



# Technique and Sensitivity:

## The Use of Old and New Technologies in Social Segregation Contexts – Córdoba, Argentina

María Eugenia Boito, Gabriel Giannone, and Emilio Seveso

**Keywords:** Body control, coercion, cultural value, health, passivity, patriarchy

### Introduction

The work plan, from which these considerations are made, deals with the consumption of old and new information and communication technologies (ICTs) in order to examine the social ways of regulating sensitivity. The research addresses the experience of subjects that live in contexts of urban social segregation -social housing complexes called “Barrios-ciudad”. These are settings of “popular habitat” implemented by several governments of countries belonging to the Global South (like Argentina, Chile and Brazil), with specific features and dynamics of ghettoisation. They are inhabited by social sectors expelled from cities. It is significant to point out that these urbanisations are located in Córdoba, the second largest city of the Argentine Republic in terms of number of inhabitants.

This article is organised as follows: firstly, we present certain foundational concepts of our theoretical perspective, starting from W. Benjamin’s considerations about technique and sensitivity. Recognising the sensitive nature of human activity, we tackle the states of feelings of the actors associated with the practices of technological consumption mentioned above.

Secondly, we analyse a fundamental text of Raymond Williams: *Television: Technology and Cultural Form* that links the technological development to the structures of feeling in which the “old” (radio and TV) and new (essentially cell phone and its capacity to

have access to social networks) inventions are inscribed. Our working hypothesis is that the nature of “mobile privatisation” of experience (Williams, 2011) was already present in the old devices, and the new ones emphasise and generate forms of experience as a way of participating in social life that increasingly moves from mass society -as “a society of the lonely multitudes”- to a society of individuals with more personalised and wearable technologies.

Thirdly, we present some data gathered by a survey (carried out in April 2013) regarding the consumptions of new and old ICTs, and we interpret the data by employing the theoretical framework presented above. To conclude, we emphasise the epistemic and political significance of questioning sensitivity as an expression of a moment in relation to the technique/experience.

### Technique and sensitivity: the construction of the standpoint

As iterated above, these considerations of technique and sensitivity are aimed at the consumption of old and new ICTs as a symptom to interpret the connection between consumption and sensitivity. The central questions of the broader research project of which this article forms a part include the following: what is the nature and characteristics of the structure(s) of feeling(s) of the subjects of the subaltern classes in relation to the contexts of mediatization and mercantilization where they are immersed? By which

ideological mechanisms does the perception of the subjects become regulated in terms of the *socially* possible and the *socially* desirable? How do they “suture” their experiences that are associated with contexts of poverty, vis-à-vis their interpellation as ICT consumers?

From 2011 onwards, the consumption practices that have been investigated refer to experiences in urban social segregation contexts called “Barrios-ciudad”. During the office of Governor José Manuel de la Sota (in 2003), his administration started to build these social housing complexes under the Social Habitat Program called “*Mi casa, mi vida*” (Mi house, my life). This program was funded by the Inter-American Development Bank (IDB) as an “Emergency Flood Rehabilitation Program” for vulnerable groups in Córdoba City. Between 2004 and 2008, ten of these urbanisations were inaugurated and other old ones were “expanded”<sup>1</sup>. The complexes comprise between 200 and more than 600 homes each, located around the beltway ring or, in most cases, outside of it.

The features and dynamics of ghettoisation of the housing complexes are evidenced in their entrance portico, identifying each of these urbanisations with their name as well as their internal layout of the houses. They are arranged in a grid pattern which includes a medical dispensary, police station, school, multi-purpose room and commercial facilities. This arrangement reveals a structure that (from its initial conception) establishes the boundaries that divide the “inside” of the urbanisations from the “outside”; just as the limits of the circulation of the inhabitant-receivers, set to the space by the force of the “stones” (in the sense of the close linkage that Richard Sennet suggests between “flesh” and “stone” when questioning the urban-social designs)<sup>2</sup>.

The conceptual perspective of the phenomena under analysis is framed in the field of the critical studies of ideology, from a materialist approach that inquires about certain features and dynamics of the ICT consumption practices that model their sensitive dimension. From this point –and according to the data obtained from a survey, and the observation of the ways of appropriation of the ICTs– we have constructed and developed the notion of *classist*

*environment* to describe and analyse the spectacular/technological materiality that organises the experience structures of the subjects.

Within the development of capitalism on a planetary scale, the production of an environment represents a turning point and a change in the deployment of a society of the spectacle in its integrated phase (Debord, [1988] 1999) with “uneven and combined” ways of concretion in specific contexts. In our current study, the coexistence of tendencies that operate in opposite directions can be confirmed. They form the structures of experience of class-based individuals; on the one hand, the tendency of strategic beautification (Benjamin, 1999) separates and segregates social classes by means of urban development policies implemented in the cities; on the other hand, there is a tendency that operates like a mercantile/spectacular daydream (Benjamin, 2008), being an expression of capitalism as a religion that interpellates every subject as a client. From this standpoint, it is possible to observe two forces that converge in a particular outcome concerning sensitive regulation, characterised by the following aspects: a) the fixing of bodies in specific social places in terms of a geometry of the classist domination; b) the definition and framing of the sensitive as a kind of experience mediated and mercantiled that sets the limits and restrains the scopes and forms of the action grammars, creating a dominant experience of the real as something that can be held “within fingertips reach”.

To be more precise, in our current time, technologies are increasingly portable/personal and they “go to meet” consumers/clients, getting attached to their bodies. Thus, a kind of environment –technologically assisted– in which the subjects penetrate or enter is experienced. It is an environment that implies *deepness* not only because the sense of vision is involved (as in the first phase of the society of the spectacle), but also the sense of touch and the other ones (for example, by using computers or cell phones) to the extent that it is possible to operate on them in order to set a frame of the sensitive action-reaction.

The notion of environment involves certain technological *stock*, but essentially assumes a matrix of experience in which the technologies are set. In this

respect, it does not end in the virtual world space or in the field of the new ICTs that is created. The dominant social, economical and urban tendencies are aimed at producing different environments in terms of the social space. The spectacular division takes place in urban and media scenarios with different temporalities and specific ways. Accordingly, Debord states: “If all the capitalist economy’s technical forces should be understood as effecting separations, in the case of urbanism we are dealing with the fitting out of the general basis of those forces, with the readying of the ground in preparation for their deployment; in a word, with the technology of separation itself” (1995: Thesis 171).

Finally, the notion of environment constitutes one more step in the mercantile/mediatised formation of the experience: it is not a question of a mere selling of merchandises but “the selling of fully-equipped time blocks, each of them being a unique and unified merchandise that has integrated a certain number of other merchandises” (1995: Thesis 152). This idea leads us to identify the purchase and sale of experiences, despite the uneven and differential forms in contexts of segregation. It is a kind of consumption related to the enjoyment of oneself-in-a-protected/enclosed-environment-as-frame-of-the sensitive/real<sup>3</sup>.

All said so far implies accepting the challenge of capturing the “obscure” and “elusive” object that is sensitivity –or more specifically, the sensitive dimension of the practices– and identifying the ideological mechanisms that operate over it. Certainly, the field of sensitivity is dense and boundless; it escapes and runs away from mental fixation by ideational representatives; therefore, the “clash” of heterogenic stimuli with the body sensitive surface (technological stimuli, in this case) is said and felt from the body itself, which is also of a sensitive nature. From the materialistic conception we are putting forward, we start from the methodological construction of Karl Marx’s *Economic and Philosophic Manuscripts* of 1844. If, following an expression of the author, “the forming of the five senses is a labour of the entire history of the world down to the present” (1999: 150), what affects us and the social ways of affection are a provisory and contingent resulting from the recurring, persistent and

regulatory activity over the social-perceptive “humus” that frames our practices.

Then, it is a matter of questioning how the structures of feeling/experience (Williams 2011) are being formed in those subjects with whom we have worked in this research, reading as a symptom, the state of feeling associated with the consumption practices carried out in the present, living process. The feeling/experience structures are modeled from the *classist environment* mentioned earlier, being complex matrixes which organise the sensitive (thought/feelings), and where the technological devices are inscribed.

From this perspective, body, perception and emotion are nodes from where we can question the feeling states of the subjects about their technological consumptions in social segregation contexts. The sensations identified converge in complex states of feelings that evoke singular experience structures situated in class-based spaces and placed temporally in trajectories of increasing individualisation/personalisation and rupture of “the collective” as conditions of the possible/desirable experience; as we said before - experience-of-oneself-in-a-protected/enclosed environment-as-frame-of-the sensitive/real.

### Considerations from the perspective of R. Williams: Structure of feeling and technologies

Technology depends on the social and political complex texture in which it emerges and inserts. The long revolution process of technologies cannot be considered without referring to the experience structure where it is inscribed. Thus, R. Williams in *Television: Technology and cultural form* describes this process in relation to the television device in the following terms:

The invention of the TV (television) was not a single event or series of events. It depended on a complex of inventions and developments in electricity, telegraphy, photography and motion pictures, and radio. It can be said to have separated out as a specific technological objective in the period 1875–1890, and then, after a lag, to have developed as a specific technological enterprise from 1920 through to the first public television systems of the 1930s. Yet in each of these

stages it depended for parts of its realisation on inventions made with other ends primarily in view (Williams, 2011: 27).

The creation of a communicative device is anchored both in the material history of the previous and contemporaneous technological inventions in different fields, and in the cultural matrixes that define the mode of production of its social significance. Thus, technologies are the result of the convergence of inventions and interests (public, business and, of course, military, in many cases) linked to pre-existing forms of sensitivity; and, in turn, they model sensitivity and set potential tendencies of development<sup>4</sup>. Following W. Benjamin (1994), each technological invention enters the “bellicose” scenario of technologies already developed and proposes cooperative and competitive relations with them<sup>5</sup>. Therefore, certain technologies become old, where some are linked to the new ones, generating possibilities of creation, and with others readjusting themselves according to the sensitive modifications associated with or inaugurated by the recent creation. The deep linkage between technique and sensitivity is clear: in certain social and perceptive *humus*—also a provisory result of the social, technological experiences of a particular historical moment/place—some inventions find “fertile ground” for their inscription and development of potentialities, while others remain fixed as a discarded probability, a truncated line of technical/sensitive models.

