.

Es entonces, cuando la noción tradicional de mapa, como representación estática de un espacio, se pone en cuestión, ya que con la irrupción de las tecnologías de geolocalización, es posible pensar al espacio urbano como una sociedad que producen los urbanitas, gastando y creando espacios al mismo tiempo, con acontecimientos diversos y masivos. En palabras de Marx, el espacio urbano puede ser entendido, también, como un trabajo, un resultado, una especie de producción o coproducción, donde siempre hay un territorio sometido a un código, sin embargo, no hay una única lectura o interpretación, no se puede

reducir una ciudad a una sola unidad discursiva, porque la recorren miles de acontecimientos, que generan movimientos en el espacio, componiendo una especie de red, o “metamapa” dinámico, cuyo soporte es la red. Existe una red que es justamente un metamapa, es decir, un mapa que va más allá del mapa, donde se construyen situaciones físicas concretas que definen dinámicamente al territorio, con múltiples itinerarios de flujos de datos que son transportados a través de la red.

Por lo que toda idea de permanencia se disuelve en el devenir temporal, en un escenario transitorio y cambiante, dinámico y multidimensional, que no se corresponde a la representación cartográfica simple o tradicional, mostrando una realidad simplificada que antes planteaban los mapas, es la característica de la movilidad de los dispositivos la que se actualiza con la condición de que el cuerpo accione en el espacio, tomando una función de extensión.

En relación a la noción de Mapa en un territorio, Yeregui (2010) agrega:

Toda idea de representación cartográfica en términos de coordenadas geográficas no da cuenta de estos juegos de flujos signados por el devenir; por ende, toda representación cartográfica congelaría su carácter dinámico. (p. 68)

Las nuevas aplicaciones móviles con su capacidad de geolocalización, al mismo tiempo que rompen con conceptos tradicionales en relación al espacio, los mapas y sus representaciones, introducen nuevas formas de percibirlos, entonces, es necesario, poner el eje en la geolocalización, y lo que posibilita, mediante su aparición en los dispositivos, en la era de la movilidad y la cultura del nomadismo, que ya hemos mencionado.

La geolocalización puede referirse a la consulta de una ubicación de cualquier tipo, o para consultar sobre una ubicación real, en tiempo real, estando estrechamente relacionada con el uso de sistemas de posicionamiento, con un énfasis en la determinación de una posición significativa, que no es sólo un conjunto de coordenadas geográficas, sino que, utilizando los datos obtenidos de un dispositivo móvil o una computadora de un individuo puede identificar o describir su ubicación física real, lo cual la ha vuelto muy popular en el mundo respecto al desarrollo actual de las tecnologías de la información: todas las aplicaciones suelen incorporar la opción de geolocalización, poniendo en relación al entorno físico y al virtual, ubicando un objeto, persona, institución, etcétera, en lo geoespacial o en Internet. En estos procesos, se involucran los sistemas de información geográfica, compuestos por un conjunto organizado de hardware y software, y datos geográficos, que están diseñados especialmente para capturar, almacenar, manipular y analizar la información geográfica referenciada.

La geolocalización puede tener diversos propósitos, como la georeferenciación, geocodificación, o el geoetiquetado. En cuanto a la georeferenciación, es un posicionamiento, que determina la ubicación física de una persona o un objeto, según un

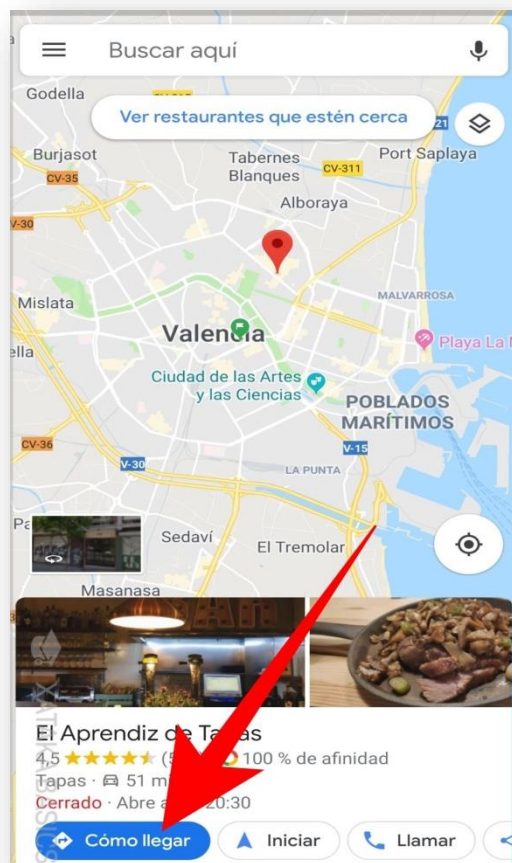
sistema de coordenadas, es decir, un mapa, esto es muy común cuando navegamos en un vehículo, usando un dispositivo de posicionamiento global, conocido como GPS, para acceder a un lugar determinado. Por otra parte, la geocodificación consiste en poder buscar información sobre servicios u objetos en un mapa, lo cual permite encontrar, por ejemplo, un local que ofrezca un tipo particular de producto o servicio, como un restaurante de comida china. Finalmente, el geotiquetado da la posibilidad de agregar o adicionar información geográfica a un objeto o lugar, tales como fotografías, opiniones, valoraciones, sugerencias, entre otras. Cada día, no llegamos a ser conscientes de que dejamos un rastro que otros usan, ya que si revisamos las aplicaciones que tenemos instaladas en nuestros teléfonos móviles, veremos que casi todas ellas pueden acceder a nuestra ubicación, entonces, estamos siendo geolocalizados, entre otras cuestiones, porque estas apps, usan la geolocalización para ofertarnos contenido, productos o servicios, basados en nuestra ubicación, suele ser una herramienta de publicidad desarrollada según un contexto y un conjunto de gustos o preferencias.

Las funcionalidades de estos servicios digitales, se vuelven muy relevantes porque en muchos casos, sirven para mejorar las condiciones de vida de los usuarios de los dispositivos en su cotidiano, en sus actividades, tareas, en cuestiones laborales, replanteando cómo las personas planifican sus rutinas, producto de esta conectividad y digitalización, por ejemplo, con la reducción de los tiempos de desplazamiento, o mejores condiciones de seguridad, en un recorrido o trayecto a su destino, con el camino más rápido y más seguro. Sin embargo, un punto de partida a tener en cuenta, es la cantidad de conexiones a Internet que se posee, ya que es siempre un indicador de la posibilidad de geolocalizar una conexión de un usuario y conocer, en tiempo real, su posición en un punto determinado, así como también su desplazamiento por el territorio.

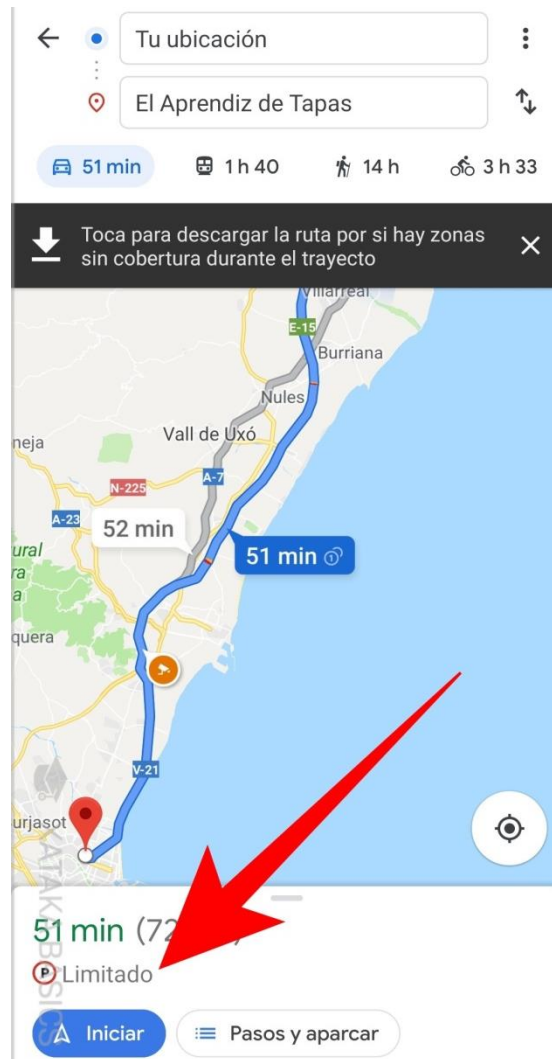
Es posible afirmar que casi todos contamos con un aparato que nos proporcione el acceso a la geolocalización, este es el teléfono móvil, cualquiera sea el teléfono, puede ser localizado, por lo que es posible hablar de la existencia de una localización móvil, donde la capacidad de otorgar datos de georreferenciación precisos y oportunos, elementos de etiquetas que sean de interés y el hecho de usar las coordenadas de ubicación como base de datos de búsquedas, es primordial en el mercado del software para las aplicaciones que se ejecutan en las plataformas móviles. A esto, agregar que con los avances en la introducción de las herramientas de búsqueda y el movimiento en el mapa, ha crecido el interés en el uso de estas aplicaciones, tanto para fines personales, como de investigación, así como de los sitios que brindan bases de datos sobre lugares conocidos, y hasta pueden ser vistos desde el espacio, o en un formato de 360°: calles, estadios, construcciones antiguas, lugares turísticos, entre otros, realizando valoraciones, sobre el espacio geográfico real.

Hay un acercamiento a las cartografías ciudadanas y digitales desde tecnologías libres y abiertas, múltiples formas de ver los mapas accesibles a todos aquellos que estén conectados a sus dispositivos, que tienen aplicaciones de geolocalización, y, **Google Maps**

es una de ellas. Esta popular aplicación, puede ser utilizada adaptando sus contenidos: computadoras, tablets o teléfonos móviles, para realizar búsquedas, explorar, y de cierta forma, encontrar cualquier camino que se quiera por cualquier parte del mundo.



Buscar un lugar o destino, y saber “Cómo llegar”

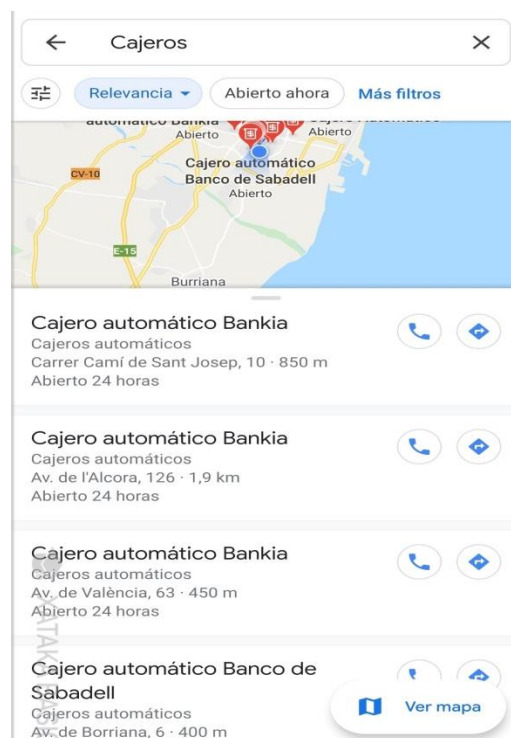


Haciendo click en “**Iniciar**”, se reciben las instrucciones para llegar a destino.

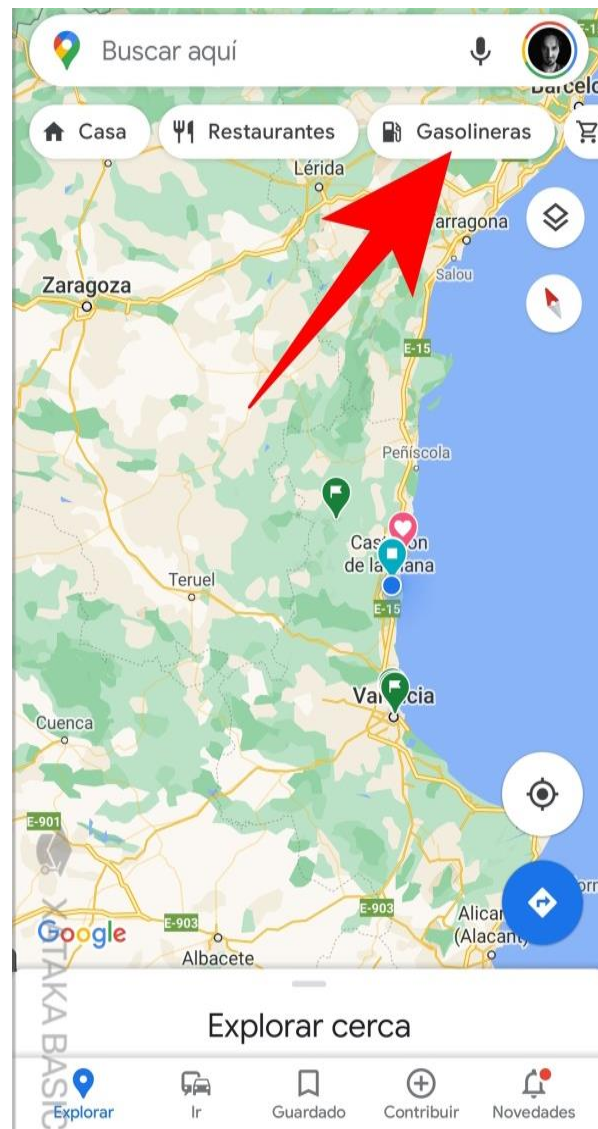
En este trabajo, se desarrollarán con más precisión aquellas funciones que esta app permite realizar en los soportes comunicacionales que corresponden a teléfonos móviles, dado el interés particular en este tipo de tecnologías, el grado de novedad en relación a los medios de comunicación analógicos, las características propias, y lo que es posible a partir de su aparición en la vida social, económica, cultural y política, de nuestra sociedad actual, teniendo en cuenta que algunas de las posibilidades que se ofrecen para los teléfonos móviles, también se realizan en computadoras o tablets.

