

Las personas mayores y su relación con las TIC en Montevideo, Uruguay

Romina Verrua

romiverrua@gmail.com

Facultad de Información y Comunicación.

Universidad de la República.

Uruguay

RESUMEN

A partir de preguntarnos si *¿vivimos en sociedades más democráticas ahora que existen dispositivos tecnológicos que facilitan la participación y la publicidad de actos de gobierno, de modo más rápido y transparente?*; y de una segunda inquietud, en relación al uso que las personas mayores (PM) hacen sobre los nuevos dispositivos tecnológicos, vinculados al uso de internet. *¿Por qué las PM quieren aprender a usar tablets, netbooks, celulares android?, ¿qué los impulsa a querer acceder?* Intentaremos caracterizar la relación que las PM tienen con las TIC, para lo cual entendemos que es necesario poder caracterizar algunos rasgos que condicionan. Así se describirán las políticas públicas sobre comunicación y cultura que inciden en la sociedad uruguaya; así como algunas específicas que impactan directamente en la población de personas mayores. Por otra parte, se abordarán datos sobre los consumos de medios y de TIC que las personas mayores realiza. Para lo cual se recuperarán los datos de tres estudios de opinión pública de alcance nacional realizados entre 2010 y 2014, que avanzan sobre esta caracterización, a la vez que los pondrá a dialogar con la información recabada en la última encuesta del Plan Ibirapitá realizada en 2016.

ABSTRACT

This project initiated with two questions *¿do we live in more democratic societies because there are technological dispositives helping us in participation and communication with governments? and ¿why old people want to learn and use tablets, netbooks, cell phones?.*

This dissertation analyzes how old people use information and communication technology, and expone about communication and cultural policies from Uruguay, specifically about old people's policies. Besides, it introduce three national public opinion research developed between 2010 y 2014 and analyzes results of Plan Ibirapitá inquest, made in 2016.

Palabras clave

políticas comunicación – TIC – personas mayores

Keywords

old people - communication laws - ICT

I. Introducción

A partir de una primera pregunta: *¿vivimos en sociedades más democráticas ahora que existen dispositivos tecnológicos que facilitan la participación y la publicidad de actos de gobierno, de modo más rápido y transparente?*. Una segunda inquietud, en relación al uso que las personas mayores (PM) hacen sobre los nuevos dispositivos tecnológicos, vinculados al uso de internet. *¿Por qué las PM quieren aprender a usar tablets, netbooks, celulares android?, ¿qué los impulsa a querer acceder?* A partir de allí comenzamos a indagar: *¿Acceder/apropiarse de las TIC implica conquista de derechos? ¿Qué relación hay entre TIC y democracia en nuestra sociedad?*.

Esta presentación es un avance de la investigación de tesis de maestría que se encuentra en desarrollo. Aquí queremos dar cuenta de algunos avances en relación al marco normativo y de políticas públicas sobre comunicación y cultura, que entendemos inciden en esta relación. Así como algunos rasgos en los consumos de medios audiovisuales y TIC que las PM realizan.

Uruguay es un pequeño país del Conosur, de acuerdo al último censo publicado por el Instituto Nacional de Estadística (2014), realizado en 2013, cuenta a 3.440.157 habitantes en los 19 departamentos del país. De los cuales, cerca de la mitad residen en la capital, Montevideo. Es el país más envejecido del continente, siendo el 19% de su población mayor a 60 años (Rovira, 2016, p.1).

Para procurar comprender la relación que las PM tienen en relación a las TIC actuales, entendemos que es necesario poder caracterizar algunos rasgos que condicionan. Por una parte, cuáles son las políticas públicas sobre comunicación y cultura que inciden en la sociedad uruguaya; y específicamente las que impactan directamente en las PM. Asimismo, entendemos que no es posible pensar el gran cambio tecnológico de internet si no es como parte de la historia de transformaciones tecnológicas de nuestras sociedades. Proponemos pensarlo en diálogo con tecnologías de la comunicación e información tales como: diarios, radio, y televisión. Considerando la mirada de la teoría crítica que sostiene que “el orden técnico es más que la suma de herramientas y que, de hecho, estructura el mundo sin que importen las intenciones del usuario. Al elegir nuestras tecnologías nos convertimos en lo que somos, lo cual a su vez da forma a nuestras elecciones futuras” (Feenberg, 2012, pg 37); es necesario poder pensar las caracterizaciones tecnológicas de las sociedades como una dimensión que se vincula y tensiona con las demás: política, social, económica, cultural/comunicacional (Bijker, 2005). En ese sentido, pretendemos poder relacionar las transformaciones políticas y tecnológicas con los consumos que las PM realizan. Para lo cual se recuperarán los datos de tres estudios de opinión pública de alcance nacional realizados entre 2010 y 2014, que avanzan sobre esta caracterización, a la vez que se los pondrá en diálogo con la

información recabada en la última encuesta del Plan Ibirapitá¹, realizada en 2016, que da cuenta de la relación que los beneficiarios de dicho plan tienen con el dispositivo recibido.

¹ En el año 2015 se inauguró el Plan Ibirapitá, destinado a las personas mayores. Dicho programa provee una tablet, un curso de iniciación y una conexión a internet en caso de ser necesaria, a jubilados y pensionistas que perciban hasta \$28,888 uruguayos por mes.