Williams states that:

...with the coming of television as a majority service the situation again changed. It was possible to transmit performances of an orthodox theatrical kind, and it could be argued that the television play was the ultimate realisation of the original naturalist convention: the drama of the small enclosed room, in which a few characters lived out their private experience of an unseen public world. *Since a major structure of feeling, in the art of the period, was in any case of this kind, it is not surprising that many television plays reproduced this assumption of the nature of representative reality.* This was a drama of the box in the same fundamental sense as the naturalist drama had been the drama of the framed stage. *The technical possibilities that were commonly used corresponded to this structure of feeling: the enclosed internal atmosphere; the*

*local interpersonal conflict; the close-up on private feeling. Indeed these emphases could be seen as internal properties of the medium itself, when in fact they were a selection of some of its properties according to the dominant structure of feeling* (Williams, 2011:78; our italics).

The arguments and debates generated by the concept of “structure of feeling” proposed by Williams are well-known in the field of British Cultural Studies as well as in the wider frame of Marxist approaches to culture. Nevertheless, from our perspective, and independently of the critique made by the author of that concept, we consider that it is still relevant (in terms of capacity of description and analysis) to be applied to the relation between technique and sensitivity, as raised in the previous quotation. The decisions about form/content of the cultural offer have “something else” than the technological capacity of each device, to intertwine with social life rearrangement tendencies that have other temporality and spatiality for their development<sup>6</sup>.

These considerations enable Williams to read the complexity around the emergence of television. From his perspective, the “massiveness” as a crucial feature associated with this invention is opened to other interpretations. This author considers that both radio and television can be characterised in terms of “mobile privatisation”:

The new ‘consumer’ technology which reached its first decisive stage in the 1920s served this complex of needs within just these limits and pressures. There were immediate improvements of the condition and efficiency of the privatised home; there were new facilities, in private transport, for expeditions from the home; and then, in radio, there was a facility for a new kind of social input – news and entertainment brought into the home. Some people spoke of the new machines as gadgets, but they were always much more than this. They were the applied technology of a set of emphases and responses within the determining limits and pressures of industrial capitalist society. (2011: 41-42)

But in the studies of that time about the development of the radio and television, the notion of “mobile privatisation” had not yet been proposed by the author. On the contrary, the technology and the

cultural form implied were subsumed under the concept of “mass media”. According to Williams, this approach “obscured” the central features and dynamics of the devices:

... that expression was an abstraction to its most general characteristic, that it went to many people, ‘the masses’, which obscured the fact that the means chosen was the *offer of individual sets*, a method much better described by the earlier word *broadcasting* (2011: 37-38; the highlighting in italics is our own).

The emphasis in this feature was linked to the tendencies of deep transformation in social life which potentiated their operational capacity after the Second World War; tendencies that increasingly intertwine an experience with a lifestyle that tends to the mobility of bodies and to the centrality of home as a scenario where the referred devices are placed. Nevertheless, there have been numerous changes from the post-war era up to the contemporary context. In Argentina, Roberto Bacman and Alberto Quevedo, in their work on cultural consumption within the National System of Cultural Consumption, point out the following with respect to television:

Very little remains of that old image of the mid-20th century: the television set placed in the living or the kitchen and the family gathered around it; better said, nothing remains of that image: the television has abandoned the centrality of the home to move to its periphery, the family has changed its structure and the consumptions have been segmented as never before (Bacman and Quevedo, 2008).

As a hypothesis – to be supported by the data presented below – we consider that the personalisation of the technology tendency (pointed out by Bacman and Quevedo, 2008) should be perceived as a hegemonic social tendency in the remodeling of the experience. It *drags* the old television device rearranging consumption patterns, and it *materially expresses itself* in the characteristics of the new technologies like the cell phone. In other words, in the materiality of the technical innovations, a transformation of a more personal and portable experience is involved; meanwhile, the former technology repertoire is also involved in this dynamic. For example, the old

television device (innovated) joins in a process of a redesigning of the experience. Finally, we may say – alongside Williams (2011) – that the “mobile privatisation” tendency recognised in old technologies (radio and TV)<sup>7</sup> is a material hint that enables us to affirm – as a cultural hypothesis of long range – the existence of processes of experience remodeling aimed at giving new faces to the “society of individuals”, in the words of N. Elias (1990).

## Data of the Survey

The data were collected within the Work Plan of the Research Career and the Pluriannual Research Project (CONICET) of María Eugenia Boito, entitled “Experiences of Consumption of Information and Communication Technologies in Urban-Social Segregation: Córdoba, 2011-2013”. This project is aimed at identifying, describing and understanding the states of feeling associated with the main ICT consumption practices, implemented by subjects who live in urban-social segregation contexts in Córdoba city. The data were gathered by a survey carried out in 10 “Barrios-ciudad” of Córdoba (including Ciudad de los Niños that belongs to the district of Estación Juárez Celman, located in the proximity of the Capital city), in April 2013. The random and representative sample of 353 cases comprises the data collected in homes, distributed by quotas of sex and age. The statistical work and the presentation of the results have been carried out by Gabriel Giannone and Emilio Seveso.

The results of the survey are broad; therefore, in this work we will focus on some aspects related to the use of “old” and “new” technology: the television and the cell phone. As Bacman and Quevedo has mentioned, the television as a technological device and cultural form previously generated a shared consumption and, in consequence, it was located in homes, in those spaces where family used to gather; for example, in the kitchen, in the dining room, or living room. The cell phone, because of its own materiality, is no longer fixed to a place but to a subject who is constantly moving with that wearable technology. These differences lead us to an interesting analysis of the

forms of personalisation and portability as a hegemonic tendency.

### Television

From the total number of cases surveyed ( $n=353$ ), 97.5% had at least a *shared television*. Besides, most of the cases had between one (48.4%) and two (35.7%) sets in their homes, while a significant percentage had three (10.8%), and very few cases had between four and five sets (2.3% and 0.3%, respectively). This technological device was located in a room or two (49.3% and 35.4%, respectively); and less frequently, in three (10.2%) or four (2.5%) rooms. The typical place of the television was in the “adults’ bedroom” (60.9%), in second place, it was in the “kitchen/dining room” (53%) and, less frequently, in the “children or young people’s bedroom” (39.3%).

The percentage of people having *flat panel TV* was low in comparison with the former technological device. 18.4% of the cases had at least one flat panel TV, and where the majority did not have this type of television (81.6%). The percentages of those who had it are: one flat panel TV per home (15.6%), and two (2.5%) in very few cases. Unlike the former television set, where the mean was approximately 1.62 set per home in a range of 0 to 5, in this case the mean was 0.22 within a range from 0 to 3. This technological device was placed, in general, in one room (15.6%), being hardly ever in two (2.5%) or three (0.3%) rooms. The flat panel TV was mainly located in the “adults’ bedroom” (9.6%) or in the “kitchen/dining room” (8.2%); and to a lesser extent, in the “children or young people’s bedroom” (1.4%).

It is important to take into account the other technological devices that go with the television. 67.1% of the people surveyed had at least one DVD player in their homes. 59.2% of the cases had one device, 7.1% had two, and only in two occasions (0.6%) the people surveyed asserted that they had three or more of them. Since the percentage of the presence of this technological object is low, the mean is approximately 0.78% DVD player per home in a range of 0 to 3 devices. They were located generally in one room (59.8%), while its presence in two rooms was less frequent (7.2%). The DVD player was in the “adults’

bedroom” (32.9%) or in the “kitchen/dining room” (28.9%); and at a lower extent in the “children or young people’s bedroom” (1.2%).

The data above are significant not only because of the number of technological devices which are present in the “Barrios-ciudad”, but also due to their location in private/intimate spaces such as the bedroom, mainly in that of adults. In this context, the resting area has replaced the kitchen and dining room as the chosen location of the television. Moreover, it has increased its presence in different spots, indicating a multiplication of its presence in homes, which may imply a decrease of the relative importance of the family viewing which was typical in the first decades of the “massification” of this technology.

The survey data show that, even though the television located in the kitchen was the most frequently used (54.8%), a significant number of subjects placed it in the bedroom (33.7%) and 10.6% had it equally used in both spaces. The television, which was the first device that represented the tendency of “mobile privatisation” in Williams’ (2011) terms, not only has multiplied in bedrooms, but is also connected to other technologies, such as DVD players. Thus, the bedroom is being arranged and adapted according to the inclusion of the audiovisual technologies for a type of television consumption which is for individuals or couples, but not families. Also, when the plasma TV is located in these spaces, this organises a more technological viewing experience that becomes a private activity, carried out mainly in the adults’ private areas.

The cinema in the bedroom is not strongly linked to the practice of renting movies. In accordance with the conditions of poverty that characterise the life of the inhabitants of the “Barrios-ciudad”, the subscription to a cable service (DirecTV or Cablevisión<sup>8</sup>) is the main form of consumption within the audiovisual offer. Having an integrated TV programming schedule but watching “the shows that are on” (without renting movies in stores or hiring direct services like those supplied by the decoders) accounts for the limited use of these “technological packages” related to the class position/experience of the subjects. Watching movies on cable rather than renting them, it is a practice carried out by children, young people and adults

consistent with their frame of constrains to material possibilities of access, and with their previous experiences regarding the choice of “what to watch”.

In this regard and with respect to the TV services available for the “Barrios-ciudad” inhabitants, it is worth mentioning a public policy recently implemented by the Argentine national government: the Open Digital Television (Televisión Digital Abierta - TDA) as part of a program of digital integration promoted by the Ministry of Federal Planning, Public Investment and Services. It operates from a digital technology platform which broadcasts TV images and sounds for free and in High Definition. This signal is broadcast by land –Digital Terrestrial Television (Televisión Digital Terrestre -TDT)– or by satellite – Digital Satellite Television (Televisión Digital Satelital -TDS). The latter is aimed at reaching those areas of the national territory which, because of their distant geographical location and/or their low population density, are out of the coverage range of the TDT.