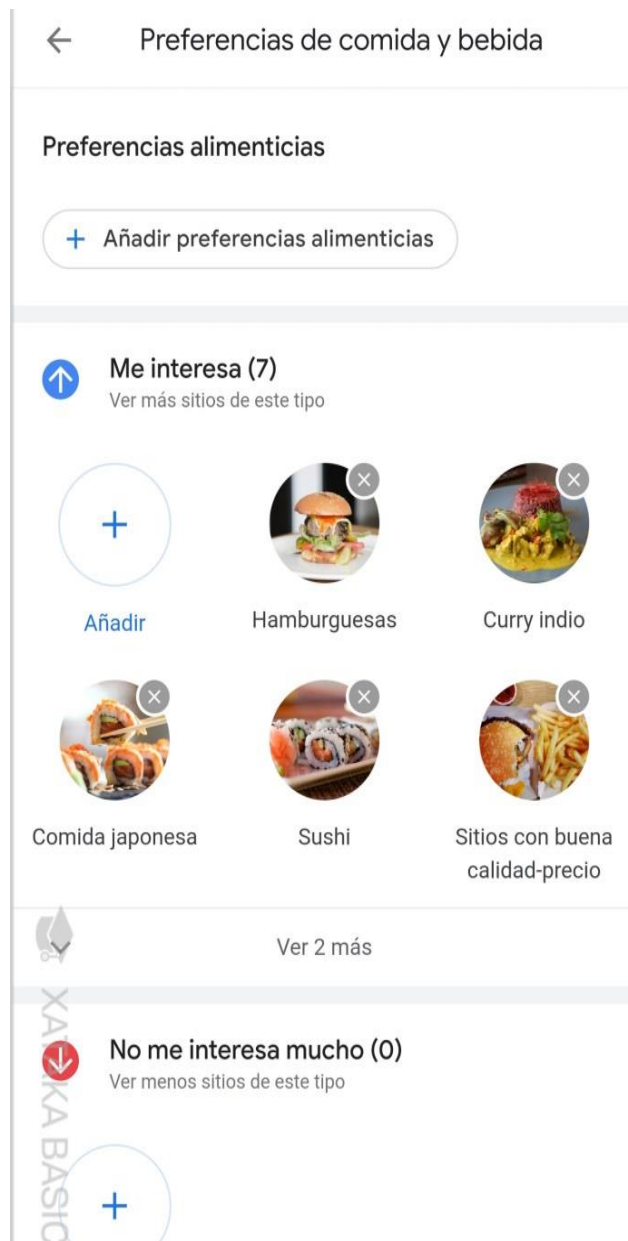
La capacidad exploratoria de Google Maps, es fundamental, permite desde su página principal, elegir dónde se desea ir, colocando un lugar o dirección concreta, al igual que se

pueden encontrar opiniones o descripciones más detalladas, de instituciones, establecimientos o sitios de importancia, que sean populares en un determinado lugar, teniendo en cuenta que la información y el contenido, provienen de fuentes diferentes: los usuarios de la aplicación, la Web que es pública, o de los socios de Google, y siempre los resultados de las búsquedas que se hagan, estarán basados en cuestiones como la importancia o relevancia, la distancia, y gustos o intereses personales. Así, estos factores serán combinados, para obtener un resultado que sea lo más acorde posible en cuanto a las coincidencias de la búsqueda. Esto sucede, por ejemplo, cuando los algoritmos de Google determinan que un local de comida que se encuentra más alejado del lugar en donde se está en ese momento, tenga una calificación superior en los resultados de búsqueda, ya que otros locales más cercanos, no ofrecen aquello que se está buscando. Encontrar lo que puede llegar a ser del agrado de los usuarios, es muy común, sobre todo en la medida que se utilice más y con más frecuencia la aplicación, visibilizando más afinidades, que hagan coincidir un lugar con las preferencias, vinculado a su vez, tanto con la actividad que realicemos en Internet, como en otras aplicaciones, donde las búsquedas y actividades en otros servicios de Google, se guardan en la cuenta Google, para proporcionar resultados y experiencias, lo más personalizadas, rápidas y útiles posibles de contenidos, que se vuelven más precisas con el paso del tiempo, a medida que se agregan opiniones, o se clasifican los lugares que fueron visitados, tomando en cuenta qué servicio o producto ofrecen, y su ubicación o distancia, entre otras cuestiones, tanto en Maps, como en cualquier aplicación de servicios Google.

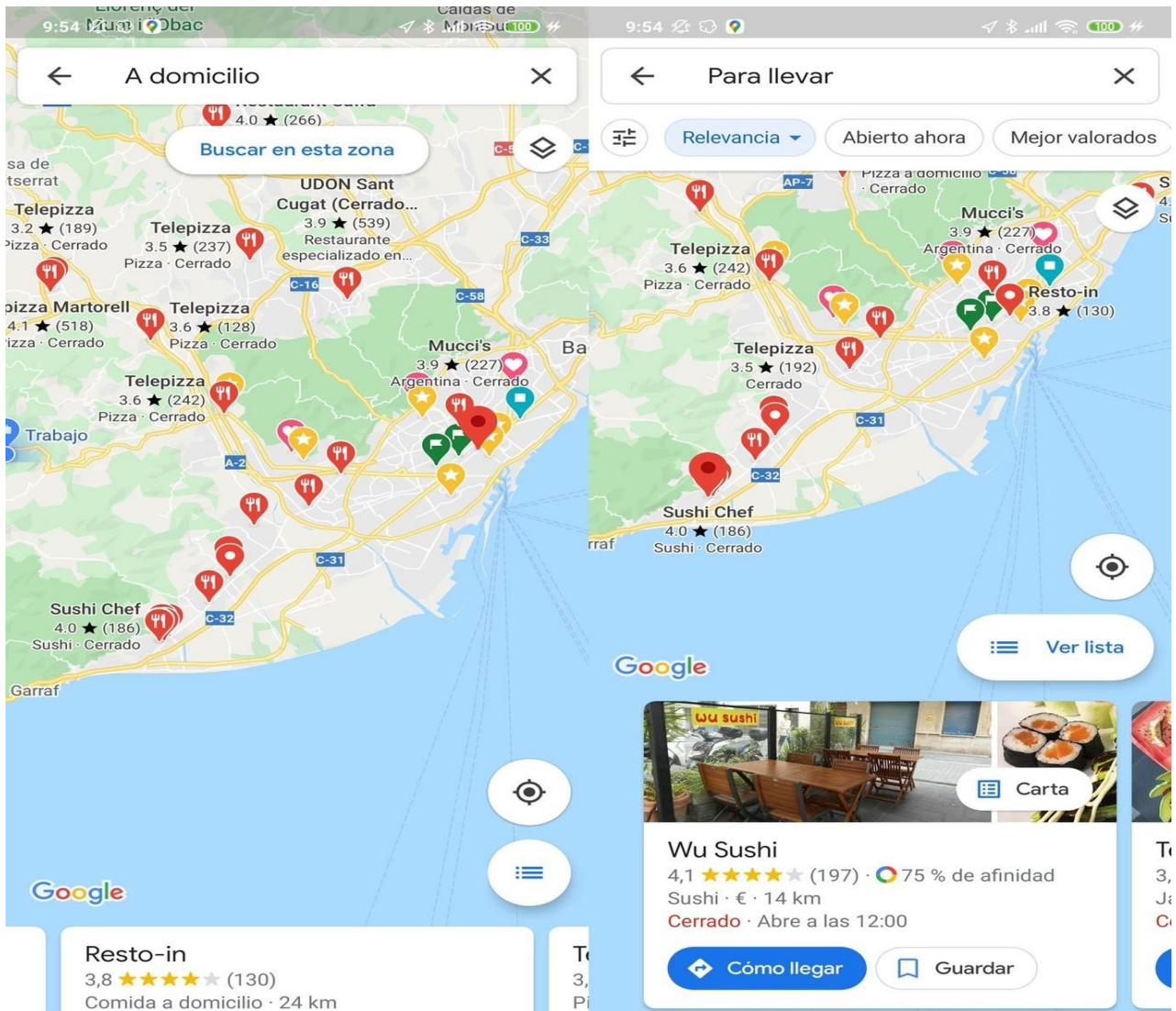


Maps permite encontrar **lugares de interés** para el usuario, colocando la palabra clave en el buscador o haciendo click en alguna de las etiquetas.



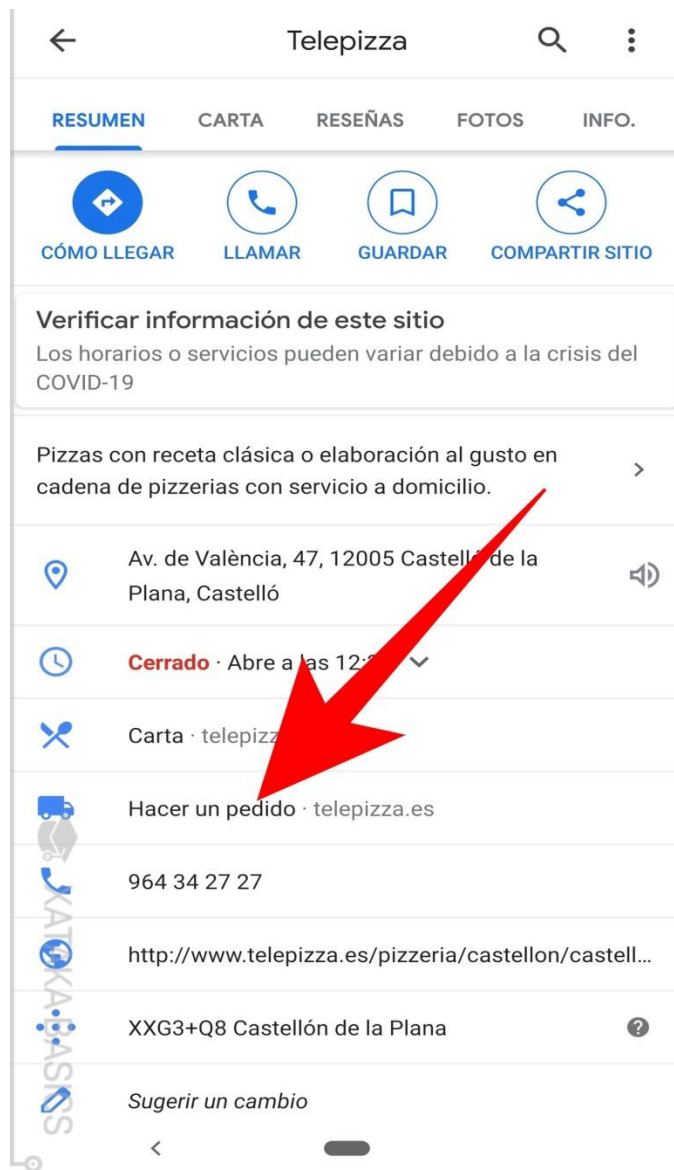


Configurando e indicando qué se prefiere y qué no, se obtienen **resultados de búsqueda personalizados** y que se ajustan a las necesidades de los usuarios. En este caso, preferencias en comida y bebida, que luego se usarán para mostrar aquellos lugares que los ofrezcan.



Google Maps muestra lo más adecuado, basado en **criterios específicos**.

En este caso, atendiendo al contexto de Pandemia donde el delivey es esencial, descartando aquellos restaurantes que no lo realizan.

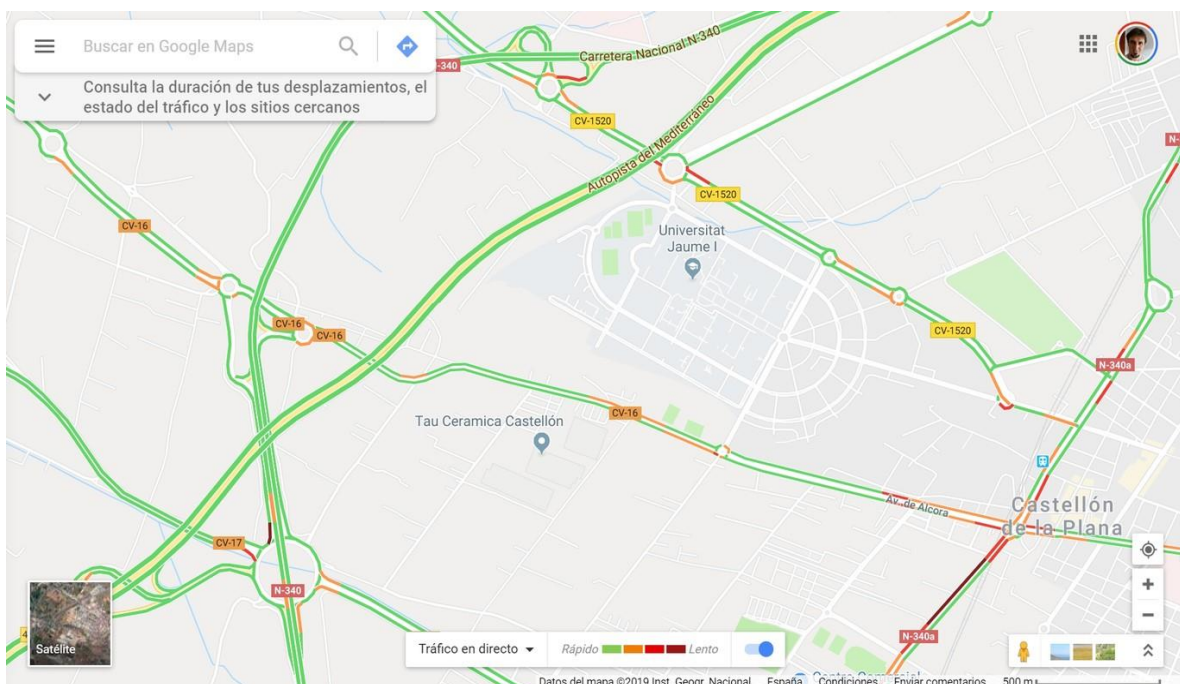


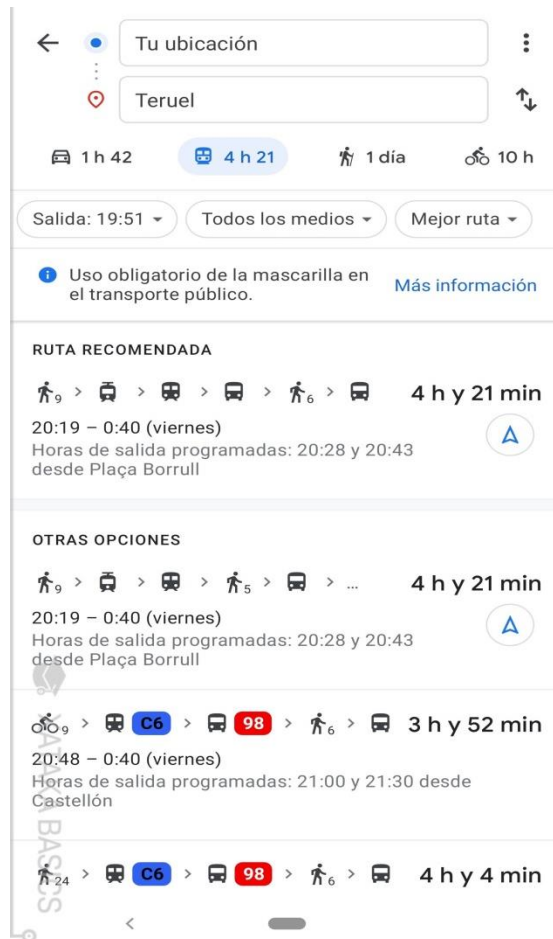
Otra herramienta de mucha utilidad para los usuarios, es la que otorga información de aquellos recorridos o viajes largos que se vayan a realizar en un futuro, donde se estima un horario de llegada aproximado, a partir del horario de salida, se brindan informes del tráfico en la zona que se transite sobre las rutas, autopistas, o calles, y los posibles accidentes que puedan ocurrir según el estado del camino, además, se puede elegir cuándo se desea llegar a un destino, sea por vehículos particulares o transporte público, colocando la fecha u horario de un viaje , para encontrar la mejor ruta antes de salir, lo cual permite una planificación. Esta aplicación, tiene una capacidad de almacenamiento, dado que se pueden guardar los

lugares visitados recientemente en forma cronológica, las rutas, los mapas y recorridos, las reservas a través de las cuentas de Gmail o Calendarios, y los lugares sobre los que se realizaron etiquetas, que corresponden al contenido personalizado, que es guardado.