II. Marco teórico/marco conceptual

Políticas de Comunicación y Cultura

Se procurará caracterizar las Políticas de Comunicación y Cultura intentando dar cuenta de los diferentes aspectos que configuran las políticas no como un todo coherente y hermético, sino como largos procesos de debates, relaciones de fuerzas y tensiones. Asimismo, las transformaciones de estas políticas se dan en estrecha relación con los cambios económicos, políticos y tecnológicos que fue necesario reconstruir para poder avanzar en la construcción de este mapa.

Los medios en un puño

Intentando reconstruir la historia de formación del sistema mediático uruguayo, podría decirse que nace ligado a actores del sector privado y, ya desde sus orígenes, de manera concentrada. Según el informe de UNESCO “Desarrollo Mediático en Uruguay: Diagnóstico, perspectivas y desafíos” (2015), el surgimiento de los primeros diarios nacionales a comienzos del siglo XIX, se dio ligado explícitamente a algún partido político. Este rasgo no se mantiene, aunque es notoria la diferencia editorial entre cada uno de ellos. En la actualidad, a nivel nacional circulan cuatro diarios, todos editados en Montevideo, y en el resto del país se editan alrededor de veinte.

Las primeras emisoras radiales surgen en la segunda década del siglo XX. Fueron los comerciantes quienes intentando justificar el negocio de la venta de receptores, comenzaron a montar sus propias emisoras. “Fada Radio” es la primera que se recuerda, y le debe su nombre a una marca de receptor. La radio pública también surge en esta época. La primera emisora del Sodre (Servicio Oficial de Difusión Radioeléctrica) comienza a transmitir en abril de 1930. (Monje, 2013, 246-247). Desde el comienzo la radio privada inició un camino de fortalecimiento y crecimiento; a la par, iba ocupando cada rincón del espectro radiofónico. En paralelo, el lugar de la radio pública se iba desdibujando en el dial, por no generar propuestas o contenidos que le permitieran disputar audiencia masiva. Después de su nacimiento, “en las tres décadas siguientes, la radio (privada) dominó el mundo del entretenimiento y la información en el país, nucleando a los principales artistas nacionales y convocando a estrellas internacionales para alimentar las fonoplateas, formato entonces inmejorable para los más selectos recitales musicales que se realizaban en el país” (Díaz en Rincón, 2010, p.247). En la actualidad hay más de 400 emisoras radiales que cuentan con autorización: en AM son 89, y en FM, son 319, incluyendo en este último grupo a las radios

comunitarias². El sistema de radios en su conjunto tiene una cobertura casi del 97% de la población. (Unesco, 2015, p. 7).

Los primeros canales de televisión nacieron entre 1956 y 1963. Canal 4, canal 10 y canal 12, canales privados, se cuentan como tres de los primeros cuatro, y continúan siendo hoy los más fuertes de la televisión uruguaya. El cuarto es el canal estatal, canal 5, que nació último, 8 años después que se hubiera adjudicado. Desde los orígenes, los “tres grandes” fueron construyendo grupos empresariales: incorporando canales del interior del país, venta de contenidos, y también la inclusión de medios gráficos y radiales (idem). En 1994, además, se asociaron para gestionar el sistema de televisión de abonados en Montevideo, al cual más del 60% de los habitantes contrata. La cobertura de la televisión abierta es del 90% de la población, de la cual el 95% consume canal 4, canal 10 y canal 12. Asimismo, la televisión abierta absorbe el 50% de la inversión publicitaria, y el 95% de ésta culmina en los dueños de los tres grandes. En relación a la televisión de pago, el 46% del total es facturado por los propietarios de Canal 4, 10 y 12.

En el año 2012 se estableció el marco regulatorio para la transición a la televisión digital, proyectando el apagón analógico para el año 2015. La intención era otorgar concesiones automáticas a los canales analógicos instalados y abrir espacio a nuevos actores. En 2013 se realizaron convocatorias para asignar canales comerciales, públicos y comunitarios. La Central de Trabajadores (PIT-CNT) se presentó a esta convocatoria resultando beneficiaria de la asignación de una señal de televisión digital; sin embargo, hasta el momento solo se ha puesto al aire uno de ellos, gestionado por la Intendencia de Montevideo.³ (Unesco, 2015, p.7). Vale destacar que el proyectado apagón no cumplió con los plazos, y en la actualidad conviven los dos sistemas, con escasa adhesión -y conocimiento de su existencia- de la población a la televisión digital. (Kaplún, 2016).

Intentando dar respuestas a la configuración de medios de Uruguay, la ONG Grupo Medios y Sociedad, desarrolló en 2007 una investigación que dio como resultado lo que se podía entrever: “la concentración de los medios de comunicación en Uruguay era muy alta y las regulaciones existentes no resultaban apropiadas para el efectivo control de la legalidad del sector” (Díaz en Rincón, 2010, p.249).