According to the official information, over 1,200,000 freeview terrestrial receivers have hitherto been delivered to households, institutions and social organisations throughout the country. As a complement, more than 5,000 antennas of TDA have been installed in rural regions, and more than 12,000 in rural and border schools, “so all Argentines have equal opportunities in accessing to TDA” (according to the web site).

In relation to the use of television services, the survey data indicate that 63% of the households have air TV (in Cordoba, there are only three channels that include local programming and national TV contents); meanwhile, 55.1% have some kind of cable service (DirecTV, Cablevisión, etc.), and a small percentage has the TDA system (9.7%). Consequently, it is worth noting two results; on the one hand, the low significance of the TDA, considering that it is a free benefit provided by the State which implied the delivery of decoders with no cost to the low-income sectors as primary recipients of this policy. On the other hand, the significant presence of cable services and, particularly, the frequency of consumption of DirecTV (37.2%) stand out.

At the same time, it is worth mentioning the low

proportion of people who simultaneously have commercial TV service and TDA. Probably, the high presence of the first in the “Barrios-ciudad” is related to the unavailability of other type of TV services in those urban contexts, which are usually far away from the centre of the city or disconnected from the urban scene. The limited reach of services that depend on territorial infrastructure is compensated by satellite consumption, which is more expensive than that provided by the State for free, but with a list of programs that comes with more options. Likewise, the cultural value associated with the commercial provision of the TV service exercises an influence in the specific context of the “Barrios-ciudad” because it constructs a reachable experience of the access to the world instead of the idea of seclusion (segregationist and ghettoised) generated by urbanisations.

As previously mentioned, only 9.7% of the homes have TDA, and with a low viewing. From this percentage, 23.5% of the people use it every day, 11.8% watch “some show” broadcasted by that signal, 26.5% use it “only once in a while” and 32.4% report that they never watch it.

The answers to the questions “what do you like?” and “what do you dislike?” about this service are grouped according to the technological form and the programming content. It is noteworthy that the dislikes are mainly focused on the technical aspects of the device: both the decoder and antenna are technologies with which respondents report technical and usage problems, namely, difficulties to get and keep the signal and/or the technology. This technology is not easily accessible to the users based on the knowledge/skills necessary to handle it, and on the segregation conditions they live in. From this viewpoint, the TDA as technological form is disapproved by the respondents.

Regarding the content of the TV programming, there are negative and positive answers. Soccer in High Definition, children’s channel Paka-Paka and the cultural channel Encuentro are most frequently mentioned in a positive way. To a lesser extent, signals “from other nationalities” are accepted. On the other hand, the dislikes are recurrently related to the use of the television space for the broadcast of national

government's information and propaganda. In this respect, there is a frequent reference to the "nationally broadcast speeches of the President" or to "all the official advertising about the Presidency that is constantly on TV".

Going back to the topic with respect to the alternative uses of the television device, Williams stated: "It may even turn out that the public service institutions can only be saved from their probable defeat or absorption by the new international commercial institutions if they can themselves be reformed into fully democratic and experimental enterprises" (2011: 190-191). The TDA is a public decision-making aimed to this end; nevertheless, it deals with "forms of viewing" that remain at a technical and content level as a result of previous experiences and of a current process of homogenisation that continues configuring subjects as television audience. The public cultural policy, focused on technological and economical accessibility (with free open access to the technology for its direct use), has its limit in the evidence of its minimal viewing and the constant presence of other services.

With respect to the issue of the television as an old technology which redefines the nature of mobile privatisation, we have been able to identify its strong presence and persistence in housing units of 42 square meters in contexts of economic poverty and urban social segregation. These homes are full of television sets both in shared and small spaces (kitchen) and in those which have a higher level of privacy and personal use (bedrooms). These technologies increase in number and others are added, such as the DVD, organising the experience of re-privatisation of viewing in household scenarios. The next section refers to the specific features of mobile privatisation of experience associated with cell phones, considering them as a new "wearable" technology.

### *Cell phones*

According to Quevedo and Bacman (2008), "the cell phone is the technology that concentrates today the largest range of media and has become the portable device par excellence, always ready to "be worn", to adapt to the user's life, and to be appropriated in a

singular manner". In this regard, it is worth considering the data of the survey, acknowledging cell phones as technical technological artifacts which not only operate as mediators in multiple social interactions, but that they are also a current *sign* that structures a specific relation with time perceptions.

The sale of cell phones in Argentina increased by 27% in the first three months of 2010, reaching 2.15 million of terminals as compared to 1.7 million terminals in the previous year. According to Delfos Consulting Group, the social network Facebook doubled its users in two years throughout the country, while in Córdoba (Capital city) 38.4% of the people use it. In this respect, the electronic version of Fortune magazine indicates that Argentina is the country that uses social networks the most in Latin America, meaning that almost 4 out of 10 Latin American users are Argentinean. At the same time, Facebook is the social network that has grown the fastest.

These data are particularly meaningful when compared to the use of cell phones during the same period. Four out of five sold phones use the Internet (in 2012, the amount of sold smartphones was 106% more than the previous year). According to technology communication analyst, Enrique Carrier, the expansion of the use of cell phones with Internet connection is justified by their lower prices. This is in agreement with a 58% fall in the sale of basic phones which are limited to making calls, text messaging and taking photographs with no Internet connection of any kind. These tendencies were identified among the practices of subjects -mainly young people- belonging to the social segregation contexts studied. The data numerically corroborate the use of the cell phone, which is part of the daily life of most people, showing its purchase and use in exponential growth terms. The "technological package" at hand solves the problem of having dispersed services and enables the permanent incorporation of new applications.

Regarding the question "which device changed *your* life the most?" the answers were as follows: 41% of the people mentioned the cell phone, 12% the computer and 10% the television. In this respect, it is worth noting that the reference to the television



appears among the older age groups, as well as the landline (instead of the cell phone), which are mostly remembered as the technological equipments that transformed daily relations. At the same time, the question “which device changed *people's life* the most?” was answered similarly to the previous one: 46% of the people said “cell phones”, 28% “computers” and 7% “television”.

It is important to mention that the latter question was formulated before the other referred to the direct experience of the survey respondent (Which device changed your life the most?) and it was an open question, without focusing on whether the technologies were inside/outside the house, or in any specific period of time. In this respect, it is significant that the answers referred to “the here and now” of technologies and that they were generally “attached” or very close to the body. This idea is in the same interpretative line of Bacman and Quevedo (2008) when pointing out the increasing tendency of personalisation and portability of devices. 42% of the male respondents and 50% of the female respondents have said that the cell phone is the technological device that has changed people's life the most during the past years.

The number of cell phones per home in “Barrios-ciudad” and their uses reveal specific ways of “marking” (and identifying) the technologies at a personal level. According to the survey respondents, the average number of inhabitants per household in the “Barrios-ciudad” is 5 (taking into consideration that the original housing units are 42 square meters). Considering the most frequent cases, the number of members of each home is from 3 to 7 (66% of the cases); while those who have between 1 and 2 members constitute around 10%, and those with 10 members are in the minority (2%). Child population in these housing units is high. Therefore, the existence of more than two cell phones per co-resident group acquires especial relevance, in relation to the possibility of a personal use of the device.

The results show that 95.5% of the respondents reported having at least one cell phone. Among the 1,802 people living in the 353 households, there were 921 devices, that is, 2.61 cell phones on average per home, or one in every two persons, while 19.8% have

only one device; 29.7% two; 22.7% three; and finally, 21.2% between five or six. These results account for the important presence of this technology in the “Barrios-ciudad”.

The aforementioned work by Bacman and Quevedo tackles different practices of cell phone personalisation, with the “tuning” as one of them:

... the phenomenon of personalisation transcends the mere fact of owning a device. This can be observed in the habits of use, in the social practices and in the users' ways of appropriation. In this regard, users customise their cell phones through ringtones, covers and casings, screen designs and the fonts of text messages (2008).

During our first fieldwork phase in the “Barrios-ciudad” with schooling adolescents aged between 14 and 19 years (in April 2011), we observed that the most frequent ways of “cell phone tuning” were the change of ringtones, tunes that were generally by their favourite music groups (such as Wisin and Yandel, Damián Córdoba, La Mona, Sabroso), and the customisation of the casings (some of the answers were: “by using stickers”, “by fire flames”, “by stickers of *The Nightmare before Christmas*”, “by making knife scratches”, “by writing the initials of my name” or “writing my name with a correction fluid pen”). To a lesser extent, there were other practices such as making or buying covers or changing the screen protector. However, other ways of personalisation were identified over the course of our research.

According to the information collected, 75% of the older-than-15-year-old respondents have a cell phone for personal use. In material and functional aspects, this device has mechanisms to potentiate its “intimate” nature. The most frequent way of personalising cell phones is by taking photos and using them as wallpaper. Thus, the device is reconstructed as custom-made by its personalisation using personal images or those related to significant objects/subjects (in 54.7% of the cases). This practice also includes downloading photos and images from the internet, although the numbers reflect a lower percentage (20%). Therefore, the images produced or downloaded are the prevailing type of materiality for identifying the “personalised” device, and also those

that subjects choose to make their “visual” introduction using the wallpaper. On the other hand, the change of the case turned out to be a practice very little referred to (94% of the people do not do it), as well as the use of drawings, stickers (85% do not do it), or of a pouch (75% do not do it). The function of covering the device is also related to the cell phone “tuning”.