Maps calcula el horario de llegada a cualquier lugar, según el horario de salida desde la ubicación que se solicite, y brinda otros datos importantes como el estado del tráfico en la zona.





Google Maps está orientada al funcionamiento colaborativo, interactivo y de contribución por parte de quienes sean usuarios, favoreciendo sus experiencias personales, pero, al mismo tiempo, mejorando y enriqueciendo la del resto de las personas, algo característico de las nuevas tecnologías de la comunicación, compartiendo opiniones o valoraciones, adicionando información y datos, hasta corrigiendo o notificando acerca de errores que puedan existir. Tal es así, que es posible agregar lugares y contenido escrito, fotografías o imágenes, sugerir una edición, haciendo click en el botón de “contribuir”, que es parte de la política de funcionamiento de la app, informando y enviando correcciones en las rutas o sobre los lugares, y nos permite ver cuántas vistas tienen los comentarios y el impacto que generan, lo que hace a una construcción colectiva del contenido visualizado, y a compartir con los demás, mientras los demás comparten con uno, incluso, para facilitar tu encuentro con otras personas, o mostrarles cómo es que pueden encontrarte, se envía la ubicación en tiempo real, mediante fuentes como el GPS, que usa satélites que detectan una ubicación con una diferencia de hasta veinte metros, el Wifi, cuyas redes cercanas ayudan a Maps a determinar la ubicación, o las torres de telefonía celular, si se está conectado a una red telefónica.




Construcción colaborativa de contenido mediante comentarios, valoraciones, recomendaciones, y fotos. Generando interacción entre los usuarios de la aplicación por el intercambio de experiencias.

← El Pozo Negro 🔍 ☰


RESUMEN **NOVEDADES** RESEÑAS FOTOS INFO

Del propietario De los visitantes

+ Añadir foto nueva








Yúbal
Local Guide justo ahora



Un sitio espectacular!

👍

La Burbuja 🔍 ✕

5 ★  4,2
4 ★ 
3 ★ 
2 ★ 
1 ★ 
42 reseñas


👤 "Una buena sala de conciertos con un muy buen sonido."

🇳🇵 "Una pelea ue nadie paró y no vendían cerveza 0,0."


🎮 "Es lo mas parecido a un viñarock en local"

✍️ ESCRIBIR UNA RESEÑA


Otras personas también buscan Ver más




La Consulta del Doctor
Pub



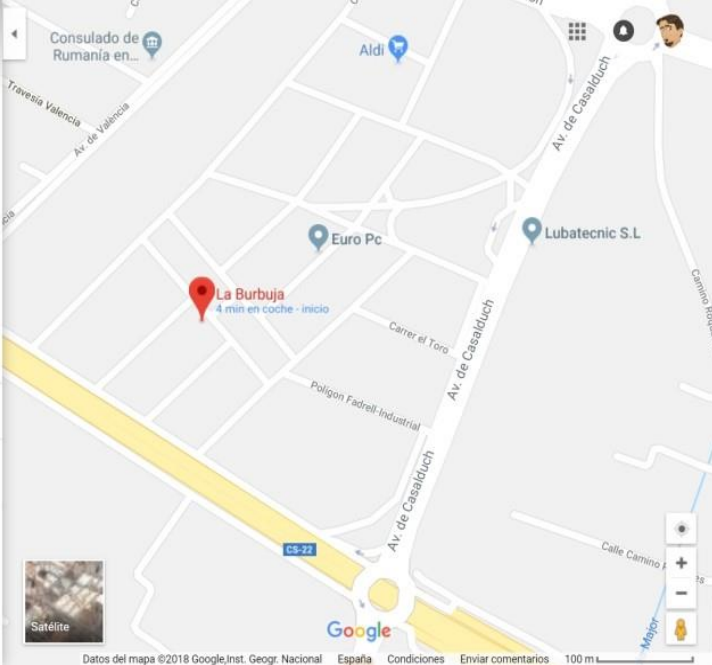
Veneno Stereo
Pub





Plymouth Club Castellón
Pub





Japan Rock Club
Sala de conciertos






Consulado de Rumania en...
Aldi
Euro Pc
Lubatecnic S.L.
La Burbuja
4 min en coche - inicio
Carrer el Toro
Poligon Fadrell-Industrial
Av. de Casaldúch
Calle Camino...
Satélite
Google
Datos del mapa ©2018 Google, Inst. Geogr. Nacional España Condiciones Enviar comentarios 100 m



< El Chorrillo  

 **Eliseo Lafuente Martínez** 
Local Guide · 98 reviews · 154 photos



★★★★★ 3 months ago
Uno de los mejores cocidos de Madrid. Cada caña con tapa a elegir. Se está más a gusto que en brazos...





 Helpful?  Share

 **David Martin** 
1 review

★★★★★ 2 months ago
Gran bar tradicional, donde siempre encuentras buena cerveza, buenos pinchos, y unos grandisimos camareros...

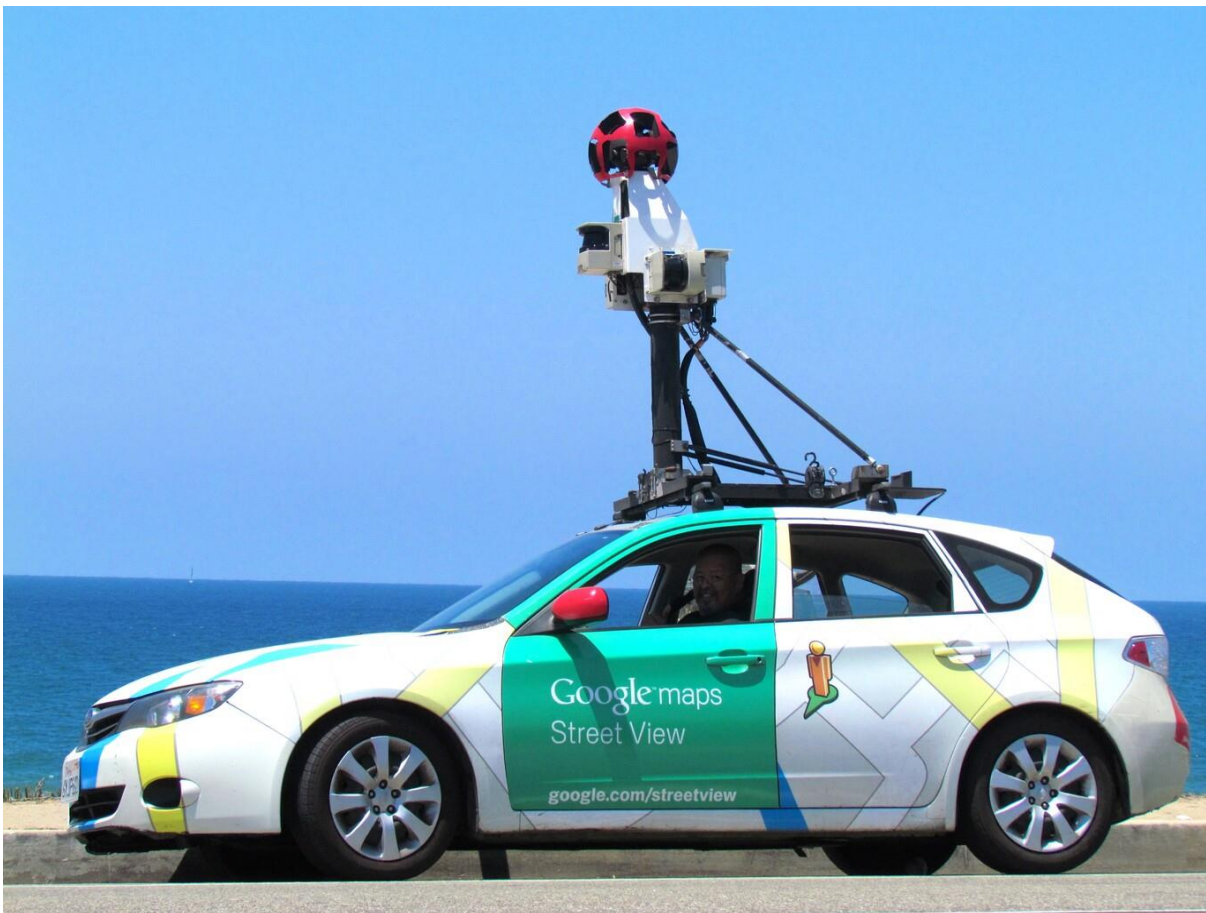
 Helpful?  Share

 **Mar** 
6 reviews

★★★★★ 5 months ago
Buena atención y trato. Buenas tapas y precios. Aunque yo no pueda comer de la mayoría, tienen mucha variedad....

En congruencia con las funcionalidades mencionadas, una de las herramientas más revolucionarias e innovadoras presentadas, es la llamada: Street View, que brinda una representación virtual de nuestro entorno en Google Maps, mediante millones de imágenes panorámicas, que pueden visualizarse con la impresión de encontrarse en ese momento y lugar, de poder recorrerlo, de aquí su traducción al español de “vista de la calle”, así como estando en la calle, caminándola, con un realismo, poniendo en juego al espacio físico real y el espacio virtual, con nuestra percepción, posibilitado por la aplicación. El contenido de Street View proviene de dos fuentes, que son Google y sus colaboradores, donde nuevamente el trabajo colectivo, tiene lugar de importancia, aportando imágenes y contenido de lugares a los cuales sólo pueden llegar los usuarios, mientras que una parte de las imágenes, es recolectada por autos, motos de nieve, bicicletas, y carros especialmente

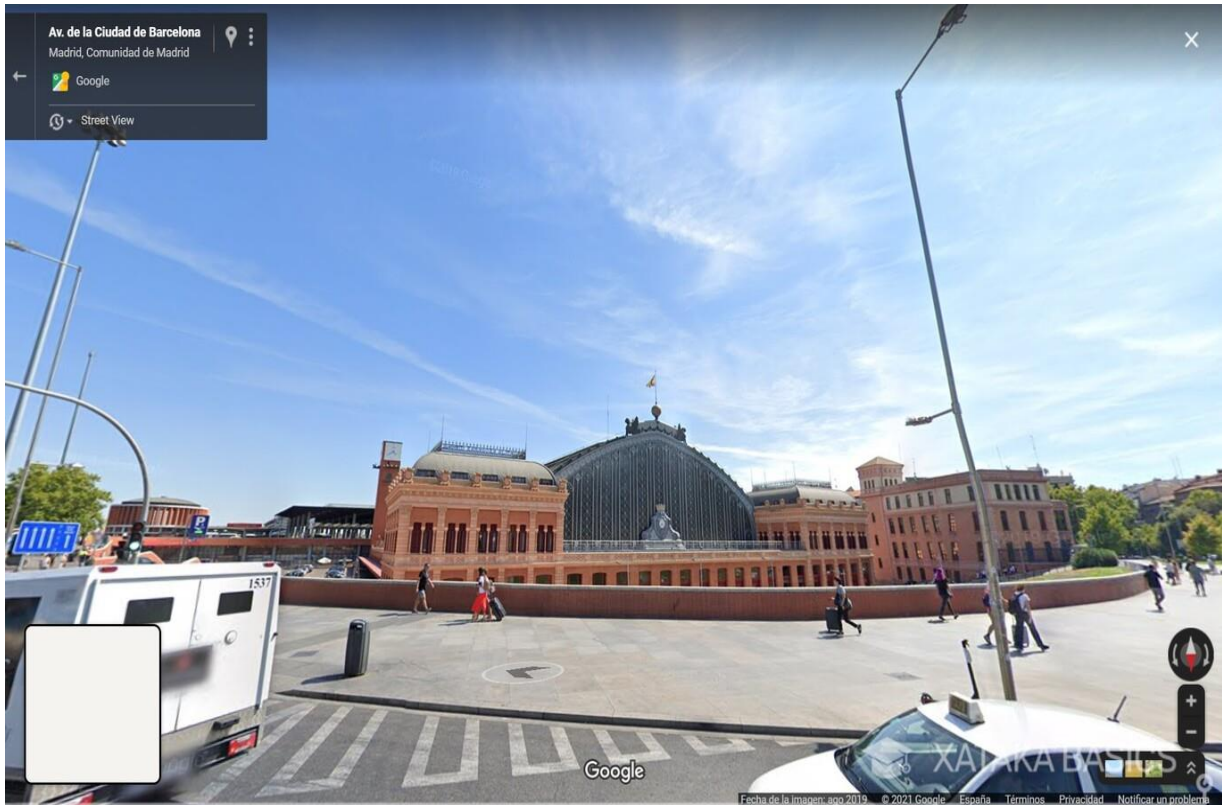
diseñados por Google, con dispositivos que son 9 cámaras, con 15 lentes capaces de tomar fotografías en alta definición, y en 360°, atérmicos, capaces de soportar altas temperaturas y diferentes entornos, y con rayos láseres que calculan la distancia, creando así, un mapa del mundo mediante imágenes en vista panorámica y desde todos los puntos de vista posibles, que, sin embargo, hay que tener en cuenta que no son en tiempo real, muestran lo que estas cámaras ven el día en el que se encuentran en cierto lugar y ubicación y toman las fotografías, luego se desarrolla un proceso que puede durar meses o años, según el caso, para procesarlas, alinearlas y luego colocarlas en los mapas, por lo que puede haber un poco de antigüedad en el contenido.