De la mano de una rápida penetración de internet en el país, en el año 2007 se impulsó la política pública Plan Ceibal, que implicó la entrega de una computadora a cada alumno de enseñanza escolar y media. En el mismo sentido, enmarcada en el Plan Ceibal, en el año 2015 se inauguró el Plan Ibirapitá, destinado a las personas mayores. Dicho programa provee una tablet, un curso de iniciación y una conexión a internet en caso de ser necesaria, a jubilados y pensionistas que

2 A partir de la sanción de la Ley de Radios Comunitarias en 2007 comenzó un proceso de censo y entrega de licencias a los radios sin fines de lucro. Sin embargo, veremos más adelante, que por el modo en que se desarrolló la aplicación de esta Ley aún quedan emisoras al aire que quedaron fuera de este proceso de regularización.

3 Cabe destacar que aunque la central trabajadora no hace uso del canal asignado, en octubre de 2017 comunicó en los medios el lanzamiento de su canal de YouTube para emitir un informativo. (Panzl, 2017)

perciban hasta \$28,888 uruguayos⁴ por mes. A finales de 2015, según el informe de Unesco, casi el 65% de los hogares del país tenía conexión a internet. La gestión del recurso que permite el servicio de internet está en manos exclusivas de la Administración Nacional de Telecomunicaciones (ANTEL), empresa pública fundada en 1974. Antes de esta innovación tecnológica la telefonía fija estaba bajo su completo dominio. En la actualidad si bien empresas privadas proveen telefonía móvil, es la que posee mayor cantidad de clientes. (Beltramelli, 2017, p.29)

Al decir de Omar Rincón (2010) el sistema mediático en Latinoamérica puede caracterizarse por rasgos comunes. El rasgo de concentración de la propiedad de los medios, por ejemplo, es uno de ellos, y Uruguay no queda exento. Asimismo, unos medios públicos raquíuticos desde su surgimiento hasta hace pocos años, puede considerarse otra de las características latinoamericanas en la cual la República Oriental, suscribe. Sin embargo, desde el punto de vista de la propiedad, Uruguay presenta una particularidad que no aparece en el resto de la región. Mientras los medios de Servicio de Comunicación Audiovisual se encuentran concentrados en manos privadas desde sus orígenes, y poco han impactado las numerosas reformas legales e institucionales de las últimas décadas frentamplicas; las telecomunicaciones se encuentran bajo el dominio de la empresa estatal ANTEL. (Beltramelli, 2017, p.29).

Lo normativo: vaivenes y callejones

“La mejor ley es la que no existe” dicen los dueños de los medios de Latinoamérica. Este es un rasgo común, y fue una realidad durante gran parte del siglo XX en la región. (Rincón, 2010, p.7).

En el caso de Uruguay, durante la dictadura militar, en 1977, el decreto-ley 14.670 estableció que los servicios de radiodifusión podían ser brindados por entes oficiales o privados. También determinó que la asignación de frecuencias de radio y televisión quedaba en manos del Poder Ejecutivo, así como la sanción por faltas, la decomisación de equipos o la anulación de las autorizaciones. La anterior reglamentación registrada, que quedó anulada a partir de la sanción de este Decreto-Ley, data de 1928⁵. Esto significa que desde el surgimiento de la radio y la televisión hasta 1977 no hubo normativa que controlara la actividad.

Según José Pedro Díaz (en Rincón, 2010) desde la salida de la dictadura militar, en 1985, hasta comienzos del siglo XXI, la relación entre gobierno y medios de comunicación era “apacible”. Funcionaba, digamos, sin demasiados conflictos. Este autor, señala la crisis del 2002, como una de las más grandes que atravesó el pueblo uruguayo y en la que comenzó a fisurarse aquel vínculo tranquilo. Si bien no había ninguna norma que lo estableciese, hasta entonces el Estado brindaba

⁴ Equivalente a alrededor de 1000 dólares.

⁵ Se trata de la Ley 8.390

recursos a los medios de comunicación mediante pauta publicitaria. El período de crisis dio cuenta de los límites públicos, lo que se tradujo en recortes que llegaron en algunos casos -particularmente las radios- en la disminución de hasta el 75% de los ingresos. A este malestar Díaz añade otro mojón que profundizaría el fin de las aguas calmas entre medios y Estado: el triunfo de la alianza de izquierda Frente Amplio (FA) en las elecciones nacionales del año 2004. (idem, p.251).

Las transformaciones en políticas comunicacionales desde el ascenso del FA, que continúa hasta la actualidad en la presidencia del país, tiene recorridos sinuosos y complejos.

Durante el primer gobierno del FA (2005-2009) se realizaron algunos cambios en relación a la normativa y marco institucional relativas a la comunicación. La creación de la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicación en 2001 fue un primer paso de renovación normativa. En el año 2005 se eliminó la Dirección Nacional de Comunicaciones y se creó la Dirección Nacional de Telecomunicaciones (DINATEL) en el ámbito del Ministerio de Industria, Energía y Minería⁶ (Unesco, 2015, p.8) pero no es sino hasta 2008 que comenzó su funcionamiento real (Kaplún, 2016). En el año 2007, se sancionó la Ley de Radios Comunitarias (Nº 18.232) y se lanzó el Plan Ceibal (Ley Nº18.640). En el año 2008 se sancionó la Ley 18.381, de acceso a la Información Pública. Ese mismo año, además, se despenalizaron los delitos de injuria y desacato, se redactó un proyecto de ley de asignación de publicidad oficial, y se avanzó en la Ley de Cine. (Kaplún, 2016).