A special consideration deserves the personalisation “mark” not through images but sounds, which is also in agreement with the prevailing uses of the cell phone. According to the data collected, 41% of the people who have a personal device have downloaded music or ringtones from the Internet; while 46.5% of them use it for listening songs and 41.4% for tuning radio stations. Therefore, music is central to the variety of experiences related to the use of technology in the “Barrios-ciudad”. Hence, the use of cell phone devices re-functionalises old technologies such as the radio, turning it into a portable, mobile and wearable device; a new experience is structured around it.

So far, we have stated that subjects’ contemporary experience – beyond class inequalities – is in the middle of a stock of technologies aimed at a “personal” kind of use, at an experiential mark defined by the type of consumption/use of them. In this context, listening to music as a “wearable” technology – from the old and exclusive walk-man to the massive use of cell phones as an extended technology of mobile privatization – is related to feelings that refer to a personal time vector and to a present experience that involve much wider actions than “only listening”.

Thus, it is possible to take as a time vector the “memories” of generations older than 30 years with reference to certain topics of past events, and such “desires” in looking ahead at a close future, not only about listening to music but also about “going dancing” (“I remember when I was younger, I used to go to concerts”, “I remember the times when I was young, and I feel like dancing”, “when I went dancing”, “I remember my old man who was a guitarist”). On the other hand, music – as a present experience – is not only listened to but it also broadens the field of emotions: people feel like dancing, singing, doing housework, i.e., the subject is encouraged by music to do other ac-

tivities which are not only carried out at its rhythm, but also are “triggered” by it. Therefore, as a wearable technological environment, listening to music is defined as a transport: it takes you to other times, places, and even changes the subject’s mood. It takes the subject to “other worlds”, being a distraction from the present time and the problems related to it (“it is like going to therapy, it is relaxing”, “there are songs which bring me back memories of my childhood, my engagement, of all kinds”, “there were songs that represented each one of us”, “I feel like I am in another world”, “I get into the song, I start singing and take her dancing [his wife]”).

With respect to the various technological uses of the cell phone, and the tendency of its personalisation, the results are as follows: 92.2% of the respondents use it to make phone calls; 93.7% to send text messages; 14.5% to communicate by WhatsApp; 37.7% to play games; 37.2% to access social networks; 29.4% to chat; and 36.4% to surf the Web. As shown here, the use of the technological device in virtual networks is significant. However, the use for social bonds created by cell phones (through chatting, networks or surfing programs); that is, the technological dream of a “personal” connection come true by a device within reach is not analysed in this article. We will focus only on two types of uses not always related to the phone: taking and sending photos.

The cell phone makes tangible the possibility of capturing moments of the everyday life. Thus, 81% of the respondents reported taking pictures with their cameras. The objective is to produce and save the daily snapshots, but not always to send them, which only takes place in 37.4% of the cases. Taking photographs is one of the cell phone relevant technological possibilities, so when doing it, there are some emotions involved in relation to the different ways of personal and collective enjoyment: “I just like to see the photos”, “ok, everybody ask me for it, they drive me crazy asking for my cell phone, because of the music and the camera it has, it makes me feel important”, “I feel like taking nice photos of my kid”, “I feel normal, I use it to take photos”, “in the past I couldn’t take photos like this”, “you don’t miss anything that is going on, you can even watch videos of events you missed”, “I feel

great, fine, because I like downloading photos, surfing the web”, “we took photos, we remembered and laughed”, “I laugh when I see the photos”.

During our initial fieldwork period, we have already observed that there is a convergence between technologies and the ways of turning the images taken into social/collective family contexts; for example, desktop computers present at homes (generally without Internet access) operate/act as a photograph reservoir/albums; therefore, a shared space/time “to see” is formed by cell phones. Thus, in contexts of poverty, the new technological devices are used diversely – in certain space/time – operating differently from the tendency of personalisation analysed so far. This point demonstrates the complexity of technical uses, beside the actual possibilities offered by the cell phone device. Thus, the actual use of technologies is carried out according to the concrete possibilities of action/restriction related to social actors’ skills and to the specific social conditions that frame their practices. Old and new technologies – as it is shown in the works by Benjamin and Williams – are inscribed in structures of class-based experiences and are related to existent and pre-existent devices, and to “embodied” ways of using them, which social actors actualise through abilities, skills and materialised tastes. Using cell phones as storage of photographs is one of them.

## Conclusions

In this work, we have presented some founding concepts of our theoretical perspective, based on the contributions by Benjamin pertaining to technique and sensitivity topics. The sensitive nature of practices led us to approach the states of feelings expressed by the actors in relation to the experiences of technological consumption as our main object of study. In addition, R. Williams’ notions about television were taken into account, mainly those that referred to its tendency - together with the radio - of mobile privatisation of the experience.

The data obtained by a survey on the consumption of old and new ICTs in urban-social segregation contexts were statistically analysed. They were then interpreted according to the modeling of the sensitive

showing new ways of personalisation. The use of these devices locates in certain forms of experience, creating a kind of participation that, more and more, moves from a mass society, “as a society of lonely crowds”, to a society of individuals with more personalised and wearable technologies (in order to watch TV, listen to music, be “connected”, and feel among others). However, we have mentioned some forms of using these devices in social segregation contexts, which contradicts statements focused on the materiality of the technique.

A key topic presented so far is the centrality of the production/selection/consumption of images for personalisation. They appear and reappear in the practices of marking “old” and “new” technology: a) in the creation of an experience of personalisation/privatisation with respect to the “ways of viewing” because of the placement and replicability of the television in bedrooms (regardless of the specific offers of services that the subjects may have); and b) in the ways in which the subjects mark the cell phone as their own. This leads to original ways of personalisation going from users’ own photo or other images as wallpaper to the photos of everyday life. Both practices show a structure of experience linked to the visual materiality which is at (and in) hand.

Furthermore, this work has shown that: a) regarding the production of objects/services of ICTs, there has been a cultural expansion of symbolic and material goods consumption in the populations under study; and b) with respect to the sensitive nature of their practices of utilisation, there has been an increasing process of sensitive over-stimulation, because of the multiplicity of technologies, and differentiated and specific forms of use. Even though the image of *flow* rather than selectivity could describe this experience of technological “immersion” – associated with an unspecific and permanent way of paying attention which was already related to the old television device, we have identified personal and class marks as a selective and specific way of comprehending the relationship with and use of technologies.

We consider that what has been analysed so far supports our starting point: it is politically and epistemically important to question sensitivity as an

expression of the technique/experience relationship. This analysis is framed in a larger research work and its significance is located in relation to the regulation processes of contemporary sensitivity. Some of the results regarding technology uses may give answers to the question about mediatisation and mercantilisation of the experience, as well as about the nature of feelings in subaltern sectors. These results lead to the understanding of ideological mechanisms that regulate the perception of the possible/desirable, and at the same time, “suture” experiences in contexts of poverty and exclusion.

## Notes

<sup>1</sup> Until now, the following housing complexes have been built: 1- “Ciudad Evita” (574 homes), 2- “Ciudad de Mis Sueños” (565 homes), 3- “29 de mayo-Ciudad de los cuartetos” (480), 4- “Ciudad de los niños” (412), 5- “Ciudad Obispo Angelelli” (359), 6- “Ciudad Ampliación Ferreyra (460), 7- “Ciudad Juan Pablo II” (359), 8- “Ciudad Villa Retiro” (264); 9- “Ciudad Parque las Rosas” (312), 10- “Ciudad Ampliación Cabildo” (570); 11- “Barrio Renacimiento” (223); 12- “Barrio San Lucas” (230); 13- “Ciudad de mi esperanza” (380); 14- “Ciudad Villa Bustos” (197); 15- “Ciudad Sol Naciente” (638). Other similar experiences in Latin-America are *ChileBarrio* (in Chile) and *Programa Favela-Bairro* (in Rio de Janeiro, Brazil).

<sup>2</sup> It is important to highlight some features of the population under analysis, especially in terms of its social class. When the survey was conducted, the average of inhabitants per housing unit was five. Frequently, one or more member of the home worked (74.2% of the cases); taking into account that three members worked, the average raises to 86.1%. When more than four and up to six members work, the percentage reached 6.6%, while 7.4% of the cases have non-paid work. The approximate amount of money spent in supermarkets/warehouse per week by the people surveyed varied in the range of Arg \$30 to Arg \$1500, with an average of Arg \$379 per week. Considering these data, families had made a monthly expenditure in supermarkets/warehouse of Arg\$1516 in average, during the last month. Furthermore, taking into account only the homes of up to 4 members (n=59), that average decreased to Arg\$353 per week or Arg\$1413 per month. Comparatively, according to the data from the Center for Participatory Research in Economic and Social Policies (CIPPES) in the

same period (April 2013), the measurements of the Standard Food Basket of the Price Index IBP-Córdoba (referred to nutritional minimum amounts) for an adult was Arg\$623.62 and Arg\$1926.98 in a four-member family. The Standard Food Basket was Arg\$4,393. The Poverty Threshold was set for that month in Arg\$4,393.50 for the four-member family; therefore, Córdoba had the highest index of the country, compared to the rest of the regions where this information is gathered (Mendoza, Tucumán, Salta, Chaco and the Suburban Belt of Buenos Aires). Thus, according to these data, we estimate that an important portion of the *barrio-ciudad* homes was under the Poverty Line when the survey was carried out, while the poverty conditions were kept regulated (among other possible strategies) by the incorporation of several members of the families to the labour market.

<sup>3</sup> The mobile phone advertisements illustrate this form of connection: to *Movistar Community* (it refers to the portfolio of clients of one of the most important local telephone company in Argentina) “you enter on a one-by-one basis”; for *Personal* (other important telephone company) “each person is a world”.

<sup>4</sup> Roger Silverstone, in the preface of the referred book, indicates the importance that the development of technologies had for Williams in terms of the process of fulfillment of the democratic life modes in the societies under analysis: “Technologies, asserts Williams, are ‘the contemporary tools for the long revolution towards an educated and participatory democracy’ a project of which he never lost sight; but they are also the tools of what he dubs the counter-revolution, in which the forces of capital successfully intrude into the finest grain of our everyday lives” (Silverstone, in Williams, 2011: 14-15).