Uno de los vehículos equipados de **Street View**.



Visualizaciones de la aplicación **Street View**.



Es muy sencilla la manera en la que Street View se puede usar, partiendo de la base de que la aplicación en sí misma, presenta un interfaz muy práctico, que no requiere de muchas complicaciones ni para realizar las búsquedas, ni cualquiera de sus funciones, en este sentido, algo tan complejo, como una vista panorámica de cualquier maravilla natural, del interior de lugares como museos, estadios, bares, etcétera, se puede llevar a cabo, tan solo colocando el nombre del lugar en el buscador de la parte superior de la pantalla de inicio, y posicionándose sobre un punto determinado del mapa que se nos muestra, desplazando el dedo o deslizándolo, en el sentido deseado, tanto de izquierda a derecha, como desde arriba o abajo, incluso, se puede colocar nuestro dispositivo móvil en una posición horizontal, para tener otro tipo de visualización del paisaje, al igual que es posible acerca o alejar el mapa, pellizcando hacia adentro o afuera, según sea nuestra preferencia. De todos modos, pese a las múltiples posibilidades que Google Maps nos ofrece, una cuestión importante, que ha sido muy polémica, es la de la privacidad, por lo que Google, con el paso del tiempo, ha tomado en consideración esta problemática que se ha presentado, desprendida de las funcionalidades que se abren a los millones de usuarios, que muchas veces han sido

capturados fotográficamente, sin su conocimiento o consentimiento, por lo que por ejemplo, al publicar imágenes de Street View en Maps, se utiliza una tecnología de desenfoque aplicada a los rostros de las personas que puedan aparecer, a matrículas o patentes, numeración de casas, o a elementos que pueden pertenecer al ámbito de la propiedad privada o intimidad de las personas, al igual que si las mismas provienen de cuentas Google, teniendo la oportunidad de denunciarlo, en caso de que no haya sido borrado.

Informar acerca de una imagen inadecuada de Street View.

Street View: **Carrer del** [redacted]

Vista previa de la imagen: *Ajusta la vista de la imagen para que enfoque la parte sobre la que quieres informar.*



122 Carrer del
Cataluña
Ver en Google Maps
16 Google · Fecha de la imagen: Abril de 2009 · Términos de uso · Informar de una incidencia

¿Por qué nos informas de esta imagen? (Elige un tipo de entre un conjunto de opciones.)

- Solicitar desenfoque:** ¿Qué quieres que difuminemos?
- Una cara
 - Mi casa
 - Mi coche/una matrícula

Informa acerca de una imagen inadecuada de Street View

Street View: **Av. de la Ciudad de Barcelona**

Vista previa de la imagen: *Ajusta la vista de la imagen para que enfoque la parte sobre la que quieres informar*



Fecha de la imagen: ago 2019 · © 2021 Google · Términos

¿Por qué nos informas de esta imagen? (Elige un tipo de entre un conjunto de opciones.)

- Solicitar desenfocado:** ¿Qué quieres que desenfocemos?
- Una cara
 - Mi casa
 - Mi coche/una matrícula
 - Otro objeto
- Informar de calidad de imagen:** ¿Qué problema hay con esta imagen?
- Imagen mal ubicada o flechas de navegación desalineadas
 - Mala calidad de imagen en general
 - El icono de un sitio de la calle no es correcto o no está bien ubicado

Qué es público, y qué es privado, son algunas de las preguntas que podemos hacernos diariamente, y la línea que las separa, comienza a ser cada vez más delgada, como sucede en la manera de ver a los espacios públicos y privados, producto de los desplazamientos, de la movilidad en sí misma, asociada a la geolocalización de las cosas o los lugares, y en definitiva a la comunicación y los nuevos dispositivos, que desplazan información produciendo intercambios discursivos, donde podemos compartir y los demás pueden compartir con nosotros construyendo interminables redes de información y conversaciones, simplificando, dinamizando nuestras actividades, entorno a una aplicación, y es justamente Google Maps, la que invita a repensar aspectos fundamentales de nuestra vida, de forma tal que gran parte de ella, empieza a transcurrir en la virtualidad, donde la realidad puede ser vista completamente en un mapa, que no plantea límites ni bordes. “Hoy, hablar de la cultura urbana, es referirse a la cultura mediática”. (Schmucler y Terrero, 1993, p.27). Puede ser, que esta no sea la cultura de todos, pero si denota la de la mayoría, la de una vida en la ciudad digitalizada, sin conocer barreras de espacio o tiempo, ganando territorio que antes ocupaban medios tradicionales.

Capítulo II

Usuarios y consumo en la movilidad

Resulta inevitable notar que tantos los cambios técnicos como socioeconómicos que fueron ocurriendo entre finales del S. XX y principios de este siglo, no sólo han redefinido muchos aspectos de la vida cotidiana de las personas, sino, que además han redefinido la manera en que nos comunicamos con otros, por lo que desde el principio de los tiempos los seres humanos se las ingeniaron para hacer partícipe a otro de algo que consideraban importante, según Vacas (2010), la evolución humana se puede estudiar y entender como el perfeccionamiento de los instrumentos o medios para comunicarse cada vez mejor, por lo que es imposible que abordemos la comunicación de este siglo, con aquellas teorías explicativas de la comunicación de masas del S. XX, ya que se necesita del análisis de los nuevos medios y de aquellos que son “nativos digitales”, o quienes están más desorientados, los “inmigrantes digitales”.

Algo natural y que no se alteró, es la necesidad de los individuos, sean emisores o receptores, de compartir o transmitir a alguien, o de interpretar lo que otros hacen

asumiendo, uno de los axiomas expuestos por Watzlawick en 1967: “Es imposible no comunicar”. Así y todo, la cantidad de mensajes que recibimos y enviamos aumentaron exponencialmente, haciendo que les prestemos cada vez más atención de nuestro tiempo.

Sibilia (2008) afirma:

En menos de una década, las computadoras interconectadas a través de las redes digitales de alcance planetario se convirtieron en poderosos medios de comunicación, por cuyas venas globales circulan infinitos textos en las más diversas lenguas, permanentemente escritos y rescritos, leídos y releídos, y también olvidados o ignorados, por millones de usuarios de todo el mundo. (p. 68)

Además, los roles que eran intercambiados entre emisores muy activos, y receptores pasivos, característico de los medios como la TV, dieron paso a un panorama diferente, teniendo en cuenta que las nuevas tecnologías son cada vez más fáciles de utilizar, y de cierta forma más amigables, lo que hace sencillo el convertirse en emisor generando un feedback, dejando sin efecto la teoría de que los individuos eran receptores, ya que ni todo el mundo tenía algo importante para decirle al resto, o la mayoría no tenía voluntad de ser emisor, sin embargo, cuando las tecnologías dejan de presentarse como de exclusividad del dominio técnico, y los costos económicos de la comunicación de ser otra barrera, empiezan a aparecer miles de emisores, a veces pequeños o hasta esporádicos, que rompen para siempre con la clásica división entre estos, y los receptores, lo cual indica, que actualmente es técnicamente posible y accesible en cuanto a costos, que todo el mundo pueda convertirse en emisor, gracias también, a la universalización de la red, demostrando que siempre habrá alguien interesado en lo que digamos, sea o no a priori minoritario. “La nuestra es una sociedad red, es decir, una sociedad construida en torno a redes personales y corporativas operadas por redes digitales que se comunican a través de internet”. (Castells, 2014, p.12).

Con la transformación en digital, de todo aquello susceptible a ser digitalizado, se marca un antes y un después en la comunicación humana, porque todas las técnicas y tecnologías involucradas en el proceso de comunicación, comparten un único código que es abierto, universal y gratuito, con el nacimiento y desarrollo de Internet y la telefonía móvil, como nuevos medios universales, influyendo en el contexto de aplicación e interpretación de los mensajes. Según Vacas (2010) hoy hablar de comunicación digital es redundante, ya que, lo que no es digital es marginal, desde la perspectiva del acceso, y esta evolución se produjo rápidamente, rotundamente, por las potencialidades tecnológicas con el abaratamiento respecto a las tecnologías precedentes, donde por primera vez tantas personas de perfiles diferentes y contextos geográficos distantes, se han despegado de lo analógico, adoptando los nuevos medios digitales. La aparición de Internet como nuevo canal y medio de distribución, le dio una independencia de que pueda llegar a los usuarios por cable, el teléfono, satélite, red eléctrica o del celular, que como plataforma es capaz de integrar los

contenidos del resto, reduciéndolos a bits, es decir, algo que puede ser fácilmente copiado y distribuido por cualquier usuario de la red, diferenciando y poniendo en cuestión a los medios convencionales, que tuvieron que empezar a adaptar sus contenidos a las características de la misma, para poder actuar en ella, ya que la red posee códigos, formatos y audiencias propias.

“Los nuevos megamedios de la red están acabando con el negocio de los medios tradicionales, porque se han adaptado mejor al nuevo escenario y saben reconocer las preferencias de los usuarios”. (Vacas, 2010, p.24)

La oferta que era dirigida a una masa homogénea, con características indiferenciadas en los consumidores, está en proceso de cambio, con los contenidos que empiezan a segmentarse al ser ofrecidos, acompañada de una puesta en cuestión de los antiguos filtros de temas que interesan a la audiencia, con los nuevos públicos determinando con tan sólo un click, qué es noticia y qué no, lo interesante o lo irrelevante, clave para los anunciantes, financiadores de los medios. Internet y los teléfonos móviles, son los medios más determinantes en la nueva comunicación, no obstante, los cambios tecnológicos, colocan el centro en la movilidad y la red, sin ser asociadas a ninguna tecnología concreta, con mayor poder de acción, y elección de los individuos para comunicarse con sus pares, consumiendo contenidos cómo, cuándo y dónde lo deseen.

Una cuestión para aclarar es que los datos de esta primera mitad del S. XXI muestran aún un liderazgo de los medios de comunicación de masas, en especial de la TV, reuniendo la mayoría de las audiencias en segmentos distintos de edad, aunque con varios puntos de fuga de los más jóvenes, además de que ha estandarizado la radiodifusión o broadcasting como sistema de distribución de contenidos y de programación que tiene que ver con una emisión que se realiza de un punto a otro punto, esos puntos corresponden a uno que es único, y se direcciona a otro constituido por una masa receptora. Anderson (2006) aclara que el problema con el broadcasting es que es muy eficiente mandando un contenido a miles, pero torpe haciendo lo contrario, es decir, la masa no puede mandar al punto. Aquí, es interesante tomar el concepto de Castells (2014) de “autocomunicación de masas”, evidenciando como ya no hay un único emisor que produce y envía un mensaje a una mayoría, que sería representada por las masas de la población, sino que existe una interactividad con múltiples mensajes que muchos pueden enviar a muchos otros, dejando de hablar ya de emisores o receptores predefinidos, pensando sus roles como cambiantes e intercambiables. La comunicación entonces, desde esta nueva mirada de las nuevas tecnologías, tiene un papel fundamental en los procesos de relaciones sociales y cambios sociales, poniendo en juego relaciones de poder y de apropiación de la información, por lo que estas relaciones, ahora, de carácter horizontal, que ya componen las redes de comunicación, diluyen la lógica de un control vertical de aquella información que circula, favoreciendo la participación, la diversidad y la democratización. Castells (2014) asegura también, que se ha generado un nuevo paisaje de cambio social y político, a través de un

proceso de desintermediación sobre las comunicaciones, este es el poder de la red, por el que los actores sociales construyen sus propias redes según sus propios proyectos, valores e intereses.

Hasta aquí hemos visto que la Web es la plataforma por excelencia a partir de la cual se desarrollan el resto de servicios, aplicaciones y contenidos, donde el concepto de “personal media” (medios personales), es otra de las caracterizaciones a tener en cuenta, porque están conformados bidireccionalmente, con la expectativa de que la comunicación se alterne de ambos lados, enfatizando la participación, con una posibilidad de consumo en cualquier parte. Esto va de la mano del éxito de las redes sociales, que ayudan a los usuarios a encontrar personas como ellos, proporcionando el efecto de que los gustos, preferencias o formas de vida individuales son compartidos por muchos. “Es válido entender a los medios sociales: Como sistemas que facilitan o potencian, dentro de la web, redes humanas; es decir, entramados de personas que promueven la interconexión como un valor social”. (Van Dijck, 2016, p.18). Las plataformas de los mismos, impulsan la participación y posibilitan nuevos tipos de sociabilidad con relaciones que se dan en red, originando diversas prácticas sociales, políticas, económicas y culturales con redes interactivas de comunicación, dando origen, muchas veces, a movimientos sociales que nacen en la red, ya que podemos encontrarnos con aquellos que compartan nuestros mismos propósitos o intereses, colocando a las personas en el centro de la escena en la vida pública, haciendo referencia a la autonomía de la que Castells (2012), habla, pensando a los actores sociales como sujetos de cambio, transformadores, que se organizan y conforman redes que son trasladadas al espacio urbano, en una comunicación participativa- horizontal, característica de la sociedad contemporánea.