A partir de 2008, bajo la implementación de la Ley de Radios Comunitarias, se realizó un llamado a censo para estos medios. El Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria (CHARC), constituido a partir de la ley y compuesto por diferentes actores del sector público, privado, comunitario y universitario; se constituyó como un modo novedoso y participativo de asignación de licencias. Sin embargo, terminó funcionando casi en soledad, por la voluntad de sus integrantes y con escasos recursos por parte del Estado. (Kaplún, 2015). De todas maneras a partir del censo y mediante audiencias públicas abiertas en todo el país, se asignaron licencias a radios comunitarias⁷. Esta ley, además, reserva el 33% del espectro radiofónico para emisoras de este sector.

Durante el período gubernamental 2005-2009 uruguayo, además, se creó la Agencia de Gobierno Electrónico y Sociedad de la Información y del Conocimiento (AGESIC), en su órbita opera la aplicación de la Ley de Acceso a la Información Pública y el Consejo Asesor respectivo.

En relación a los medios públicos también se dieron transformaciones. Desde el año 2005, se observaron mejoras en calidad y alcance tanto en radio como en televisión. La radiofonía pública comenzó a contar con cuatro emisoras. La televisión, mejoró la información, incrementó la

6 Cabe destacar que no existe un Ministerio de Comunicaciones, y las políticas culturales están enmarcadas dentro del Ministerio de Educación y Cultura (MEC).

7 El trabajo "¿Qué radios para qué comunidades?" coordinado y editado por Gabriel Kaplún, es un informe detallado del modo de funcionamiento y aplicación de la Ley de Radios Comunitarias.

producción propia, y apuntó a generar productos de buena calidad. En este período, siguiendo a Kaplún (2016), la publicidad oficial dejó de funcionar como un sistema de premios y castigos.

Al finalizar el primer gobierno de izquierda (2005-2009) quedaban pendientes varios avances, en relación a la regularización y el plan de transición hacia la Televisión Digital Terrestre (TDT). El programa presentado por el FA de cara al inicio del segundo mandato (2010-2014) incluía el documento “Uruguay Cultural” en el que además del impulso en relación a la TDT se planteaba contribuir al fortalecimiento de los medios comunitarios, promover competencia libre y justa entre los medios desfavoreciendo la formación de monopolios y oligopolios, entre otras (Kaplún en Gómez, 2015, p.27).

Luego de numerosos intentos y frenos, en diciembre de 2014 se aprobó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Nº 19.307). Una ley con un espíritu que promueve la comunicación como un derecho humano y lleva en sus artículos propuestas que pretenden regular la concentración mediática, orientada a desarmar los oligopolios, y a establecer reglas más claras en relación a la publicidad. Propone estimular y proteger a diversos actores de la ciudadanía a la participación en el ejercicio del derecho a la comunicación. Sin embargo, a la fecha -dos años y medio después- aún no se ha reglamentado, a pesar de la insistencia de organizaciones, universidades y comunidad en general⁸.

Por otra parte, a 10 años del Plan Ceibal el desarrollo del mismo es exitoso en infraestructura y entrega de equipos. En relación a las PM, en el año 2015, la sanción del decreto 130, estableció el comienzo del Plan Ibirapitá. De acuerdo a los datos oficiales, en diciembre de 2016 se habían entregado 100.000 tablets, proyectándose la entrega de 70.000 unidades más para 2017. (Plan Ibirapitá, 2016). A finales de 2016 se realizó la presentación pública del “Segundo Plan Nacional de Envejecimiento y Vejez 2016-2019”, el cual tiene antecedente en el Primer Plan (2013-2015). Dicho programa es resultado de un proceso de organismos públicos que trabajan específicamente con la población mayor, así como distintos actores de la sociedad civil organizada. La propuesta presenta seis ejes estratégicos sobre los cuales trabajar: Igualdad y Dignidad, Seguridad Física y Autonomía, Seguridad Económica y Desarrollo, Bienestar y Cuidados, Participación e Integración y Fortalecimiento Institucional. Dentro de cada uno de estos ejes presenta líneas de acción, las cuales son organizadas según derechos: a la vida y dignidad en la vejez, a la salud, a la vivienda, al trabajo, entre otros. En esta presentación el derecho a la comunicación no es mencionado. Es incorporado dentro de las líneas de acción el derecho a la información, pero con escuetas dos propuestas, las cuales se proyectan articuladas en el marco del Plan Ibirapitá. Las otras actividades en las cuales se

⁸ En octubre de 2017 el Poder Ejecutivo redactó el borrador de la reglamentación, que espera para recibir aportes de las organizaciones y sociedad civil (La Diaria, 10/10/2017)

enmarca este programa de inclusión digital están relacionadas a la educación permanente. En dicho informe no aparece ninguna planificación en relación a los Servicios de Comunicación Audiovisual.

III. Análisis y discusión de datos

Los consumos

Quisiéramos aquí compartir algunas caracterizaciones sobre los consumos de medios audiovisuales y de TIC a partir de los estudios realizados por el Equipo de Investigación Polímata – PRODIC, los cuales fueron sistematizados en la publicación ‘La Ciudadanía ante la Convergencia Tecnológica y los Medios de Comunicación II’ (2017). El libro da cuenta de tres estudios realizados en 2011, 2012 y 2014 en los cuales se indagó sobre medios y modos que las personas de Uruguay usan para informarse. Cabe destacar que el estudio no da cuenta de otros consumos.