<sup>5</sup> “Now, it is significant that until the period after the First World War, and in some ways until the period after the Second World War, these varying needs of a new kind of society and a new way of life were met by what were seen as specialised means: the press for political and economic information; the photograph for community, family and personal life; the motion picture for curiosity and entertainment; telegraphy and telephony for business information and some important personal messages. It was within this complex of specialised forms that broadcasting arrived (Williams, 2011: 36).

<sup>6</sup> The ‘commercial’ character of television has then to be seen at several levels: as the making of programs for profit in a known market; as a channel for advertising; and as a cultural and political form directly shaped by and dependent on the norms of a capitalist society, selling both consumer goods and a ‘way of life’ based on them, in an ethos that is at once locally generated, by domestic capitalist interests and authorities,

and internationally organised, as a political project, by the dominant capitalist (Williams, 2011: 59).

<sup>7</sup> The radio as an “old” technological device is not taken into account in the following considerations due to its different ways of personalisation that has since been included in the cell phone.

<sup>8</sup> DirecTV is a television, and digital audio provider located in California (USA), being present and recognised in all America. Cablevisión is an Argentinean company which provides cable and internet services. They both have an additional service for satellite movie rental by the system “pay per view”. In practice, it replaces the traditional video rental stores (Video Club, in Argentina).

<sup>9</sup> Available in <http://www.tda.gob.ar/tda/141/3016/tv-digital.html>. Last visit, on May 4, 2014.

<sup>10</sup> According to a report by the consultant Enrique Carrier. Available in <http://54-9.com.ar/movistar/pese-al-impuestazo-la-venta-de-celulares-subio-casi-30-en-el-trimestre#more-2900>. Last visit, on January 5, 2014.

<sup>11</sup> See La Voz del Interior (newspaper web site). Last visit, on October 20, 2012.

<sup>12</sup> See Fortune magazine. Last visit, on August 22, 2013.

<sup>13</sup> See La Voz del Interior (newspaper web site. Last visit, on September 2, 2012.

<sup>14</sup> Considering the difference between sexes, the importance given to technological changes is the following: men: 42% cell phones, 14% TV and 11% computers; women: 50% cell phones, 15% computers and 9% TV.

<sup>15</sup> When Williams was in Miami, watching American TV and comparing it to the British BBC, he discovered the television as a continuous flow, that is, a prevailing tendency in which “watching TV”, “listening to the radio” was transformed into an experience of immersion in the visual and hearing flow, and not a selective experience of watching or listening to specific programs.

## References

- Bauman, Z. (2007) *Vida de Consumo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Benjamin, W. (1972-1999) *Poesía y Capitalismo. Iluminaciones II*. Madrid: Taurus.
- Boito, E. and Espoz, B. (2012) “Ciudad(es) colonial(es): convergencia de órdenes de disciplinamiento y control en la regulación del espacio-tiempo y las sensibilidades”, *Espacios Nueva Serie* N° 7. *Estudios de Biopolítica*. UNPA.
- Boito, E. (2011) “Un momento en la historia de la percepción burguesa: W. Benjamin, el capitalismo como religión y la pobreza como marca de la experiencia capitalista”, in Boito, E. Toro Carmona, I, and Grosso, J. L. (Comps) *Transformación social, memoria colectiva y cultura(s) popular(es)*; Bs. As: ESE. pp 22-42 Available on: <http://estudiossociologicos.com.ar>
- Boito, E. (2010) “Estados de sentir en contextos de mediatización y mercantilización de la experiencia. Intentos por precisar una lectura materialista de las sensibilidades”, in Boito, E. and Grosso, J. L. (comps.) *Cuerpos y emociones desde América Latina*. CEA\_Conicet/Doctorate Program in Human Sciences, Faculty of Humanities, Universidad Nacional de Catamarca. pp. 82-101 Available on: <http://accioncolectiva.com.ar/sitio/libros-publicados>
- Debord, G. (1995) *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La Marca.
- Debord, G. (1988, 1999) *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*. Barcelona: Anagrama.
- Eagleton, T. (1997) *Ideología. Una introducción*. Spain: Paidós.
- Espoz, M; Michelazzo, C. and Sorribas, P. (2010) “Narrativas en conflicto sobre una ciudad socio-segregada. Una descripción de las mediaciones que las visibilizan”, in Scribano, A. and Boito, E. (comps.) *El purgatorio que no fue. Acciones profanas entre la esperanza y la soportabilidad*, Buenos Aires: CICCUS.
- Hirschman, A. (1978) *Las pasiones y los intereses. Argumentos políticos a favor del capitalismo antes de su tiempo*. Mexico: Fondo de Cultura Económica.
- Levstein, A. and Boito, M. (comps.) (2009) *De insomnios y vigiliadas en el espacio urbano cordobés: lecturas sobre ‘Ciudad de mis Sueños’*. Córdoba: Universitas.
- Marx, Carlos (1844, 1999) *Manuscritos de economía y filosofía*. Madrid: Alianza.
- Scribano, A and Boito, E. (2010) “La ciudad sitiada: una reflexión sobre imágenes que expresan el carácter neocolonial de la ciudad (Córdoba, 2010)”, in *Actual Marx Intervenciones* N° 9, “Cuerpos contemporáneos: nuevas prácticas, antiguos retos, otras pasiones” (First Semester, 2010), Santiago de Chile: LOM Ediciones y Universidad Bolivariana.
- Sennett, R. (1997) *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*. Spain: Alianza.
- Wacquant, L. (2007) *Los condenados de la ciudad. Gueto, periferias y Estado*. Argentina: Siglo XXI.
- Williams, R. (2011) *Televisión: tecnología y forma*

- cultural*. Buenos Aires: Paidós.
- Williams, R. (2009) *Marxismo y Literatura*. Buenos Aires: Las cuarenta.
- Williams, R. (2001) *El campo y la ciudad*. Buenos Aires: Paidós.
- Žižek, S. (2000) *Mirando el sesgo. Una introducción a Jacques Lacan a través de la cultura popular*. Argentina: Paidós
- \_\_\_\_\_ (1999) *El Acoso de las fantasías*. Spain: Siglo XXI Editores.
- \_\_\_\_\_ (1992) *El sublime objeto de la ideología*. Argentina: Siglo XXI Editores.

### Other sources consulted:

- Bacman, R. and Quevedo, A. (2008) *Consumos culturales tecnológicos. Entre la personalización y la portabilidad*. Available on: [www.consumosculturales.gov.ar](http://www.consumosculturales.gov.ar)
- Carrier, E. (2010) "Pese al impuestazo la venta de celulares subió casi un 30% en el trimestre". *Consultancy Report 54-9*. Available on: <http://54-9.com.ar/movistar/pese-al-impuestazo-la-venta-de-celulares-subio-casi-30-en-el-trimestre#more-2900>
- [http://www.rio.rj.gov.br/habitat/noticias\\_bid.htm](http://www.rio.rj.gov.br/habitat/noticias_bid.htm) (web site of Rio de Janeiro local government)

---

### María Eugenia Boito

María holds a Ph.D. in Social Sciences (University of Buenos Aires), an M.Sc. in Communication and Contemporary Culture (CEA/National University of Córdoba), a B.Sc. in Social Work (NUC) and a B.Sc. in Social Communication (NUC). She is also adjunct researcher of CONICET (Argentina), the Director of Studies Program on Ideology, Social Practices and Conflict (CIECS-CONICET), and Adjunct Professor in two Seminars of National University of Córdoba.

### Emilio Seveso

Emilio is a Ph.D. holder in Social Latin American Studies (National University of Córdoba) and a B.Sc. in Sociology. He is Professor of the National University of San Luis (Argentina). Member of the Centre for Research and Sociological Studies. He is also a member of the Studies Program on Ideology, Social Practices and Conflict (CIECS-CONICET), and a postdoctoral scholar of CONICET in the strategic area "Social Inclusion / social sector development and technology."

### Gabriel Giannone

Gabriel is currently pursuing doctoral studies in Social Sciences and Humanities (National University of Quilmes). He has a B.Sc. in Sociology (National University of Villa María). He is also assistant scholar at the National University of Córdoba and N.U. of Villa María (Argentina), and a member of the Studies Program on Ideology, Social Practices and Conflict (CIECS-CONICET).

Email: [gabrielgiannone@hotmail.com](mailto:gabrielgiannone@hotmail.com)

---



# Técnica y sensibilidad.

El uso de viejas y nuevas tecnologías en contextos de socio-segregación (Córdoba, Argentina 2013)

María Eugenia Boito | Gabriel Giannone | Emilio Seveso

## I- Introducción

El plan de trabajo desde el que se realizan las presentes reflexiones, aborda los consumos de viejas y nuevas tecnologías de la información/comunicación (TICs en adelante) como lugar sintomático a partir del cual examinar los modos sociales de regulación de la sensibilidad. Los consumos indagados refieren a la experiencia de sujetos que habitan en contextos de segregación socio-urbana, en complejos habitacionales denominados “Barrios-ciudad”. Estos SON escenarios de “hábitat popular” implementados por los gobiernos en diversos países del sur global (como Argentina, Chile y Brasil). Sin embargo, en sus localizaciones, asumen rasgos y dinámicas de guettización específicas, siendo destinados a sectores que han sido expulsados de las ciudades. Es significativo señalar que estas urbanizaciones se encuentran en Córdoba, segunda ciudad de la República Argentina por su cantidad de habitantes.

En este escrito, la estrategia expositiva y argumentativa es la siguiente: en primer lugar, presentamos algunos conceptos y relaciones fundantes de nuestro punto de vista teórico, partiendo fundamentalmente de las consideraciones de W. Benjamin sobre técnica y sensibilidad. El reconocimiento del carácter sensible de la actividad humana, permite acercarnos a los estados del sentir que expresan los actores asociados a las prácticas de consumo tecnológico antes referidas.