De esta manera, la emisión de un mismo contenido a un conjunto indiferenciado de la masa espectadora, entra en contradicción con las demandas crecientes de personalización de los usuarios, cada vez más activos, y conscientes de su poder y potencial productivo, por lo que, observando que cada etapa histórica ha adoptado un sistema de medios que representaba los intereses de los usuarios y emisores, podemos decir que el broadcasting fue eficaz desde la segunda década del S. XX, hasta la llegada de Internet en los años 90. Así, un conjunto de corporaciones que nacieron en la era post-Internet comenzaron a tomar la iniciativa y el liderazgo en el ámbito del mercado mundial, compitiendo y arrebatando el lugar a los medios convencionales, un ejemplo claro, y de interés primordial para este trabajo, es el caso de Google, convertido en el primer megamedio del S. XXI, dominando el mercado de los videos o las noticias, paradigmáticas de los medios de comunicación de masas, dado que este mercado de los antiguos medios estaba configurado por la oferta de los emisores que era limitada y controlada por una mayoría, con altos costos en adquisición de equipos de producción y emisión, lo que facilitaba la concentración mediática, y una audiencia cautiva respecto a la libertad de elección, como algunas de sus características más importantes, que hicieron que este tipo de sistema se debilitara con la llegada de la

digitalización de los medios, en cuestiones de la producción con equipos más baratos y potentes, llevando al surgimiento de nuevas empresas y profesionales que prestaran sus servicios, ofreciendo contenido, a menores precios, a esto sumar que el manejo del equipamiento era cada vez más sencillo, provocando que los consumidores pudieran convertirse en productores de lo que ellos quisieran mostrar, generando y constituyendo la oferta, y con la capacidad de decidir las formas de consumo, algo inédito hasta este momento.

Google, merece un párrafo aparte, para explicar algunos de los ejes fundamentales en torno a su éxito mundial: La llegada de Internet como red de acceso universal, implicó la necesidad de ordenar la información que exponencialmente crecía año tras año, es así que los buscadores fueron la herramienta para ordenar los contenidos de la red y orientar en las búsquedas a quienes no eran jóvenes nativos digitales, que contaban con conocimientos de las nuevas tecnologías con las que ya habían nacido, sino más bien, inmigrantes digitales, que comenzaban a adoptar esta primer etapa de Internet. Con el tiempo, la red dejó de ser únicamente de uso académico o científico, y cobró un alcance a los usuarios no profesionales, se volvió más multimedial, y menos textual, combinando videos, audio y textos, para llevar a los buscadores a páginas de inicio de los usuarios para su ingreso a Internet, sin embargo, cuando las aplicaciones empezaban a ser más sencillas y familiares, hacían que los usuarios variaran sus gustos, con una fidelidad inestable en sus elecciones, esperando que aparezca una aplicación nueva y mejor, esto permitió a Google posicionarse en las preferencias de millones de usuarios, incluso surgiendo posteriormente al resto de sus competidores.

“La fiabilidad y rapidez en las respuestas generaron desde sus inicios una imagen positiva en toda búsqueda desarrollada por Google, convirtiéndolo en una década, en la marca más reconocida y valiosa del mundo”. (Vacas, 2010, p. 95)

La variedad de aplicaciones que Google fue incorporando progresivamente en el acceso a Internet de los usuarios, sin ser tan abrumador para los inmigrantes digitales, hizo que Google terminara siendo aquello que los usuarios querían que sea: un buscador de documentos, un servicio de correo electrónico, un sistema multimedia para visionar videos, o un buscador de direcciones mundial y de negocios sobre mapas, que es lo que conocemos como Google Maps, para nombrar algunas de ellas. Sin embargo, Vacas (2010) afirma que el éxito de Google no puede atribuirse solamente a la cantidad de aplicaciones disponibles, sino que lo verdaderamente revolucionario ha sido su capacidad de proveer herramientas que todo el mundo podía manejar o que todo el mundo pensaba que podía manejar, con simpleza y claridad, algo sencillamente comprobable en el intento de cualquier persona al ingresar a la página principal de Google, o a cualquiera de sus Apps. Una última cuestión que no es menor, vinculada directamente a las nuevas condiciones de la comunicación mundial contemporánea, que venimos enunciando, es la integración del factor humano,

mejorando la calidad de las búsquedas mediante la implementación de respuestas de las personas que son usuarias, junto a aquellas brindadas por los clásicos algoritmos.

En palabras de Meyer (2008), uno de los rostros reconocidos de Google:

Tu mejor amigo con acceso instantáneo a todos los hechos del mundo y una memoria fotográfica de todo lo que has visto y conoces, proporcionando respuestas basadas en tus preferencias, tu nivel de conocimiento actual y la mejor información disponible. (p.103)

“Googlear”, se ha convertido en una especie de sinónimo de un tipo especial de búsqueda, que va más allá de ofrecer un listado de cosas relacionadas con un término, es una forma de comunicar en sí misma, un servicio universal.

Hecha esta aclaración, y continuando con nuestro desarrollo, la digitalización de todos los medios de producción, generó un descenso en los precios, lo que colocó al alcance de la mayoría, los distintos dispositivos con una cantidad variada de aplicaciones, que iban mejorando e incrementándose, con las distintas generaciones, el ejemplo más común, es el de los teléfonos móviles combinados con la red universal basada en una neutralidad, donde todos los bits deben de ser tratados sin privilegios, lo que provocó la eclosión de los : “Contenidos Generados por los Usuarios”, que deben poder ser vistos públicamente por los demás, pudiendo acceder a lo que se ha producido, contando con la voluntad explícita de su creador, asimismo, algunos autores sostienen que el término “usuario”, no refleja esta nueva realidad, ya que continúa con la dicotomía entre un editor y un simple consumidor, por lo que es preciso mencionar que los editores y consumidores se han igualado, somos todos potenciales editores, con el condimento de la creatividad que es utilizado para diferenciar los contenidos que están colgados en la red, de aquellos que poseen un valor particular: comentarios personales, artículos escritos, videos originales, o cualquier pieza elaborada íntegramente por un usuario o pequeño editor. “Parte de la vida de la civilización actual, parece transcurrir dentro de los límites de las redes sociales digitales. Y los sujetos vierten allí, de modo fragmentario, retazos de su universo cotidiano”. (Suárez, 2019, p.46).

En esta misma línea, Vacas (2010) resaltar el crecimiento y desarrollo de las llamadas: “aplicaciones híbridas”, que ponen a disposición de cualquier persona herramientas que adquieren nuevas utilidades a partir de la mezcla o agregación de otras preexistentes, haciéndolas más accesibles, incluso para aquellos que no poseen grandes destrezas técnicas, como ejemplificación, el caso de lo que ocurre con Google Maps, en cuya aplicación, como ya hemos desarrollado, se combinan imágenes y videos propios de Google, con otros provenientes de los usuarios, que tienen un origen que en primera instancia parece ser no profesional, pero que en parámetros de calidad y utilidad no se diferencian prácticamente de los aportados por empresas productoras de contenido, dada la accesibilidad a los dispositivos, y al carácter participativo, activo de quienes utilizan una aplicación, que la nutren de contenido propio, de su experiencia, y al mismo tiempo que les permite nutrirse a

ellos mismos con el material que fue puesto en la aplicación o en la plataforma por los demás, aquí radica lo interesante y novedoso del consumo de los usuarios, que son entendidos y vistos desde esta nueva perspectiva, donde además ese consumo se da en la movilidad.

Los medios analógicos, ofrecían contenido adaptado para un consumo que era entendido como pasivo, con casi nulas posibilidades de los usuarios de adaptar o modificar lo que recibían, teniendo en cuenta que incluso los receptores de ocio en el hogar eran fijos, así como los de espacios que se encontraban fuera, como en el cine. La aparición mundial del móvil, generó un impacto enorme en cuanto a la adaptación de contenido para su consumo en la movilidad, en este sentido, el iPhone como uno de los nuevos teléfonos inteligentes, presentó por primera vez un teléfono móvil que tenía una pantalla que coincidía con el diámetro del propio aparato, prescindiendo de la existencia física de un teclado convencional, siendo ya una aplicación más de software, así, se puede apreciar la potencialidad del móvil como cuarta pantalla, que incluye todo en uno, eliminando aparatos con funciones duplicadas, y para una mayor portabilidad, entonces hoy en día, la movilidad es un valor agregado para cualquier producto o servicio. Los dispositivos móviles en general, nos facilitan los contenidos ingresando a sitios web mediante buscadores, como el ya desarrollado Google, o por aplicaciones que se pueden descargar e instalar por tiendas virtuales como es la Playstore, siendo tanto los sitios como las Apps de carácter móvil, ya que fueron pensadas para que podamos acceder en cualquier momento y lugar de forma personal. La interacción con estos dispositivos móviles por parte de los usuarios, se realiza por la llamada: “Interfaz natural del usuario”, interactuando con el sistema mediante movimientos gestuales que se realizan con los dedos e incluso con la voz, una novedad respecto a lo que se hacía a través de una interfaz gráfica del usuario, con los clásicos mouse o teclados: “Acciones que requerían un click o doble click con el mouse, se realizan por simples gestos como presionar el dedo en la pantalla, deslizarlo, juntar o separar los dedos”. (Castillo Pomedá, 2016, p.5)

Actualmente, la sociabilidad es producto de una combinación entre lo virtual, e interacciones reales, es decir, que se pone en relación el ciberespacio y el espacio real, donde las nuevas tecnologías, se presentan como un novedoso conjunto de prácticas comunicativas, y también como posibilitadoras de creación intersubjetiva para los usuarios, que, Amar (2011) observa que ya empiezan a definirse por la forma en la que se mueven, esa manera de vivir en movimiento, integrando a la movilidad en sus modos de vida, de consumo, de trabajo, de informarse, y, como ya hemos resaltado, de encontrarse con otros. En congruencia, Vacas (2010) fundamenta sobre la importancia de las tecnologías de la movilidad, en relación al consumo, incluyendo no sólo a los teléfonos móviles, también a los dispositivos con tecnologías sin cables (Wifi, GPS, Bluetooth, etcétera), que provocan una ruptura, ya que los usuarios deciden en qué lugar y cuándo acceder a los contenidos, integrando, no solamente los puntos de conexión red, sino que todos los desplazamientos

que hagamos: Google Maps es una de las aplicaciones actuales que mejor permite plasmar tanto descriptivamente como en la experiencia práctica las características de las temáticas y conceptos en torno a la nueva comunicación móvil, y su consecuente consumo en la movilidad.

Territorio

Según Yaregui (2010) en un universo donde el espacio geográfico se presenta como soporte de discursos y prácticas cotidianas, conceptos tales como los de movimiento, localización, espacio, territorio, se tornan instancias indeclinables de análisis y de reflexión, ya que los paisajes se transforman y moldean de formas particulares, con los dispositivos que transitan las geografías mediante movimientos visualizables y trazables en los espacios sociales, poniendo en juego, a su vez, la cuestión del cuerpo como vector de análisis, en el sentido de que posibilita los traslados, el deambular de forma dinámica, creando discursos al portar dispositivos móviles en los territorios. Los espacios socializadores por excelencia son las ciudades, considerando que la ciudad moderna pone en oposición al conjunto de maneras de vivir en los espacios urbanizados, constituyendo un tipo de cultura en sí misma, a lo que corresponde a la estructuración de las territorialidades urbanas, de aquí proviene una distinción entre la ciudad y lo urbano, donde la primera es un sitio o un espacio de terreno donde se levantan gran cantidad de estructuras, infraestructuras, o construcciones, con un conjunto numeroso de personas que viven en las mismas, y que suelen no conocerse entre sí. Lo segundo, lo urbano, no es la ciudad, sino las prácticas que la recorren, que la llenan de múltiples recorridos: “La obra perpetua de los habitantes, a su vez móviles y movilizadas por y para esa obra”. (Lefebvre, 1978, p.158)

Lo urbano suscita un nuevo tipo de espacio social, que es un espacio urbano, resultante de un sistema de relaciones sociales, formado por un grupo que no es estructurado, más bien, está atravesado por lo colectivo que se va haciendo a sí mismo, construyéndose a cada momento, agrupamientos inquietos y polimórficos, de acción interminable, cuyos protagonistas son los que reinterpretan la forma urbana, según como acceden a ella y como la caminan. El movimiento es uno de los rasgos más paradigmáticos de este tipo de relaciones y discursos que se generan a partir del uso de los dispositivos móviles portátiles con la temática de la locatividad, y si pensamos en las relaciones entre el móvil y aquello que lo circunda, que lo rodea, podemos definir que un aparato es móvil en estado potencial, como un motor, y es el cuerpo el que concretiza esa propiedad latente del mismo, al transitar, accionando en el espacio, peregrinando constantemente por la ciudad, lo que confiere la movilidad a los dispositivos que fueron especialmente pensados y diseñados para ser movidos. El cuerpo es entonces, un posibilitador de esa propia naturaleza del

dispositivo, por lo que la noción de “tecnologías extensivas” es adecuada para hablar de aquellas que operan como una prolongación, favoreciendo y potenciando a las funcionalidades y atributos inherentes a lo corporal humano, que no es lo mismo que entenderlas como un acoplamiento de las mismas con el cuerpo. Para las tecnologías extensivas móviles, la movilidad no es inherente a ellas, porque el individuo nómada de la modernidad pone en movimiento su cuerpo, provisto de dispositivos inalámbricos, transitando las geografías del S.XXI, con la capacidad de establecer comunicaciones no solo bidireccionales, sino que además multidireccionales, existiendo aparatos ubicados en la periferia o a distancia de unidades centrales, que permiten que entren y salgan datos solicitados a un sistema global, a los que el usuario a través de la pantalla, el teclado u otra interfaz, puede acceder, todo posibilitado por una especie de red que es invisible y esta signada por un proceso dinámico de polimorfía, ya que es un “metamapa”, que va más allá de cualquier mapa convencional, que es capaz de engendrarlo, mediante la realización de actividades o situaciones físicas concretas que definen dinámicamente al territorio, justamente por la red se transportan flujos de información con itinerarios múltiples, que nada tienen que ver con una representación de tipo cartográfica, es así, que la manera de interpretar y reconocer los mapas como delimitaciones o representaciones rígidas del espacio o de los territorios, es puesta en duda, es repensada: el espacio urbano es el espacio que genera y donde se genera la vida urbana como una experiencia masiva de dislocación y extrañamiento, un desconocimiento mutuo, poniendo el acento en que el espacio urbano no puede concebirse como “cosa”, ni como un territorio con ciertos “límites”, y ese lugar se da en tanto y en cuanto, algo acontezca. “Como marca rediseñada una y otra vez por las migraciones que la recorren, y dan pie a una armonía confusa.” (Delgado, 2007, p.13)

Los transeúntes configuran los espacios urbanos por sus lenguajes, actividades y medios que despliegan, otorgando un carácter y una esencia al espacio urbano: su idiosincrasia funcional y sociológica, que no está preestablecida en un plan, ni tiene direccionalidades diseñadas, porque es resultado de millones de desplazamientos, movimientos, posiciones transitorias o hasta impredecibles, que dan lugar a mapas que son redes móviles que no tienen límites ni bordes. “El espacio urbano no es resultado de una determinada morfología predispuesta por un proyecto urbanístico, sino de una dialéctica ininterrumpidamente renovada y autoadministrada de miradas y expresiones”. (Delgado, 2007, p.13-14). Los urbanistas muchas veces ignoran esta cuestión, pensando que pueden determinar el sentido de la ciudad a través de dispositivos que dotan de coherencia conjuntos espaciales altamente complejos, trabajando a partir de un espacio representado o concebido, contrario a las formas de espacialidad que muestran y caracterizan el accionar cotidiano de una sociedad urbana, de un espacio percibido, vivido, usado, transitado, transformado y retransformado, que no son territorios medibles o categorizados por zonas, vías o cuadrículas, usando esquemas lineales que buscan una cierta claridad, demostrando el miedo a aquello que es inconmensurable, polisensorial, que nada tiene que ver con diagonales, radios, curvas o centros, si, con lo azaroso y lo imprevisible más allá de los

planes y los planos, lo urbano es otra cosa, es aquello que los urbanitas producen, utilizando y creando espacios.