Las preguntas indagan sobre cuál es la principal fuente de información de las personas encuestadas, siendo las posibilidades: diarios, radio, televisión, internet, otro/ninguno. En la comparación de los tres estudios, “la única plataforma infocomunicacional que exhibe una tendencia creciente y de forma exponencial, más que duplicando sus preferencias dentro del período de estudio, es la Internet” (Alonso et al, 2017, pg 15). Sin embargo, si observamos los consumos por edad en el estudio de 2014, mientras la mayoría de las personas entre 18 y 29 años (63,2%) eligen internet como principal fuente de información, quienes tienen entre 30 y 59 años (48,3%) prefieren mayormente la televisión para informarse. Esto es así también para el 56,6% de las personas que tienen más de 60 años (idem, pg 16). Aquí resulta importante destacar que “el crecimiento de la internet como matriz de información también es atribuible al desarrollo generacional del grupo considerado nativo digital” (idem), pero que si realizamos un análisis de los datos por recorte de edades observamos que desde las 30 años en adelante el consumo de internet para informarse es considerablemente menor que en los menores de 29, y que en el caso de las PM este porcentaje cae drásticamente. Es decir, para gran parte de la población uruguaya la televisión es su principal fuente de información.

Si observamos la manera en la eligen informarse las PM, la segunda fuente de información, elegida por el 25,7% de esta población es la radio. Mientras casi la misma proporción elige internet y diarios, un 8% elige la primera y un 7,5% los segundos.

Resulta necesario mencionar, que en el período en el que se desarrollaron los estudios se dieron avances en el tendido de fibra óptica que la empresa estatal de telecomunicaciones viene realizando, según el relevamiento de Polímata de 2014 “Antel, (...) ha logrado establecer conexión en casi la

mitad de los hogares del territorio nacional” (Alonso et al, 2017, p.16). Es importante considerar en este contexto el desarrollo del Plan Ibirapitá, el cual además de prever una tablet para cada beneficiario provee de conexión a internet si esta fuera precisa. Según datos oficiales, en 2016 se entregaron 100.000 tablets, y se prevé que al finalizar el 2017 se entregarán otras 70.000 unidades más. Si los objetivos de Ibirapitá de 2017 son cumplidos, podríamos pensar que al menos 170.000 PM contarán con acceso a internet en sus hogares al finalizar este año, lo que podría significar que al menos el 26% de la población mayor de 60 años dispone de conectividad.⁹ Aunque no tengamos datos finales, también las PM incrementan el acceso a la conectividad. El uso que se realiza de esta disponibilidad, tal como veíamos más arriba, es dispar respecto a otras edades.

En relación al uso que los beneficiarios realizan de las tablets, la segunda encuesta de Plan Ibirapitá (2016) “muestra un intenso uso de las redes sociales” y añade: “lo que puede constituir un indicio de la función de la tecnología y su relación con la soledad y el aislamiento padecidos por los adultos mayores”. Según esta misma encuesta, “la aplicación más utilizada según las declaraciones de los beneficiarios es la de los diarios con un 71%, seguida por las radios con un 59% y la cámara fotográfica con un 51%” y “un 40% utilizó YouTube y un 36 % de los beneficiarios declaró usar la red social Facebook”. Es decir, si bien el uso de las redes sociales es alto, ocupan un cuarto y quinto lugar en el uso que las PM beneficiarias realizan de su dispositivo, mientras el primero y segundo lugar de uso se relaciona a medios que tradicionalmente se vinculan a la información: diarios y radios. En relación a esto, el estudio de 2014 de Polímate destaca que son las PM de 60 años quienes más consultan diarios en comparación con las demás franjas etarias, así como son las que menos consultan internet a la hora de informarse. Sin embargo, aunque las PM sean las que menos usan internet como medio de información, esto es en comparación con las personas más jóvenes; así como quienes acceden a internet mediante la tablet Ibirapitá acceden sobre todo a informarse.

En relación a la situación geográfica, “la influencia de la internet disminuye al avanzar desde Montevideo hacia el interior” (Alonso et al, 2017, pg 16), aún así, en términos globales la televisión (41%) se mantiene como la fuente más elegida por los residentes de la capital uruguaya para informarse. En relación a los consumos por género, según estos estudios, quienes más se informan por internet son los hombres (37,9%), mientras las mujeres (46,2%) lo hacen más por televisión. Así como se observa que “es mayor la influencia de la internet como fuente y matriz principal de información en los niveles educativos más altos y progresivamente menor a medida que los niveles educativos descienden” (idem, pg 18).

Comparando los datos recabados en 2012 y 2014 sobre el uso de celulares, “mientras los servicios prácticamente universales como las llamadas y los mensajes conservan su utilidad, todos los

⁹ Si consideramos los datos poblacionales del último censo, y que el 19% de la población son PM (Rovira, 2016), podemos aproximar que residen en Uruguay 650.000 personas mayores de 60 años.

servicios asociados a la navegación por Internet han tenido un crecimiento exponencial en tal solo dos años, duplicando o triplicando sus usuarios” (idem, pg 57). De las franjas etarias, quienes menos usan el celular para navegar son las personas mayores de 60 años, de las cuales solo el 7,2% del total de encuestados lo usan para acceder a internet. (idem, pg 58).