En segundo lugar, retomamos un texto que nos parece fundamental de Raymond Williams: *Televisión: tecnología y forma cultural*, que vincula los desarrollos tecnológicos con las estructuras de sentimiento en las que se inscriben las invenciones “viejas” (radio y TV) y las nuevas (fundamentalmente el celular y su capacidad de acceso a las redes sociales). Aquí comparti-

mos la hipótesis de trabajo: el carácter de “privatización móvil” de la experiencia (Williams, 2011) ya se encuentra en los viejos dispositivos; los nuevos enfatizan y generan formas de experiencia sobre un tipo de participación en la vida social que cada vez más se desplaza desde la sociedad masiva como “sociedad de las multitudes solitarias” hacia la sociedad de los individuos con tecnologías más personalizadas y pegadas al cuerpo.

En tercer lugar, exponemos algunos datos producidos por una encuesta (abril de 2013) sobre los consumos de nuevas y viejas TICs y realizamos interpretaciones, retomando los desarrollos teóricos efectuados en los apartados I y II.

Finalmente, y como cierre, insistimos en la significación epistémica y política de interrogar la sensibilidad como manifestación de un momento en la relación técnica/experiencia.

## II- Técnica y sensibilidad: la construcción del punto de vista

Como indicábamos al comienzo, el interés de las presentes reflexiones se encuentra en abordar los consumos de viejas y nuevas TICs como lugar sintomático para interpretar la conexión entre consumo y sensibilidad. Las preguntas centrales que fundamentan la investigación global en la que este trabajo se enmarca han sido: ¿cuáles son y qué características tienen las estructura(s) de sentir(es) de los sujetos de las clases subalternas con relación a los contextos de mediatización y mercantilización en los que se inscriben?, ¿a través de qué mecanismos ideológicos se ve regulada su percepción sobre lo posible y lo deseable *social*?, ¿cómo se “suturan” sus vivencias asociadas a los

contextos de pobreza desde la interpelación como consumidor de TICs?

Desde el año 2011 los consumos que han sido indagados refieren a experiencias en contextos de segregación socio-urbana, materializados como “Barrios-ciudad”. Durante la gestión del gobernador José Manuel de la Sota, en el año 2003, el gobierno provincial comenzó la construcción de estos complejos habitacionales bajo el Programa de Hábitat Social denominado ‘Mi casa, mi vida’, financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) al ser incluido como “Proyecto de Emergencia para la Rehabilitación Habitacional de los Grupos Vulnerables Afectados por las Inundaciones en la Ciudad de Córdoba”. Entre 2004 y 2008 se inauguraron 10 de estas urbanizaciones y se “ampliaron” a su vez antiguos barrios.<sup>8</sup> Los complejos constan de entre 200 y más de 600 viviendas cada uno, ubicándose en torno al anillo de la circunvalación o, en la mayoría de los casos, por fuera de él.

Los rasgos y dinámicas de guettización de estos complejos habitacionales se revelan en la escultura de su pórtico de entrada, que identifica a cada urbanización con su respectivo nombre, así como en su disposición y diagramación interna, dispuesta como una cuadrícula de casas ordenadas, que cuentan con un dispensario, posta policial, escuela, salón de usos múltiples y locales comerciales. Esta modalidad organizativa deja al descubierto una estructura que (ya desde su concepción inicial) marca las fronteras que separan el adentro de las urbanizaciones/del afuera de la ciudad, así como los límites para la circulación de los pobladores-destinatarios, fijados al espacio por la fuerza de las “piedras” (en el sentido del íntimo lazo que propone Richard Sennett entre “carne” y “piedra” al momento de interrogar las planificaciones socio-urbanas).<sup>9</sup>

El lugar de lectura de los fenómenos abordados se inscribe en el campo de los estudios críticos de la ideología, desde una perspectiva materialista que encuentra en la interrogación de las prácticas de consumo de tecnológicas de la información/comunicación un lugar privilegiado para indagar sobre ciertos rasgos y dinámicas que modelan/modulan la dimensión sensible de las prácticas. Desde aquí -y en función de datos

obtenidos a través de un instrumento de encuesta y de observación de los modos de apropiación de TICs-, hemos construido y desarrollado la noción de *entorno clasista*, que hace posible describir y analizar la materialidad espectacular/tecnológica que organiza las estructuras de experiencia de los sujetos.

En el desarrollo del capitalismo a escala planetaria, la producción de entorno representa un punto de inflexión y modificación del despliegue de la sociedad espectacular en su fase integrada (Debord, [1988] 1999), con formas “desiguales y combinadas” de concreción, en función de contextos específicos. En nuestra experiencia presente, se puede constatar la coexistencia de tendencias que operan en sentido opuesto, configurando las estructuras de experiencia de sujetos enclavados: por un lado, la tendencia de embellecimiento estratégico (Benjamin, 1999) separa y segrega a las clases sociales a través de las políticas de desarrollo urbano que se aplican en las ciudades; por otro lado, se da una tendencia que opera como ensueño mercantil (Benjamin, 2008) en tanto expresión del capitalismo como religión, interpelando a todos los sujetos como clientes. Desde aquí es posible observar dos fuerzas que convergen en una resultante particular sobre la regulación de lo sensible, caracterizada por: a- la fijación de los cuerpos en lugares sociales específicos en términos de una geometría de la dominación clasista; b-la definición y enmarcamiento de lo sensible a un tipo de experiencia mediatizada y mercantilizada que delimita y restringe los alcances y las formas de las gramáticas de la acción, produciendo una vivencia dominante de lo real como aquello que puede tenerse “entre manos”.

Para ser más precisos, podemos decir que en nuestra contemporaneidad las tecnologías son cada vez más portátiles/personales y “salen al encuentro” de los consumidores/clientes, pegándose, adhiriéndose a sus cuerpos. De este modo se vivencia un tipo de entorno -asistido tecnológicamente- en el cual los sujetos penetran o ingresan; es un entorno que supone *profundidad*, ya que no sólo el sentido de la vista es convocado (como en el primer tiempo de la sociedad espectacular) sino también el tacto y los demás sentidos (por ejemplo, a través del uso de computadoras y celulares), en la medida en que se pueda operar sobre



ellos para tramar un marco de la acción-reacción sensible.

La noción de entorno supone cierto *stock* tecnológico, pero indica fundamentalmente una matriz de experiencia en la que las tecnologías se instalan; en este sentido, no se agota en el espacio del mundo virtual ni en el terreno de las nuevas TICs creadas, sino que las tendencias dominantes socio-económicas y urbanísticas se orientan a producir diferentes entornos en términos del espacio social. La separación espectacular se constituye en escenarios urbanos y mediáticos, aunque con temporalidades diferentes y maneras específicas. En el mismo sentido, afirma Debord: “[s]i todas las fuerzas técnicas de la economía capitalista deben ser comprendidas como operantes de separaciones, en el caso del urbanismo se trata del equipamiento de su base general, del tratamiento del suelo que conviene a su despliegue; de la técnica misma de la separación” (1995: Tesis 171).

Finalmente, la noción de entorno indica un paso más en la conformación mercantil/mediatizada de la experiencia: no se trata ya de la simple venta de mercancías sino de “la venta de bloques de tiempo totalmente equipados, cada uno de los cuales constituye una sola mercancía unificada que ha integrado cierto número de mercancías diversas” (1995: Tesis 152). Esta idea permite identificar así la compra-venta de experiencias, aunque con formas desiguales y diferenciales en contextos de segregación. Se trata de un tipo de consumo que sigue la cuenta del uno: disfrute-de-uno-en-un-entorno protegido/encerrado-como-marco-de-lo-sensible/real<sup>10</sup>.

Lo dicho hasta aquí supone aceptar el desafío de captar este objeto “oscuro” y “esquivo” que es la sensibilidad -o más concretamente, la dimensión sensible de las prácticas- e identificar los mecanismos ideológicos que actúan sobre ella. Ciertamente, el campo de la sensibilidad es denso y desbordante; se escapa y fuga a la fijación mental mediante representantes ideativos; por esto es que el “choque” de heterogéneos estímulos sobre la superficie sensitiva del cuerpo (tecnológicos en este caso) se dice y se siente desde lo corporal mismo, que es también naturaleza sensible. Desde la consideración materialista que estamos exponiendo, partimos de los *Manuscritos Económicos Filosóficos* de

1844 de Karl Marx, orientados hacia un tipo de construcción metodológica sobre el problema. Si en términos del autor “la formación de los cinco sentidos es un trabajo de toda la historia universal hasta nuestros días” (1999: 150), lo que nos afecta y los modos sociales de afectación son una resultante provisoria y contingente de la actividad regulatoria recurrente, persistente, sobre el “humus” socio-perceptivo que enmarca las prácticas.

De lo que centralmente se trata entonces, es de interrogar cómo se están tramando las estructuras de sentir/de experiencia (Williams, 2009) de aquellos sujetos con los cuales hemos trabajado, leyendo como síntoma los estados de sentir asociados a las prácticas de consumo que se concretan en el proceso presente, viviente. Estructuras del sentir/de la experiencia que se modelan desde los entornos clasistas referidos, en tanto complejas matrices que organizan lo sensible (pensamiento/sentimiento) en el que se inscriben los dispositivos tecnológicos.

Desde este lugar, cuerpo, percepción y emoción, son nodos que traman una perspectiva para interrogar los estados del sentir que manifiestan los sujetos sobre consumos tecnológicos en contextos de socio-segregación. Las sensaciones identificadas convergen en complejos estados de sentir que remiten a particulares estructuras de experiencia espacialmente enclasadadas y temporalmente situadas en trayectorias de creciente individualización/personalización y ruptura de los colectivos como condiciones de la experiencia posible/deseable. Como decíamos antes: experiencia-de-uno-en-entorno protegido/encerrado-como-marco-de-lo-sensible/real.