Delgado (2007) agrega:

Son los practicantes de la ciudad quienes se desentienden de las directrices diseñadas, los principios arquitecturales, que han orientado la morfología urbana y se abandonan a apropiaciones efímeras y transversales, todo un océano interminable de acontecimientos.

Esta nueva visión sobre los nuevos mapas, que son “metamapas”, pone en relación a los individuos y sus desplazamientos junto a los dispositivos móviles localizables en el territorio, de manera tal que para ejemplificarlo, podemos mencionar como cualquier persona que va caminando por la ciudad, siente vibrar su celular, se detiene a observar la pantalla, y en vez de leer un mensaje de texto, su móvil puede notificarle dificultades para monitorear su posición y pedirle que mueva el dispositivo para poder hacerlo efectivo, evidenciando que el mapeo en el contexto de las urbes es prácticamente imprescindible, representando los flujos de individuos en el espacio, entendiendo que el territorio real y los desplazamientos que en él tienen lugar, producen itinerarios de información en la red, es decir, entradas y salidas de datos, procesos de intercambios y relaciones que se dan en la red. Lo que sucede es que a partir de los programas y aplicaciones instaladas en los aparatos, no solamente se puede saber dónde está el portador de un dispositivo, sino que se tiene esa información compartida, combinada con otras bases de datos que indican lo que está a su alrededor, entonces, un consumidor que lleve consigo un teléfono inteligente: con 3G, acceso a Internet, GPS, entre otros, y que se encuentre registrado en redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter o cualquiera de las posibilidades de Google, para enumerar algunas de ellas, tendrá sus datos, gustos o hábitos archivados allí, vinculando lo virtualizado con el espacio geográfico real, permitiendo que al pasar por la puerta de un comercio, institución o lugar, se reciba en el celular información del mismo, ajustado a los datos extraídos de las redes, algo que ya hemos mencionado, cada vez más común, y que Maps realiza constantemente. Toda representación cartográfica de itinerarios espaciales que sean detectados a través de dispositivos móviles, toman en cuenta las dos extremidades del circuito: el dispositivo móvil en movimiento impulsado por un sujeto, y la resultante visual, pero ese proceso de circulación de flujos no es lo que vemos, porque articula circuitos complejos y mutables en el tiempo, se trata de ese metamapa transversal de flujos de información en la red, que configuran y reconfiguran universos dinámicos, es como si por una superestructura intangible, el espacio real adquiriera nuevas formas de organización, con vínculos que exceden al mapa, mostrando la supremacía de la red.

Yaregui (2010) describe a la red como un metamapa inmaterial, que por las diferentes instancias situacionales que ella propone, delinea universos de posibilidades merced a una lógica relacional: un tejido de situaciones como resultado de un accionar nomádico de sujetos en escenarios de la ciudad, que moldea dinámicamente ese metamapa en permanente

progresión. Como vimos, la conjunción del sujeto-dispositivo-red configura el metamapa de flujos informativos que dibujan topografías virtuales intangibles, ahora, si sumamos el componente de la movilidad, la dimensión espacial y territorial adquieren relevancia. En este análisis que nos permite pensar el territorio desde una perspectiva diferente en relación a la movilidad, los nuevos medios locativos, sus aplicaciones, y los sujetos, podemos retomar a Deleuze y Guattari (1980) que explican la existencia de tácticas de estratificación en los territorios de las redes que se actualizan en el contexto de la cultura de la movilidad, y son un punto de partida para ver las ambivalencias del potencial crítico y creativo de las micropantallas urbanas, que se comportan como extensiones conectadas de nuestro cuerpo en el espacio físico e introducen nuevas variables en los sistemas de invasión de la privacidad y de rastreo. Definiendo los conceptos pertinentes al territorio, por territorialización se entienden los procesos y las dinámicas de estratificación y apropiación del espacio de las redes de comunicación, y, por agenciamiento, los procedimientos y estrategias de liberación de los devenires como potencias abiertas de los actuales territorios informacionales, entonces, las tecnologías móviles, ponen en juego procesos de territorialización, desterritorialización y reterritorialización, al articular líneas de fuga de recorridos y movimientos en el espacio que componen esta especie de “metamapa” dinámico que mencionamos, cuyo soporte es la red, por lo que las prácticas locativas abren nuevas posibilidades de agenciamiento relacionando al individuo con el contexto, y a los individuos entre sí, es más, es la movilidad la que instaura la emergencia de quienes estamos provistos de tecnologías móviles en red, donde el territorio se plantea como un escenario rizomático, en constante metamorfosis. Si bien, hemos dicho que el cuerpo es el motor que actualiza el carácter móvil de los dispositivos, también es crucial en esos movimientos territorializadores y desterritorializadores, ya que el cuerpo se mueve porque está dotado de tecnologías que incitan ese movimiento, relacionando el motor y el móvil: el cuerpo actualiza el potencial movimiento de las interfaces físicas, pero es a la vez, el movimiento el que insta al cuerpo a dibujar mapas creando los flujos informacionales dinámicos y virtuales, que ya no se basan, entonces, en coordenadas geográficas de representación, sino en huellas, donde el dispositivo y el cuerpo operan sobre un fondo que es la red, que enhebra relaciones en un todo mutable y rizomático. “El cuerpo se asume como un motor para la creación de nuevas territorialidades”. (Yaregui, 2010, p.68). En este sentido, la movilidad crea una noción de territorialidad que se da por dinámicas en red, que son cambiantes, por lo que las ideas de representación cartográfica no dan cuenta de los juegos de flujos dinámicos.

Me parece interesante desarrollar los conceptos de no-ciudad y de no-lugar, que corresponden a la lógica perceptiva y sensible de los desplazamientos, de los cambios y la inestabilidad de una vida en la experiencia urbana. La no-ciudad está constituida por una configuración socioespacial que nada tiene que ver con las cualidades que definen a la ciudad como una mera morfología, ni que entiende a lo urbano como una manera específica de vivir, lo cual es una concepción simplista, y un no-lugar como espacio hecho de

recorridos transversales en todas direcciones, de pluralidad de intersecciones. “La no-ciudad es todo aquello que no está cristalizado en las ciudades como estructuras de ningún tipo, es un oscilar”. (Delgado, 2007, p.62). Es un orden que organiza la ciudad al mismo tiempo que la desorganiza, un deshacer perpetuo de lo ya hecho, y un rehacer constante, traspasada por los transeúntes que intentan acomodarse a la ausencia de lugar, es ante todo lo nómádico. Deleuze y Guattari (1994) ven a la ciudad como entidad que es circulación y circuito, definida por entradas y salidas por las que los flujos circulan desde adentro a un afuera y viceversa, de forma horizontal. En congruencia, el no-lugar es producto del peregrinaje, una forma de pasar, entonces lo urbano es una experiencia masiva de carencia de ese lugar porque no reconoce ninguna de las características que lo harían un sitio reconocible en un mapa, son lugares de paso, vinculados con las no-ciudades que producen sociabilidad de forma ininterrumpida, cuya unidad vehicular es el transeúnte, que va de un lugar a otro, generando enunciaciones peatonales y retóricas caminatorias.

“Caminar viene a ser como hablar, emitir un relato, es pensar, abstraerse en su pensamiento, es transcurrir, más que solamente ir de un sitio a otro”. (Delgado, 2007, p.71).

En resumen, no se trata solamente de subrayar la importancia de poder ubicar la información, localizar objetos o lugares, ya que dadas las nuevas funciones de los dispositivos móviles, y de aplicaciones de geolocalización, como lo es Google Maps, esto es posible y visible para cualquier usuario en una interfaz accesible que se muestra en forma de un mapa, y que arroja datos como las coordenadas geográficas, sino más bien, repensar aquello que conlleva: relaciones dinámicas que suceden mediante el entrecruzamiento de diferentes mapas, ya sean geográficos o de redes sociales en un espacio virtualizado, que nacen en esos interfaces sociales y luego dejan de conocer límites. Asimismo, el dinamismo, el intercambio comunicacional interactivo, la ruptura de las distancias espacio-temporales, para mencionar algunas, son las características de las funcionalidades de Maps, que nos llevan a dejar sin efecto la lógica reduccionista de los territorios representados en y por mapas estáticos tradicionales, que no nos permiten salir de aquellos límites dibujados o que ya habían sido trazados, que de alguna forma intentaban plasmar en sí mismos al espacio real en su totalidad. Podemos afirmar que la movilidad y sus tecnologías, han generado una relación entre el espacio real y el espacio virtual, donde la sociabilidad es producto de la interacción del ciberespacio y el espacio real, entrando en juego un novedoso conjunto de prácticas comunicativas, también posibilitadoras de creación intersubjetiva, con redes que son los metamapas con líneas diversas y múltiples que construyen y destruyen para volver a construir, lo que llamamos territorialización, reterritorialización y líneas de fuga, que no solamente se dan en lo virtualizado de los flujos de datos, sino que también están vigentes en las dinámicas de la vida de los territorios de ciudades que son transitadas diariamente por millones de personas. En palabras de Bambozzi (2010): “El “afuera”, el espacio exterior, está siendo re-imaginado, con la ayuda o no de los sistemas de mediación”. (p.104)

Es el contexto vinculado al nomadismo, lo que favorece también, a hablar de un lugar que se habita transitoriamente, un “no-lugar”, volviéndose más general, planteando una paradoja: la especificidad del lugar demanda reconocimiento y atención centrada en un contexto, mientras que la portabilidad y las cualidades de los flujos característicos del nuevo nomadismo implican no tener tan en cuenta las particularidades contextuales, con el crecimiento de un espacio más informacional y de un contexto maleable.

“El extrañamiento de los flujos de información en las formas físicas del mundo permite imaginar geografías posibles, en procesos experimentales y subjetivos, en cartografías que se potencian a partir de nuevos procedimientos de mediación, localización y posicionamiento”. (Bambozzi, 2010, p. 104)

Capítulo III

Movilidad y aislamiento

Mucho hemos abarcado a lo largo de este trabajo el concepto de *movilidad* que se viene acrecentando de la mano de la emergencia y desarrollo de las tecnologías que presentan una novedad al ser transportables en la circulación diaria de las personas usuarias por el espacio urbano, superando las características de los medios anteriores analógicos, para hablar de una necesidad que se puede evidenciar como constante de llevar con cada uno de nosotros dispositivos mientras nos movemos y estamos conectados con los demás permanentemente, en definitiva, el hecho de salir de nuestros hogares, ya no implica en ninguna medida, dejar de estar vinculado o conectado con todo lo que está ocurriendo, a través de un entorno y espacio virtual, y mucho menos con lo que los otros tienen para decirnos. Otra certeza que tenemos es que todo acontecimiento o suceso se encuentra enmarcado en un determinado contexto y es por eso que debe de ser entendido desde esa óptica, por lo que cuando producto de un fenómeno de escala mundial, como el que todavía estamos atravesando, la propia esencia nómada de la “cultura del nomadismo” de nuestra sociedad actual se ve afectada, esto constituye una herramienta de análisis pertinente para ver cómo opera esa dicotomía movilidad-aislamiento. Con esto nos estamos refiriendo a la *Pandemia del Coronavirus* (Covid 19) que tras haber sido declarada como tal por la Organización Mundial de la Salud, implicó la instauración de una serie de medidas tomadas en Argentina por el Gobierno Nacional a partir del mes de Marzo del año 2020, entre las que el

aislamiento social y preventivo, la tan nombrada “cuarentena”, cobra un peso fundamental al poner en juego una tensión entre las nociones de movilidad y circulación por cualquiera de los lugares transitados por millones de personas, es justamente esta dicotomía que señalamos: movilidad- aislamiento, interesante para pensar los cambios que se fueron generando, y que empezaron a engendrar la que es hoy llamada: “La nueva normalidad”.