Quisiéramos destacar que de acuerdo a los resultados de estos estudios, las tablets son los más novedosos dispositivos que aparecen en los hogares. Asimismo, que los dispositivos móviles son de los menos usados por las PM para acceder a internet. Entendemos importante relacionar algunos datos que aporta la segunda encuesta Ibirapitá (2016) en relación al vínculo de los beneficiarios con las tablets. Por una parte, que el 93% de los aparatos están sanos y funcionan correctamente a la hora de la encuesta, son elementos cuidados por los usuarios. Asimismo que el uso que estas personas dan a este dispositivo es alto: el 35% la usa algunos días de la semana, el 18% casi todos los días de la semana, y el 26% todos los días de la semana. Por último, el 57 % de los beneficiarios declara que es asistido con las tablets, “quiénes los ayudan, (...) son los familiares directos, pareja, hijos y nietos” (Ibirapitá, 2016). Al ser consultados por la posibilidad de acceder a más capacitación “la mayoría de los beneficiarios muestran interés en aprender (...) y estarían dispuestos a aumentar el tiempo de capacitación” (idem).

Por último, según los relevamientos de Polímate, se observa un incremento del promedio de horas destinado a ver televisión entre 2014 y 2011, “es decir, que la disminución de los informativos como fuente principal de información no se debe a que la plataforma tecnológica tenga menor audiencia, (...) sino a que el desafío proviene de la expansión de la internet y de los servicios que vienen con ella” (Alonso et al, 2017, pg 20). Del total de las personas consultadas en 2014, 26,8% mira televisión y navega simultáneamente. Entendemos que es un desafío relevar cómo son estos consumos para las PM, a fin de complejizar este mapeo inicial y de avanzar en la comprensión de su vínculo con la convergencia.

Cabe destacar que existen otras características que condicionan las maneras en que las personas se relacionan con las tecnologías. Edad, nivel educativo y situación socioeconómica (Casamayou, 2010), son factores que inciden en el modo en que las personas que vinculan con ellas. Sin embargo, las trayectorias subjetivas de las personas, dentro de las que se toma en cuenta las experiencias culturales, la imagen de si mismo y del mundo así como las trayectorias de vida, también inciden en este vínculo. En ese sentido, resulta necesario poder preguntarse por qué personas que tienen más de seis décadas de vida, de similares situaciones socioeconómicas, niveles educativos, e igual género los intereses para vincularse con las TIC son tan disímiles. Es importante considerar que “la inclusión digital no es solo acceso. No alcanza con poder llegar a la computadora y adquirir las habilidades básicas para manejarla. Si no se le otorga un significado en la vida

cotidiana, si no se encuentra en su uso una utilidad para la satisfacción de necesidades o intereses”
(Casamayou, 2010, pg 1-2).

V. Conclusiones

Intentamos aquí dar cuenta de algunos de los rasgos de las políticas de comunicación y cultura de la República Oriental del Uruguay. Para lo cual realizamos un recorrido en el procuramos describir el mapa audiovisual y de telecomunicaciones actual, la historia de su constitución, incorporando dimensiones tecnológicas, económicas y normativas. Asimismo, intentamos particularizar sobre las políticas que, a nuestro criterio, inciden en la población de personas mayores de 60 años de este país.

En relación a esta caracterización recuperamos las palabras de Gabriel Kaplún: “el balance de esta década larga, con dos gobiernos de izquierda ya concluidos y un tercero iniciado en 2015, muestra avances y bloqueos, elementos en común y diversos con otros procesos reformistas en la región” (Kaplún, 2016, p.1), un “avanzar frenando”. A su vez, en lo que respecta a la concentración de la propiedad y de la agenda pública mediática, los cambios profundos han sido pocos y no han transformado lo estructural del sistema. “En este ‘avanzar frenando’ del proceso reformista, sin duda han pesado las presiones de los medios concentrados y el temor de los sucesivos gobiernos de izquierda a enemistarse con ellos y pagar las consecuencias políticas y electorales del caso”. (idem, p.3). En lo que refiere a la implementación de planes tecnológicos públicos (entrega de equipos) y servicio de telecomunicaciones pareciera que las metas se cumplen según lo programado y que los resultados son positivos de manera contundente¹⁰. Recuperando la caracterización de Beltramelli (2017) sobre la ‘paradoja’ uruguaya, que posee un sistema de medios audiovisuales concentrado en manos privadas y un sistema de telecomunicaciones monopolizado en una empresa pública, nos preguntamos cuánto y cómo esta caracterización de las propiedades opera en las decisiones políticas -ambiguas, sinuosas o claras- para dirigir el rumbo en un marco de políticas comunicacionales y culturales.