## II-Precisiones desde la perspectiva de R. Williams: estructura de sentimiento y tecnologías

La tecnología es dependiente de la compleja textura social y política en la cual surge y se inserta. El proceso de larga revolución de las tecnologías no puede ser considerado sin referir a la estructura de experiencia en la que se inscribe. Así R. Williams, en *Televisión: tecnología y forma cultural*, describe este proceso con relación al dispositivo televisivo en los siguientes términos:

La invención de la TV no fue un acontecimiento individual ni una serie de acontecimientos individuales. Dependió de un conjunto de inventos y desarrollos en los campos de la electricidad, la telegrafía, la fotografía, el cine y la radio. Podría decirse que se aisló como un objetivo tecnológico específico en el período comprendido entre 1875-1890 y luego, después de un intervalo, fue desarrollada, a partir de 1920, como una empresa tecnológica específica, hasta que en la década del 30 se pusieron en funcionamiento los primeros sistemas de la TV pública. Con todo, en cada una de estas fases, algunas partes de la creación de la TV dependieron de otros inventos concebidos en principio para otros propósitos (Williams, 2011: 27).

La creación de un dispositivo comunicativo se ancla tanto en la historicidad material de las invenciones tecnológicas antecedentes y contemporáneas en diversos campos, como en las matrices culturales que definen los modos de la producción de su significación social. Así, las tecnológicas son el resultante de la convergencia de invenciones e intereses (públicos, empresariales y por supuesto militares, en muchos casos) que se traman con formas preexistentes de la sensibilidad y, a la vez, la modelan y marcan tendencias potenciales de desarrollo<sup>11</sup>. En términos de W. Benjamin (1994), cada invención tecnológica ingresa al escenario “belicoso” de tecnologías ya desarrolladas y propone relaciones cooperativas y competitivas con ellas<sup>12</sup>; de modo que ciertas tecnologías devienen pasado, algunas se vinculan con las nuevas generando posibilidades de creación y otras se readecuan en función de las modificaciones sensibles asociadas o inauguradas por la reciente creación. Aquí queda explícito el profundo vínculo entre técnica y sensibilidad: sobre cierto *humus* socio-perceptivo -también resultante provisorio de las experiencias socio-tecnológicas en determinado momento/lugar histórico- algunas invenciones encuentran “terreno fértil” para su inscripción y despliegue de sus potencialidades, mientras otras quedan fijadas como probabilidad descartada, línea trunca de modelización técnica/sensible

En términos de Williams, con relación a la televisión, se explicita que:

[c]on el advenimiento de la TV, como un servicio para las mayorías, la situación volvió a cambiar, ya que permitió que se retransmitieran representaciones de un tipo de teatro ortodoxo, y podría decirse que

estas fueron la realización última de la convención naturalista original: la representación de una pequeña habitación cerrada en la cual unos pocos personajes vivían su experiencia de un mundo público que no se veía. *Puesto que la estructura principal del sentimiento en el arte en aquel período seguía de todos modos el mismo estilo, no es sorprendente que muchas obras de televisión reprodujeran este supuesto de la naturaleza representativa de la realidad.* Este era el teatro en una caja, así como el drama naturalista había sido el teatro en un escenario enclaustrado. *Las posibilidades técnicas que comúnmente se usaban correspondían a esta estructura de sentimiento: la atmósfera interna enclaustrada, el conflicto interpersonal local, el acercamiento a los sentimientos personales.*

*El hecho es que estos recursos podían entenderse como características propias del medio, cuando en realidad eran una selección de algunas de sus propiedades, hecha de acuerdo con la estructura de sentimiento dominante* (Williams, 2011:78; las cursivas son nuestras).

Se conocen las controversias y discusiones que generó la noción de “estructura de sentimiento” propuesta por Williams, tanto al interior del campo de los Estudios Culturales Ingleses como en el marco más amplio de los abordajes marxistas de la cultura. Sin embargo, desde nuestra lectura, y más allá de la propia crítica que realiza su creador, consideramos que sigue siendo activa (descriptiva y analíticamente) en el vínculo que estamos interrogando entre técnica y sensibilidad, tal como se expone en la cita anterior. Las decisiones sobre forma/contenido de las ofertas culturales encuentran un “más allá” de la propia capacidad tecnológica distintiva de cada aparato, para tramarse con tendencias de reorganización de la vida social que cuentan con otra temporalidad y espacialidad para su despliegue.<sup>13</sup>

Estas consideraciones le permiten a Williams leer la complejidad del surgimiento de la televisión. Desde su perspectiva, la “masividad” como adjetivo definitorio asociado a esta invención es objeto de otras interpretaciones. Dice el autor que tanto la radio como la TV pueden caracterizarse en términos de “privatización móvil”:

la nueva tecnología de “consumo”, que alcanzó su estadio decisivo en la década de 1920, satisfizo este complejo de necesidades dentro de esos límites y esas presiones, hubo mejoras inmediatas en la condición y la eficiencia del hogar privatizado; hubo nuevos artefactos en el transporte privado para emprender expediciones desde el hogar; y luego hubo, en la radio, un

aparato que hacía posible un nuevo tipo de aporte social: noticias y entretenimiento llevados hasta el hogar. Algunas personas se referían a las nuevas máquinas como “aparatos”, pero siempre fueron mucho más que eso. Eran productos de la tecnología aplicada a una combinación de énfasis y respuestas dentro de los límites y las presiones determinantes de la sociedad industrial capitalista (2011: 41-42).

Pero en los estudios de la época sobre el despliegue de la radio y la TV, la noción de “privatización móvil” aún no había sido propuesta por el autor. Por el contrario, la tecnología y la forma cultural que implicaron fueron objeto de la subsunción en el concepto de “medios de comunicación masiva”. Para Williams esta perspectiva “oscureció” los rasgos y dinámicas fundamentales de los dispositivos:

[a]quella expresión era una abstracción de su característica más general, es decir, que llegaba a muchas personas, a “las masas”, lo cual eclipsó el hecho de que el medio elegido era *la oferta de aparatos individuales*, un método que la primera palabra, *broadcasting*, describía mucho mejor (2011: 37-38; las cursivas son nuestras).

El énfasis en esta característica se vinculó con tendencias de profunda transformación en la vida social que potencian su capacidad operatoria después de la segunda guerra mundial; tendencias que cada vez más traman una experiencia cuyo estilo de vida tiende a la movilidad de los cuerpos y a la centralidad del hogar como escenario de emplazamiento de los referidos artefactos. Sin embargo, numerosos han sido los cambios acaecidos desde la posguerra hasta nuestro presente. En nuestro país, las investigaciones concretadas por Roberto Bacman y Alberto Quevedo sobre consumos culturales, en el marco del Sistema Nacional de Consumos Culturales, indican lo siguiente en cuanto a la TV:

Muy poco queda de aquella vieja imagen de mediados del siglo pasado: el televisor en el living o en la cocina y la familia reunida alrededor. Mejor dicho, de aquella imagen nada queda: el televisor ha abandonado la centralidad del hogar para dispersarse hacia la periferia del hogar, la familia ha cambiado su estructura y los consumos se han segmentado como nunca antes (Bacman y Quevedo, 2008).

Como hipótesis de lectura -que se sostiene en los

datos trabajados a continuación- consideramos que la tendencia de personalización de las tecnologías (señalada por Bacman y Quevedo), debe ser considerada como tendencia social hegemónica en la remodelación de la experiencia, que *arrastra* al viejo dispositivo televisivo reorganizando modalidades de consumo y *se expresa materialmente* en las características de nuevas tecnologías como el celular. Es decir, en la materialidad de las innovaciones técnicas se expone una forma de transformación de la experiencia que se trama en clave más personal y portátil-portable; mientras tanto, el repertorio de las tecnologías anteriores no permanece ajeno a esta dinámica. Así por ejemplo, el viejo dispositivo televisivo (innovado) ingresa en un proceso de remodelación de la experiencia. Finalmente, es posible agregar -junto con Williams- que la tendencia de “privatización móvil” reconocida en las viejas tecnologías (radio y TV)<sup>14</sup> es una pista material que permite sostener -en tanto hipótesis cultural de largo alcance- la existencia de procesos de remodelación de la experiencia que se orientan a dar nuevos rostros a “la sociedad de los individuos”, en términos de N. Elías (1990).

### III-Datos de la encuesta

Los datos que presentamos se generaron en el marco del Plan de Trabajo de Carrera de Investigadora y del Proyecto Plurianual del CONICET de María Eugenia Boito, titulado “Experiencias de Consumo de Tecnologías de Información Comunicación en Contextos de Segregación Socio-urbana: Córdoba, 2011-2013”. El mencionado proyecto tiene como objetivo identificar, describir y comprender los estados del sentir asociados a las principales prácticas de consumo de TICs, concretadas por sujetos que habitan en condiciones de segregación socio-urbana en la ciudad de Córdoba. Los datos que presentamos a continuación fueron producto de una encuesta realizada en abril de 2013 en las 10 ciudades barrio de Córdoba como parte de dichas investigaciones (incluyendo Ciudad de los Niños, que pertenece al ejido de Estación Juárez Celman pero se sitúa en adyacencia a la capital). El relevamiento domiciliario constó de una muestra aleatoria y representativa de 353 casos, distribuida por cuotas de sexo

y edad. El trabajo estadístico y la presentación de los resultados han estado a cargo de Gabriel Giannone y Emilio Seveso.

Los resultados del relevamiento son amplios, por lo que en esta ocasión nos vamos a centrar en algunas respuestas referidas al uso de “una vieja” y “una nueva” tecnología: la televisión y el celular. Como antes expresaban Bacman y Quevedo, la TV como dispositivo tecnológico y forma cultural suponía en el pasado una forma de consumo compartido y por ende se daba su disposición en los espacios de reunión familiar; por ejemplo, en la cocina, el comedor o el living. Mientras tanto, el celular, por su misma materialidad, ya no está atado a un lugar sino a un sujeto, que se supone en permanente movimiento con el dispositivo tecnológico fijado al cuerpo. Estas diferencias permiten un interesante examen sobre las formas de personalización y portabilidad como tendencia hegemónica.