El confinamiento de las personas en sus hogares que no permite llevar adelante salidas que eran habituales para el desarrollo de actividades tanto laborales, escolares, o de recreación y tiempo libre, etcétera, permitiendo únicamente la circulación de trabajadores considerados esenciales, derivó en que una de las consecuencias más evidentes sea la mediatización prácticamente absoluta de todas nuestras experiencias de vida, una reorganización y reestructuración de las interacciones sociales, con la utilización de formas mediatizadas. Fernández (2020) propone pensar esta cuestión como una dislocación, es decir, como un desplazamiento porque fue necesario cambiar las cosas de lugar, trasladando nuestras tareas o actividades de un lugar a otro, encontrando una especie de arreglo en la mediatización. Hay que tener en cuenta que vivimos en sociedades que ya están funcionalmente mediatizadas, en este sentido, son atravesadas simultáneamente por cortes en el tiempo, espacio e intersubjetivos, causados o reparados, en cierta forma, por dispositivos tecnológicos de la comunicación que al involucrarse en los vínculos entre los sujetos, produce situaciones marcadas por un desfase entre las condiciones espaciales, temporales e intercorporales, basta con pensar la cantidad de veces por día en que nos tomamos el tiempo de ingresar a nuestras aplicaciones o redes sociales, ver si recibimos mensajes de WhatsApp, interesarnos en las imágenes o en los temas que son noticias en Instagram, Twitter o Facebook, interrumpiendo ese devenir, flujo de nuestra existencia, para poder adentrarnos en los ritmos, tiempos, espacios y vínculos que la tecnología nos propone, por ende, tecnológicamente mediados. Las normas del confinamiento intervienen en los hábitos, exponiendo ciertas reglas informales en esos usos del tiempo, espacio urbano y de nuestros cuerpos, que se relacionan directamente con el tráfico de las personas y las cosas, tanto en el interior de los hogares o instituciones, como afuera de los mismos, con la adaptación de la vida intramuros utilizando el espacio doméstico que antes era más para actividades transitorias, empleándolo para casos como el trabajo en casa o home office, las clases virtuales, o midiendo el comportamiento individual y de los demás según una serie de pautas para el espacio público de carácter social y sanitario, como el cumplimiento de las restricciones en las franjas horarias pautadas para la circulación, o la utilización de barbijos tanto en espacios abiertos como cerrados.

Otro eje a señalar es que la pandemia ha puesto en crisis muchas de las interfaces educativas, políticas o sanitarias creadas en la modernidad, con sus debilidades y limitaciones, otorgando visibilidad a la necesidad de rediseñarlas y adaptarlas a las necesidades de la sociedad actual, entendiendo que interfaz es todo lo que se encuentra delante de los usuarios: un mouse, los iconos en la pantalla, la gramática que regula los

intercambios entre los sujetos y los digital, que debe ser accesible, entendible y fácilmente utilizable para que las acciones de cambiar una foto o escribir un texto sean lo más importante, es decir, la cuestión práctica, en vez de poner el foco en problemas que la interfaz pueda presentar. La interfaz de usuario puede ser mirada desde un intercambio microsocioal entre el sujeto y una máquina o dispositivo, o ya desde un análisis de procesos y situaciones macrosociales, lo que constituye una concepción ampliada de las interfaces.

Scolari (2020) define a la interfaz como: “Red de actores que mantiene relaciones, y donde se dan una serie de procesos. Actores humanos individuales, institucionales y tecnológicos”. (p.11)

Así, es posible pensar a espacios como escuelas, hospitales o parlamentos como lugares de interacción entre los diversos actores humanos, institucionales y tecnológicos, siendo rediseñados frente a la crisis sanitaria, para que puedan seguir desempeñando sus funciones de la mejor forma posible, esto ocurrió por ejemplo, en las instituciones educativas de varios niveles, adoptando un sistema de aprendizaje virtual en línea o semipresencial, que tuvo como resultado el hecho de que muchos actores individuales no estaban del todo preparados para esta situación, como algunos docentes o miembros de las familias, sin embargo, hay que destacar que una parte importante de los alumnos tenía ya más facilidad para moverse en el mundo digital, y si hablamos de los actores tecnológicos, la falta de acceso a las herramientas y dispositivos comunicativos para la digitalización de las actividades de varios sectores de la población, dejó más a la vista la brecha digital que todavía hoy existe.

Los dispositivos y aplicaciones móviles por naturaleza, como sucede con los teléfonos celulares, tablets o computadoras portátiles, y en el caso de Google Maps han sido incluidas a lo largo de todo el proceso de distintas actividades cotidianas de las personas usuarias en las circunstancias de pandemia, adaptando su información y contenido, como soportes fundamentales para llevar adelante las prácticas. Las tecnologías móviles fueron incorporadas en materia educativa, en relación a la enseñanza y el aprendizaje, para la producción e intercambio de conocimientos y contenidos complejos, ya que complementan el espacio físico y temporalmente acotado de las aulas, con espacios que están fuera de ellas, cuyos soportes son medios electrónicos móviles, compartiendo y produciendo información educativa entre las personas.

Artopoulos (2011) afirma:

El aprendizaje ubicuo no solo es móvil o fluido, sino que se combina con el llamado aprendizaje “situado” o “auténtico”, conectando los contenidos escolares con problemas del mundo real y contextualizando el conocimiento. (p.24)

De esta manera los dispositivos móviles aprovechan la cultura de lo visual y de las redes sociales para desarrollar experiencia de interacción con contenidos dinámicos,

enriqueciendo el aprendizaje, desafiando los soportes y herramientas tradicionales de la presencialidad con las posibilidades que la virtualidad ofrece. Fernández (2020) retoma las palabras del sociólogo Luhmann, expresando que la función primera de toda tecnología de comunicación es “hacer probable lo improbable”, y la mediatización como proceso histórico justamente trabaja sobre improbabilidades derivadas de los desfases que se dan en las interacciones sociales: lo improbable de reunir cuerpos cuando el distanciamiento no permite un contacto situado, la de compartir cuando la distancia imposibilita la coexistencia en un mismo espacio, o la de un aquí y ahora cuando estamos separados. Podemos decir entonces, que los dispositivos no son algo que está entre medio, o que se interpone entre las personas, sino que posibilitan que las mismas, aún más en un contexto pandémico de restricción de la circulación, puedan relacionarse, modificando el vínculo de las personas con el mundo, y entre sí, por lo que un mundo de interacciones casi en su totalidad es posible, y con esto no queremos afirmar que lo mediatizado reemplaza o compite con el contacto cara a cara, ni con la presencialidad física a la que las personas están acostumbradas en los lugares, más bien demuestra como la tecnología móvil puede tener gran utilidad y funcionalidad, aún en una situación donde la movilidad se encuentra temporalmente suspendida.

En congruencia, Google Maps como aplicación locativa, no ha dejado para nada de lado la coyuntura sanitaria mundial, por lo que adaptó sus contenidos y modificó la interfaz del usuario en varios casos, cuestiones que tienen que ver con el rediseño y la manera de repensar las interfaces desde una mirada más compleja macrosocialmente hablando, porque si algo tiene Google a destacar es la capacidad de actualizarse constantemente en todas sus aplicaciones para mejorar las experiencias del usuario prestando suma atención al contexto, tal es así que al ingresar a la aplicación se muestra información relacionada al contexto de pandemia, por ejemplo si en una determinada área existe un brote de Coronavirus es posible ver cuáles son los lugares afectados, y si se selecciona como alerta principal en Google Maps, aparecen vínculos a nivel local según en qué parte del mapa te encuentras en ese momento para buscar y localiza centros de salud y hospitales que realicen testeos o pruebas de Covid 19, así como también los vacunatorios, siempre en función de tu ubicación actual y de aquellos sitios que estén más cercanos a la misma. A esto agregar que Maps toma como fuentes de contenido para ofrecer, a las agencias gubernamentales y organismos de salud pública para una información confiable y certera, consultando sobre los casos activos, que pueden aumentar o disminuir, alertas de tránsito según la zona que puede encontrarse afectada por alguna restricción al momento de querer circular, y locales comerciales, restaurantes o bares que se encuentren funcionando con normalidad, en qué horarios lo hacen, si son de consumo en el lugar, si se puede retirar allí, o si realizan servicio de delivey, ampliando la visión de los usuarios de una realidad, mediatizándola, una realidad a la que dadas las medidas aplicadas en torno a la circulación, físicamente no tendrían acceso de no ser por las tecnologías y aplicaciones móviles, posibilitando

información y desarrollando actividades que antes eran impensadas fuera del espacio físico de lo urbano, de una escuela, de un lugar de trabajo, de una institución, etcétera.

Agregar que es relevante detenernos en el concepto tan utilizado de “distanciamiento social”, para entender que el distanciamiento en realidad se da en el espacio, es un distanciamiento sanitario, ya que el cuerpo es el eje principal de la problemática, el primer mediador en las interacciones de comunicación, sin embargo, en esta pandemia, es además un posible portador o transportador de un virus para otro posible contagiado, por lo cual debemos estar distanciados de otros cuerpos, todo esto es, pensado desde esta lógica, un problema de distancia espacial que en ningún sentido puede ni debe anular lo social, la sociabilidad. “El distanciamiento no fue nunca social, nos fuerza a interacciones limitadas a las posibilidades de las interfaces”. (Fernández, 2020, p.31). Como ya detallamos, los hogares se convirtieron en lugares de múltiples actividades y de una vida que da paso a las pantallas, y el espacio público que no estaba mediatizado, casi vacío, producto de la ausencia de los múltiples recorridos, cruces y trayectorias de los cuerpos ya inexistentes, pero, que ahora comienza a cobrar otra vida, se empieza a llenar de otros espacios nuevos y mediatizados, materializados en las pantallas: Reuniones familiares, entre amigos o laborales por Zoom, Google Meet o Skype, miles de llamadas por WhatsApp, clases virtuales, entre otras. Esto está vinculado con la incertidumbre y la complejidad de esta pandemia mediatizada, llamada “*Panmedia*“, un concepto recogido de los trabajos académicos de Ferrarelli, y retomado en un libro compilatorio del Centro de Investigaciones en Mediatizaciones de la Universidad Nacional de Rosario, producto de la hiper, trans y multimediatización, que supone una mezcla con una superposición de mensajes, canales y actores: abundante producción, circulación y reproducción de textualidades y discursos que intentan dar un sentido a lo que estamos viviendo, con individuos que se constituyen a partir de la capacidad y la destreza de estar hiperconectados en varias pantallas, respondiendo a diversas demandas y manteniendo múltiples comunicaciones interactivas.

Scolari (2020) llama a la reflexión cuando plantea una especie de pregunta acerca de que quizás aquello que se pierde en el “mundo real“, lo podemos estar ganando en el “mundo virtual“, si la respuesta es afirmativa, entonces estaríamos construyendo un nuevo espacio digital, incluyendo no sólo a los más jóvenes que en su mayoría entraban y salían más fácilmente de este espacio, sino que también a los adultos que se han visto en la situación de utilizar y adoptar nuevas tecnologías a sus actividades, y en definitiva a su vida misma: generaciones que podían dominar WhatsApp, Facebook o Twitter, de un día al otro se han visto capturadas al mundo de Zoom, Google Meet, e incluso han utilizado funcionalidades inéditas hasta entonces en aplicaciones que eran de uso habitual, y que las mismas Apps fueron implementando e incorporando a las realidades de millones de personas: Quizás hoy en día en Google Maps, no sólo sea recurrente la búsqueda de un destino para llegar hasta el, algo que constituye su esencia, sino que también se puede buscar información sobre el

Covid 19 que ineludiblemente nos llama a quedarnos en casa, demostrando que la única movilidad que no es posible durante el aislamiento, es la movilidad física, pero emerge una alternativa, como vimos, que es la “movilidad virtual” por el espacio virtual, que cobra cada vez más fuerza, estrechamente relacionada con el espacio real justamente porque la realidad está mediatizada. Esta situación sanitaria, no hizo más que evidenciar algo que en gran porcentaje de nuestras vidas ocurría: mediatización por fotografías o ilustraciones, por alguna referenciación como puede ser un grupo de Facebook o WhatsApp, previsualizando el espacio utilizando aplicaciones de mapeo como Google Maps, Street View, o simplemente caminando con nuestro teléfono móvil por la calle. La mediatización está y siempre estuvo porque las nuevas tecnologías llegaron para quedarse, lo principal del análisis es entender que la pandemia y su consecuente aislamiento, no suspendieron la movilidad en su totalidad, y mucho menos la comunicación social, porque la idea de una movilidad física o de la ubicuidad de los cuerpos en un espacio para estar efectivamente “en contacto”, o como única posibilidad de realizar efectivamente ciertas actividades en nuestra vida, necesita de un concepto superador que los dispositivos vienen a poner en discusión: interactivos y socializadores por naturaleza, disruptivos en tiempo y espacio, basta con prestar atención a nuestras experiencias vividas en este tiempo.

“La relación de los individuos con cualquier espacio geográfico, sea urbano, plena calle o institucional, esta indefectiblemente articulada con el espacio mediatizado”. (Tobi, 2020, p.19).