En sintonía con este carácter dual, no es posible identificar allí políticas claras en relación al derecho a la comunicación para esta porción de la población. No hemos podido encontrar, tampoco, medidas específicas que contemplen, en interacción o contenidos, a las PM en los medios audiovisuales. Sin embargo, en lo relacionado a la telecomunicaciones, es posible identificar líneas específicas y claras destinadas a las PM. El Plan Ibirapitá, como un programa que persigue la inclusión digital y tiene un espíritu de universalidad en el acceso a internet para las PM, esta diseñado política, económica y tecnológicamente para esta porción poblacional. Si bien es un plan

10 En relación al Plan Ceibal, en 10 años la penetración ha llegado a la totalidad del país y se promueve la capacitación en innovación tecnológica a estudiantes y a docentes. En relación al Plan Ibirapitá, la segunda encuesta realizada a los beneficiarios del programa durante 2016 muestra el uso cotidiano y de mayor cantidad de aplicaciones en relación a la primera encuesta. (Según datos de las webs oficiales).

que no ha cumplido aún dos años de implementación, entendemos que por los resultados analizados está en sintonía con lo planteado más arriba sobre los avances que se observan en lo respectivo a políticas de telecomunicaciones.

En un segundo momento, intentamos describir y comparar los consumos de medios gráficos, audiovisuales e internet de la población uruguaya; como una manera de aproximarnos a la relación que las PM tienen con los medios audiovisuales y las TIC. Aquí, a partir de los estudios realizados por Polímate, pudimos observar que el incremento del tendido de fibra óptica desde 2014 así como el aumento de dispositivos de acceso a internet son acompañados por un gran incremento del consumo que menores de 30 años realizan. Sin embargo, a medida que aumenta la edad disminuye el uso de internet como medio para informarse y dicho primer puesto pasa a ser ocupado por la televisión. Lo mismo ocurre, si nos alejamos de Montevideo hacia el resto del país con poblaciones menores. Las PM son las que menos usan internet para informarse, eligiendo primero la televisión y luego la radio como principales medios de información. Asimismo, el consumo de internet también creció dentro de estos usuarios y podemos confirmar el interés en acceder a estas TIC con los datos que la segunda encuesta del Plan Ibirapitá provee: se incrementa la cantidad de beneficiarios, cuidan las tablets que reciben, les gustaría tener más conocimiento para manejar los dispositivos y si bien usan las redes sociales, los dos principales usos se relacionan a consumos informativos: diarios y radio.

Ante estos datos ¿qué sucede con la convergencia digital en esta población? ¿cómo se relaciona el acceso a internet desde las tablets con el consumo televisivo? Por lo que hemos observado hasta aquí, también en esta porción etaria existe un incremento en el acceso y consumo de nuevas TIC, aunque no tan veloz ni tan masivamente como en las poblaciones más jóvenes. Creemos que es necesario ahondar en estas caracterizaciones, así como considerar que las personas que en la actualidad tienen más de 60 años han atravesado grandes transformaciones tecnológico-mediáticas como la aparición de la radio, la televisión e internet, y que sería necesario incorporar a este análisis los impactos subjetivos (Casamayou, 2010) que estos cambios implicaron. Asimismo, la tecnología (Feenberg, 2012) no puede ser pensada como determinando a las sociedades sino que en esos cambios aparentemente técnicos se están poniendo en juego transformaciones políticas, sociales, comunicacionales/culturales y mediáticas. En ese sentido, se pretende avanzar en el análisis del vínculo de las PM y las TIC a lo largo de sus biografías, intentando establecer rupturas y continuidades en los diferentes modos de apropiación. Sin olvidar un abordaje que propone que el colectivo de mayores está atravesado por condicionamientos de clase, género y trayectorias de vida.

VI. Bibliografía

Alonso, Eduardo; Beltramelli, Federico; Irigoin, Pablo; Meyer, Juan; Motta, Jaén; Turnes, Gianela. Grupo de Investigación: Políticas, Medios Audiovisuales, Tecnologías y Espectro (POLÍMATE). (2017). *La Ciudadanía ante la Convergencia Tecnológica y los Medios de Comunicación II*. Montevideo, Uruguay: Ediciones Universitarias. Universidad de la República.

Bijker, W. (2005). *¿Cómo y por qué es importante la tecnología?*. Recuperado en:
<http://arno.unimaas.nl/show.cgi?fid=5227>

Beltramelli, Federico. (2017). *Políticas públicas y convergencia infocomunicacional en Uruguay: regulaciones e institucionalidad en los gobiernos del Frente Amplio en Uruguay (2005-2014)*. Tesis para optar al título de Doctor en Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata. (Inédito).

Casamayou, A. (2010). *Las nuevas tecnologías ¿son para todos?*. Recuperado en:
<http://www.agesic.gub.uy/agesicweb/plantillas/imprimir.jsp?contentid=1131&channel=agesic&site=8>

Consejo Consultivo del Instituto Nacional de las Personas Mayores (2016). *Segundo Plan de Envejecimiento y Vejez 2016-2019*. Montevideo, Uruguay

De Charras, Diego y Mastrini, Guillermo (2005) *20 años no es nada: del NOMIC a la CMSI*. Cátedra de Políticas y planificación de la comunicación. Buenos Aires, Argentina: Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Decreto-Ley 14.670. (1977). *KAS.Medios Latinos*. Recuperado de :
[http://www.kas.de/upload/auslandshomepages/medioslatinos/uruguay/uruguay_decreto_ley_n14670_\(1977\).pdf](http://www.kas.de/upload/auslandshomepages/medioslatinos/uruguay/uruguay_decreto_ley_n14670_(1977).pdf)

Díaz, José Pedro. (2010). Descubriendo a la Cenicienta. *¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina*. Bogotá, Colombia: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, C3 FES.