Conclusión

Al comenzar este trabajo se empezó a describir de alguna manera el contexto de desarrollo actual del eje fundamental de esta carrera, que no es nada más ni nada menos que la comunicación, sin embargo en su título no encontramos esta palabra de forma explícita, pero con todos los planteamientos teóricos expuestos es posible definirla, caracterizarla entendiendo además cómo es que las personas se relacionan entre sí a partir de los nuevos medios de comunicación y cómo se introducen en el mundo cotidiano de cada uno de nosotros. Google Maps es una de las mejores herramientas que luego de analizarla, encontré para poder ejemplificar la dinámica de la comunicación esencialmente móvil desde esta nueva mirada y verla en acción con las posibilidades que ofrece a sus usuarios. Hoy es casi imposible pensar en que la mayoría de nosotros no pueda coincidir en la importancia de estar comunicado todo el tiempo a través de al menos un dispositivo, y

cuando decimos todo el tiempo nos referimos a una necesidad que va de la mano con nuestras rutinas, que tienen cada vez menos instancias de permanencia en lugares o espacios determinados, por lo que aquí podemos retomar uno de los axiomas de Watzlawick (1967): “Es imposible no comunicar“, y el concepto de Hiperconectividad que señala Igarza (2009) , un producto de las facilidades que el movimiento ha introducido en la comunicación de una sociedad que como vimos, se ha vuelto nómada en cuanto a sus actividades y sus tiempos con múltiples desplazamientos, y justamente los medios de comunicación acompañan acrecentando esta tendencia presentando a los usuarios nuevas funciones para que puedan emplear en sus vidas, es decir que cada vez puedan hacer más y mejores cosas con sus dispositivos aprovechando el tiempo, de forma más rápida, en cualquier momento y lugar, por lo que tienen un impacto directo en la manera de hacer las cosas, generando una ruptura en relación a los anteriores medios y lo que estos posibilitaban, a la par que la misma sociedad fue mutando en su estilo de vida, actualmente atravesando una “cultura del nomadismo“ según Lemos (2010), llevando a esta adopción de las nuevas tecnologías en lo cotidiano: acelerando los flujos de relaciones sociales, creando nuevas, agilizando y dinamizando los tiempos, acortando las distancias, y otra cuestión fundamental, diversificando a los emisores y receptores: todo aquel que cuente con al menos un dispositivo no puede solamente leer contenido o consumirlo porque es producto de otros, hoy todos somos potenciales creadores, todos tenemos algo para decir, para mostrar, hay múltiples emisores y múltiples receptores posibles, la pasividad ya no es una condición en el proceso de recepción de información, se han desdibujado los límites que describían a la comunicación como aquella que se generaba entre dos puntos, donde quien recibía solamente se limitaba a este rol, por lo que podemos afirmar que si generamos información de cualquier índole, ya es incierto lo que pueda acontecer después, puede que alguien haya comenzado siendo emisor pero pasará a ser receptor del contenido de otros, por ejemplo lo que puedan decir sobre lo que publicó en una red social , y luego volverá a ser emisor, y receptor, y así sucesivamente, porque hay miles y miles de personas que reaccionarán desde sus dispositivos estén donde estén de formas totalmente inesperadas. Entonces podemos acceder a información en cualquier parte mientras nos movamos llevando con nosotros un dispositivo, que es de carácter móvil, ya que sabemos que con el paso del tiempo se han masificado provocando un aumento en la parte de tiempo que invertimos en ellos, no solamente es utilizarlos, sino que ya es un “estar pendiente de“(dispositivos).

Si nos detenemos en este punto, la practicidad tiene que ver con que son transportables, y aquí podemos establecer otra diferenciación notable pensando en los antiguos medios analógicos, ya que estos nuevos dispositivos digitales y móviles, convergen en sí mismos muchas utilidades a las que antes se podían acceder solamente por determinados medios específicos segmentando las funciones según cada medio, como ocurría con la radio, el teléfono fijo, la televisión por cable, basta con pensar cuántas cosas podemos hacer solamente con un teléfono móvil, por ejemplo. Actualmente los dispositivos móviles

permiten llevar adelante un estilo de vida más personalizado al mismo tiempo que amplían nuestras redes sociales para decir de otras maneras: por fotos, videos, comentarios, valoraciones, recomendaciones, opiniones, etcétera, no únicamente por mensajes de texto, abren un abanico gigantesco que amplía la comunicación como una actividad esencial, que la hace una red en sí misma, ya no predisponiendo un trazado lineal que pasa por dos puntos, uno de emisión y otro de recepción, sino que va mas allá: múltiples mensajes y significaciones que circulan, más creadores de contenido que conllevan mayores oportunidades de elección, y por ende de participación social de los usuarios.

Los dispositivos móviles inteligentes conectados a la Web, llegaron a desafiar a los estudios tradicionales de comunicación de masas y su manera de entender a la comunicación como difusión, es decir un mensaje “de uno a muchos“ representando la masa, al plantear esta comunicación interactiva que combina medios y formatos, alejándose de la lógica del broadcasting, es posible ya hablar de la movilidad como un elemento que entra en juego en la comunicación para meterse entre los clásicos elementos que conocemos: emisor, mensaje y receptor, anulando las distancias que los separaban y la necesidad de permanecer estáticos dependiendo de un espacio y un soporte fijo para comunicarse. Y si hablamos de movilidad, podemos entenderla en términos de movilidad de todo tipo de contenidos a través del Internet constantemente, de la movilidad de emisores y receptores por la ya mencionada portabilidad de los dispositivos y tecnologías como el Wi-fi, y una ubicuidad de la información gracias al acceso a Internet por banda ancha en casi todas partes. Es con la digitalización de la información y los constantes desplazamientos con trayectorias de las personas, que cada vez más dispositivos incluyen tecnologías de GPS y localización, es así que la aplicación móvil por excelencia de los últimos tiempos ha sido y sigue siendo Google Maps, porque tanto desde sus funciones ofrecidas, su lógica de funcionamiento y su diseño, que ya hemos visto en profundidad, es capaz de vincular los escenarios virtuales y reales, de conocer en detalle a cada uno de sus usuarios, de romper las barreras espacio-temporales reconfigurando las temporalidades y espacialidades, de vincular a quienes la utilizan entre sí fomentando la interactividad y la coproducción de contenidos, todo esto, partiendo simplemente de una cuestión que parece sencilla: colocar un destino al que se pretende llegar en un buscador, que luego dará luz a un sinfín de oportunidades.

Podemos afirmar que Google Maps responde completamente a todas las características de la Comunicación móvil que hemos caracterizado en este trabajo, donde nuestra realidad esta mediatizada por los dispositivos que se han adaptado a ella, suscitando nuevas relaciones que son sociales, de nuevas posibilidades de repensar lo geográfico donde la sociabilidad, lo social, lo cultural, son producto del entrecruzamiento de aquello que comienza por un artefacto o dispositivo, para ser visualizado desde un espacio virtualizado, teniendo implicancias en cuanto a las rupturas y reconstrucciones en los espacios físicos y en los territorios informacionales a través de esta lógica de red, de multiplicidad de flujos que la misma comunicación en movimiento nos propone.

Castells (2012) acompaña esta caracterización sobre la vida en esta sociedad agregando:

La nuestra es una sociedad red, construida entorno a redes personales y corporativas, operadas por redes digitales que se comunican a través de Internet. Y como las redes son globales y no conocen límites, la sociedad red es una sociedad de redes globales.

Google Maps convierte en cierto modo a nuestro mundo real y virtual en una gran red donde todo se encuentra conectado con todo: Es posible acceder a conocer cualquier parte del enorme mapa mundial a través de un dispositivo con una movilidad que trasciende las significaciones espaciotemporales, porque no es necesario estar físicamente en un destino para saber sobre él, su cultura, sus bellezas naturales, sus espacios turísticos y recreativos, los horarios y ritmos cotidianos, etcétera, además poder recorrerlos en una visión muy ampliada desde unos 360°. Asimismo, si se desea movilizarse efectivamente por un territorio físico la aplicación guía paso a paso para poder llegar, describiendo caracteres importantes en el camino en menor tiempo y distancia, que marcan los ritmos de nuestra cotidianidad. Este es el punto tal de desarrollo de esta App que hasta plantea a la movilidad desde un lugar mucho más amplio poniendo en contacto los mundos privados e individuales de los demás en un todo colaborativo, en una construcción colectiva, diversa de experiencias propias que son plasmadas en ella y que ayudan a proporcionar información creando sentidos de lugar, entonces, ineludiblemente, hay comunicación, porque hay encuentros, una comunicación multidireccional que no conoce emisores ni receptores definidos, que es instantánea, rápida, virtual y por sobre todo, móvil, y lo es no solamente porque Google Maps nos muestra un mapa en las pantallas para geolocalizar los lugares o las cosas, que es la utilidad primera que se puede apreciar, sino además porque las informaciones circulan en ella estando presentes donde sea que vayamos, por lo que Google Maps permite establecer un vínculo entre el estilo de vida dinámico y agitado de la mayoría de la sociedad y las formas que adoptan para comunicarse entre sí mediante los mecanismos e intercambios comunicacionales que se presentan, y la influencia que tienen sobre las percepciones de los territorios, dejamos de verla como una simple App de mapeo, de geolocalización o GPS para constituir una forma de comunicación móvil en sí misma, una red de comunicación que opera en los sujetos, los espacios y territorios, y en las significaciones mismas. Hasta aquí, el desarrollo sobre los medios locativos que son móviles por naturaleza, y su relación con los sujetos y los territorios donde se emplea la aplicación móvil-locativa, Google Maps.

Para cerrar, sobre esta nueva era de la movilidad en la que nos encontramos, Amar (2011) afirma que en los próximos años experimentaremos como lo virtual alimenta lo real, una tendencia que pasara por la inmaterialidad de los transportes (digital) y los movimientos corporales particularmente a pie.

Referencias bibliográficas

- Aguado J. M. y Martínez I., (2006). “El proceso de mediatización de la telefonía móvil: de la interacción al consumo cultural”. Zer. Revista de estudios de Comunicación. p. 319-p. 339.
- Amar G., (2011). “Homo Mobilis. La nueva era de la movilidad”. Buenos Aires, Argentina. La Crujía.
- Artopoulos, A., (2011). “La sociedad de las cuatro pantallas. Una mirada latinoamericana”. Barcelona, España: Ariel.
- Attali, J., (2003). “L’homme nomade”, Paris, Fayard.
- Bambozzi, L., (2010). El lugar de negociación de la movilidad. En Beiguelman G. y La Ferla J., “Nomadismos tecnológicos, dispositivos móviles. Usos masivos y prácticas artísticas” (p.104).
- Beiguelman, G. y La Ferla J., (2010). “Nomadismos tecnológicos, dispositivos móviles. Usos masivos y prácticas artísticas”. Barcelona, España: Ariel.
- Castells, M., Fernández-Ardevol, M., Kinchuan Qiu, J., y Sey, A. (2007), *Mobile Communication and Society: A Global Perspective*, Boston: MIT Press.
- Castells, M., (2014). “El impacto de internet en la sociedad: Una perspectiva global”. Madrid, España: Turner.
- Castells, M., (2012). “Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet”. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Castillo Pomedá J. M., (2016). “Conectados. La cuarta pantalla como epicentro de las comunicaciones sociales”. Madrid, España. Revista de Comunicación de la SEECI, 40.
- Deleuze, G. y Guattari, F., (1980). “Mil Mesetas. Capitalismo y esquizofrenia”. Paris, Francia: Les Editions de Minuit.
- Delgado M., (2007). “Sociedades Movedizas. Pasos hacia una antropología der las calles”. Barcelona, España: Anagrama.
- Fernández J. L., (2021). “Vidas mediáticas. Complejidades, fronteras e intersticios”. Rosario, Argentina: CIM, UNR.
- Fernández J. L., (2020). Un orden dislocado. Mediatización de las interacciones sociales en tiempos de confinamiento. En Valdetarro S., “Conversaciones en Panmedia”. (p.31). Rosario, Argentina: UNR Editora.
- Igarza, R., (2009). “Burbujas de Ocio. Nuevas formas de consumo cultural”. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

- Lefebvre, H., (1978). "El derecho a la ciudad". Barcelona, España: Península.
- Lemos, A., (2010). Cultura de la movilidad. En Beiguelman G. y La Ferla J., "Nomadismos tecnológicos, dispositivos móviles. Usos masivos y prácticas artísticas" (p. 13). Barcelona, España: Ariel.
- Lemos, A., (2010). Cultura de la movilidad. En Beiguelman G. y La Ferla J., "Nomadismos tecnológicos, dispositivos móviles. Usos masivos y prácticas artísticas" (p. 2). Barcelona, España: Ariel.
- Ling, R. (2008). *The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society*, San Francisco, CA.: Elsevier.
- Morley, D., (2017). "Communications and mobility: The migrant, the mobile phone, and the container box". Estados Unidos: Wiley-Blackwell.
- Santaella, L., (2010). Las ambivalencias de los medios móviles y locativos. En Beiguelman, G. y La Ferla J., "Nomadismos tecnológicos, dispositivos móviles. Usos masivos y prácticas artísticas". (p. 72). Barcelona, España: Ariel.
- Sautu, R., Boniolo P., Dalle P. y Elbert R. 2005. "Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología". Buenos Aires, CLACSO.
- Schmucler, H. y Terrero P., (1993). "Nuevas tecnologías y transformaciones del espacio urbano". Buenos Aires, Argentina. En revista Telos, nº 32.
- Scolari. C., (2020). Las interfaces de nuestra sociedad están en crisis y llego la hora de rediseñarlas. En Valdetarro S., "Conversaciones en Panmedia". (p.11). Rosario, Argentina: UNR Editora.
- Sibilia, P., (2008). "La intimidad como espectáculo". Buenos Aires, Argentina: Fondo de cultura económica.
- Silva, Armando. (2016). "Imaginario. El asombro social". México: Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Suarez, B., (2019). "El fragmentado sujeto: La subjetividad en la era de los dispositivos digitales". *Designis*, 30. Ciberculturas. Recuperado de <http://www.designisfels.net/revista/30/designis-i30p45-52.pdf>
- Tobi, X., (2020). Del espacio público al espacio mediatizado. En Valdetarro S., "Conversaciones en Panmedia". (p.19). Rosario, Argentina: UNR Editora.
- Urresti, M., (2011). Las cuatro pantallas y las generaciones jóvenes. En Artopoulos, A., "La sociedad de las cuatro pantallas. Una mirada latinoamericana". (p. 17). Barcelona, España: Ariel.
- Urresti, M., (2011). Las cuatro pantallas y las generaciones jóvenes. En Artopoulos, A., "La sociedad de las cuatro pantallas. Una mirada latinoamericana". (p. 23). Barcelona, España: Ariel.

Urresti, M., (2011). Las cuatro pantallas y las generaciones jóvenes. En Artopoulos, A., “La sociedad de las cuatro pantallas. Una mirada latinoamericana”. (p. 18). Barcelona, España: Ariel.

Vacas, F. (2010). “La comunicación Vertical, medios personales y mercados de nicho”. Buenos Aires, Argentina. La Crujía.

Van Dijck, J., (2016). “La cultura de la conectividad: Una historia critica de las redes sociales”. Buenos Aires, Argentina: Siglo veintiuno.

Yeregui, M., (2010). Móviles en movimiento. Cuerpo y territorio en la escena postmedia. En Beiguelman G. y La Ferla J., “Nomadismos tecnológicos, dispositivos móviles. Usos masivos y prácticas artísticas” (p.68). Barcelona, España: Ariel.

Fuente de las imágenes utilizadas:

Fernández, Y., (2011). “Google Maps: 36 trucos (y algún extra) para ser un completo maestro Jedi”. Xataka. Recuperado de: <https://www.xataka.com/basics/google-maps-trucos-algun-huevo-pascua-para-ser-completo-maestro-jedi>