Feenberg, Andrew. (2012). Transformar la tecnología. Una nueva visita a la teoría crítica. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

Gómez, Gustavo (Coord). (2015). *Gobierno del Frente Amplio y políticas de comunicación 2010-2014. Libertad de expresión y regulación de medios audiovisuales en la era Mujica*. Montevideo, Uruguay: Fundación Friedrich Ebert.

Instituto Nacional de Estadística Uruguay. (2014). Uruguay en Cifras 2014. *Instituto Nacional de Estadística Uruguay*. Recuperado de: <http://www.ine.gub.uy/uruguay-en-cifras>

Kaplún, Gabriel (Org). (2011). *Investigaciones en Comunicación. Políticas, discursos y narrativas en comunicación*. Montevideo, Uruguay: Edición Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la UDELAR: LICCOM-Universidad de la República.

Kaplún, Gabriel. (2014). “Diez años de (lentos) avances en la reforma de las comunicaciones en Uruguay” en *Observatorio Latinoamericano 14. Medios y Gobiernos Latinoamericanos en el S.XXI: Las tensiones de una compleja relación*. Buenos Aires, Argentina: Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Instituto de Estudio de América Latina y el Caribe.

Kaplún, Gabriel (Ed.). (2015). *¿Qué radios para qué comunidades? Las radios comunitarias uruguayas después de la Legalización*. Montevideo, Uruguay: Unidad de Comunicación de la Universidad de la República.

Kaplún, Gabriel. (2016). Avanzar frenando. La reforma de la comunicación en Uruguay en *Revista Telos, Cuadernos de Comunicación e Información, Fundación Telefónica*. Madrid, España.

La Diaria. (29/04/2017). CIDH subraya que gobierno todavía no reglamentó ley de medios. *La Diaria*. Recuperado de: <https://ladiaria.com.uy/articulo/2017/4/cidh-subraya-que-gobierno-todavia-no-reglamento-ley-de-medios/>

La Diaria. (10/10/2017). Ejecutivo terminó de redactar reglamentación de la ley de medios y ahora recibirá aportes de la sociedad civil. *La Diaria*. Recuperado de: <https://ladiaria.com.uy/articulo/2017/10/ejecutivo-termino-de-redactar-reglamentacion-de-la-ley-de-medios-y-ahora-recibira-aportes-de-la-sociedad-civil/#>

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 19.307. (2014). *Normativas y avisos legales del Uruguay*. Recuperado de: <https://www.impo.com.uy/bases/leyes/19307-2014>

Monje, Daniela. (2013). *Políticas del audiovisual en el marco de la integración regional mercosureña. Período 1991-2007*. Tesis Doctoral UNLP. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10915/26307>

Monje, Daniela. (2015). El país que no cabe. Políticas de acceso ciudadano a sistemas públicos audiovisuales en Sudamérica. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación N.º 129, agosto - noviembre 2015 (Sección Monográfico, pp. 41-59)*. Ecuador.

Organización Mundial de la Salud. (2015). Envejecimiento y salud. *OMS*. Recuperado de: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs404/es/>

Panzl, Sebastián. (03/10/2017). Así está el mundo, compañeros: el PIT-CNT tendrá un canal de Youtube. *El Observador*. Recuperado de: <https://www.elobservador.com.uy/asi-esta-el-mundo-companeros-el-pit-cnt-tendra-un-canal-youtube-n1126875>

Plan Ceibal. (2016). Ceibal en cifras. *Plan Ceibal*. Recuperado de : <http://www.ceibal.edu.uy/es/articulo/institucional/ceibal-en-cifras>

Plan Ibirapitá. (2016). Plan Ibirapitá llega a las 100.000 tablets entregadas. *Plan Ibirapitá*. Recuperado de: <http://ibirapita.org.uy/plan-ibirapita-llega-a-las-100-000-tablets-entregadas/>

Presidencia de la República Oriental del Uruguay. (2015). Decreto 130/015. *Normativas y avisos legales del Uruguay*. Recuperado de: <https://www.impo.com.uy/bases/decretos/130-2015>

Rincón, Omar (Ed.). (2010) *¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina*. Bogotá, Colombia: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, C3 FES.

Risso Ferrand, Martín. (2015). Algunos problemas jurídicos de la ley N° 19.307. *Revista de Derecho, Segunda época, Año 10, N.º 12*. Universidad Católica del Uruguay.

Rovira Torres, Florencia. (2016). Queriendo escapar. *Revista Brecha*. Recuperado en: http://www.psico.edu.uy/sites/default/files/nota_brecha_3-6-16_por_florencia_rovira.pdf

Schuliaquer, Ivan y Vommaro, Gabriel. (2014). Definir la escena pública. Medios y política en las democracias sudamericanas: Uruguay y Argentina (2003-2013). *Observatorio Latinoamericano 14. Medios y Gobiernos Latinoamericanos en el S.XXI: Las tensiones de una compleja relación*. Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Instituto de Estudio de América Latina y el Caribe. Buenos Aires, Argentina.