#### a - Televisión

Sobre el total de casos relevados (n353), las personas encuestadas afirman disponer de al menos un *televisor común* en el 97.5% de los casos. A su vez, la mayor parte dice tener entre uno (48.4%) y dos aparatos (35.7%) en su hogar; un porcentaje significativo afirma disponer de tres (10.8%) y son muy pocos los que dicen tener entre cuatro y cinco (2.3% y 0.3%, respectivamente). Este objeto tecnológico se ubica por lo general en un ambiente o en dos (49.3% y 35.4%, respectivamente); es menos frecuente que se halle en tres (10.2%) o cuatro ambientes (2.5%). El principal lugar en el que se ubica es el “dormitorio de los adultos” (60.9%), en segunda instancia en la “cocina/comedor” (53%) y en tercer lugar en el “dormitorio de los niños/jóvenes” (39.3%).

La tenencia de *televisores de plasma* es baja en comparación al aparato tecnológico anterior. Los encuestados afirman disponer de al menos uno en el 18.4% de los casos; de modo tal que la mayoría no cuenta con un aparato (81.6%). A su vez, en el total, la mayor parte de las personas dicen contar con un plasma por hogar (15.6%) y un porcentaje bajo afirma disponer de hasta dos (2.5%). A diferencia de la televisión, en donde la media ronda la existencia de 1.62 equipos por hogar, en un rango de entre 0 y 5,

en este caso existe una media de 0.22 artefactos por hogar, con un rango de 0 hasta 3. Este objeto tecnológico se ubica por lo general en un ambiente (15.6%), siendo poco frecuente que se halle en dos ambientes (2.5%) o tres (0.3%). Se encuentra principalmente en el “dormitorio de los adultos” (9.6%) o en la “cocina/comedor” (8.2%); en menor medida se haya en el “dormitorio de los niños/jóvenes” (1.4%).

Es importante tener en cuenta la existencia de otros equipos tecnológicos que acompañan el uso de la televisión. El 67.1% de las personas encuestadas afirman disponer de al menos un reproductor de DVD en sus hogares. Existe un aparato en el 59.2% de los casos, dos en el 7.1% y en solo en dos ocasiones (0.6%) los encuestados afirman disponer de tres de ellos. Dado que la posesión de este objeto tecnológico es más baja, la media ronda la existencia de 0.78 DVD por hogar, en un rango de entre 0 y 3 aparatos. Estos se ubican por lo general en un ambiente (59.8%), mientras es menos frecuente que se halle en dos ambientes (7.2%). Se encuentran principalmente en el “dormitorio de los adultos” (32.9%) y en segundo lugar en la “cocina/comedor” (28.9%); en menor medida se hallan en el “dormitorio de los niños/jóvenes” (1.2%).

Las respuestas anteriores son significativas no solo por la cantidad de aparatos tecnológicos que se hacen presentes en las ciudades barrio, sino también por la ubicación de los mismos en espacios privados/íntimos como son los dormitorios, fundamentalmente el de los adultos. En estos términos, el cuarto de descanso ha desplazado a un *segundo lugar* a la cocina y el comedor como el lugar elegido para el emplazamiento del dispositivo televisivo, pero además ha replicado su presencia en diferentes puntos. Esto indica una multiplicación de su presencia en el hogar, implicando una posible disminución del peso relativo del visionado familiar característico de las primeras décadas de “masificación” de esta tecnología.

Los datos de la encuesta muestran que si bien la televisión ubicada en la cocina es la que se utiliza con mayor frecuencia (54.8%), son significativas tanto las respuestas que indica su uso principal en el dormitorio (33.7%) como aquellas que señalan (en un 10.6% de los casos) su uso por igual en ambos espacios. La TV,

que como primer dispositivo supo representar la tendencia de “privatización móvil” en términos de Williams, no sólo se ha replicado en los dormitorios, sino que se enlaza con otras tecnologías como el DVD. De este modo, la habitación se va disponiendo como un lugar que se organiza en cuanto a las formas de inclusión y adaptación de las tecnologías audiovisuales para un tipo de consumo televisivo no ya familiar, sino individual o de pareja. También el plasma converge al ubicarse en estos espacios, organizando una experiencia de ver con mayor nivel tecnológico, volviéndose una actividad privada que se emplaza principalmente en los espacios de privacidad de los adultos.

“El cine en la habitación” no está fuertemente vinculado con la práctica de rentar películas. En función de las condiciones de pobreza que caracterizan a los pobladores de las ciudades barrio, el pago de servicios de cable (DirecTV o Cablevisión)<sup>15</sup> se dispone como la principal forma de consumo que realizan dentro de la oferta audiovisual. Contar con un servicio integrado de programación, pero “ver los programas que pasan” (sin rentar películas en comercios ni contratar servicios directos como los que proveen los decodificadores), da cuenta del uso restringido de estos “paquetes tecnológicos” ligados a la posición/experiencia de clase de los sujetos. Ver cine por cable pero no alquilar, es una práctica que niños, jóvenes y adultos concretan en función tanto del marco de restricción/posibilidad de los accesos materiales con los que cuentan, así como de las experiencias previas de configurar una elección sobre el “que mirar”.

En el mismo sentido, con relación a los servicios de TV con los que cuentan los pobladores de las ciudades-barrio, es necesario brindar algunas referencias comparativas sobre una política pública recientemente implementada por el gobierno nacional. La Televisión Digital Abierta (TDA) se enmarca en un programa de integración digital impulsado por el Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios de la Nación. Opera a través de una plataforma de tecnología digital que transmite de manera gratuita y en alta definición imágenes y sonidos televisivos<sup>16</sup>. Existen dos formas de transmisión de esta señal: la terrestre (TDT) y la satelital (TDS). Esta última tiene como objetivo alcanzar aquellas zonas del territorio nacional

que, por sus condiciones geográficas distantes y/o de baja densidad poblacional, se encuentran fuera del área de cobertura de la Televisión Digital Terrestre (TDT).

Según información oficial, hasta el presente se han entregado más de 1.200.000 equipos receptores terrestres de manera gratuita a hogares, establecimientos y organizaciones sociales en todo el país. Como complemento, también se han instalado más de 5.000 antenas de Televisión Digital Satelital (TDS) en parajes rurales y más de 12.000 en escuelas rurales y de frontera, “para que todos los argentinos tengan igualdad de oportunidades en el acceso a la TDA” (según se especifica en la página web).

A partir del relevamiento de la encuesta, los datos relacionados con el uso de los servicios de programación televisiva nos permiten indicar que el 63% de los hogares cuentan con servicio de televisión por aire (el cual, en Córdoba, se reduce a la provisión de tres canales que combinan la programación local con contenidos de televisión nacional); entre tanto, 55,1% dispone de algún tipo de servicio por cable (DirecTV, Cablevisión, etc.), mientras un porcentaje reducido tiene sistema TDA (9.7%). Esto permite destacar como consecuencia dos resultados. Por un lado, el bajo alcance de la Televisión Digital Abierta, tratándose de una prestación gratuita del Estado que implicó la entrega de aparatos decodificadores sin costo a los sectores populares como principales destinatarios de la política. Por otro lado, resalta la importancia que adquieren los servicios de cable y, especialmente, la frecuencia de consumo de DirecTV (37.2%).

A su vez, es de destacar que existe una baja proporción de personas que disponen simultáneamente de servicio comercial y TDA. Posiblemente la alta presencia de los primeros en las ciudades barrio se encuentra asociada a que las demás modalidades de prestación no llegan hasta las urbanizaciones, usualmente alejadas del centro de la ciudad o desconectadas de la trama urbana. El limitado alcance de los servicios que dependen de infraestructura terrestre se soslaya mediante el consumo satelital, “más caro” que el que se provee en forma gratuita, pero con una programación más extensa en opciones. Del mismo modo, influye el valor cultural que adquiere la prestación comercial en el marco específico de las ciudades barrio,

ya que permite construir una experiencia de acceso al mundo, al alcance de la vista, en contraste con la configuración de encierro (segregacionista y guettificada) que generan las urbanizaciones.

Como indicábamos antes, sólo el 9.7% de los hogares afirman disponer de Televisión Digital Abierta. Pero además, quienes cuentan con el servicio manifiestan que su visionado es bajo. Solo un 23.5% de las personas lo utilizan todos los días; mientras tanto, 11.8% afirman seguir “algún programa” emitido por la señal, un 26.5% hace uso de él “sólo de vez en cuando” y el 32.4% dice nunca utilizarlo.

Las respuestas a las preguntas sobre “lo que gusta” y “lo que no gusta” de este servicio pueden ser agrupadas en función de la forma tecnológica y el contenido de la programación. Es llamativo que lo que no gusta se centre fundamentalmente en los aspectos técnicos del dispositivo: tanto el decodificador como la antena son tecnologías con las cuales los entrevistados manifiestan tener dificultades. Aquí aparecen diversos problemas técnicos y de uso: obstáculos para obtener y mantener la señal y/o la tecnología, ya que esto supone contar tanto con un decodificador como con una antena, lo cual resulta poco accesible en función de los saberes/habilidades de los usuarios y las condiciones de segregación en las que viven. Desde este punto de vista, la TDA como forma tecnológica es objeto de desaprobación.

Con respecto a los contenidos que son emitidos aparecen respuestas tanto negativas como positivas. El fútbol en alta definición, el canal infantil Paka-Paka y la emisión del canal cultural Encuentro son los más nombrados; y en menor medida las señales “de otras nacionalidades” son aceptadas. Por otro lado, lo que no gusta de manera recurrente tiene que ver con la utilización del espacio televisivo para la transmisión de información y propaganda del gobierno nacional. Es en este sentido que se hace referencia a “las cadenas nacionales”, “los discursos de la presidenta” o “toda la publicidad que pasan a cada rato de la presidencia de la nación”.

Retomemos lo trabajado en estos últimos párrafos. En las reflexiones sobre los usos alternativos asociados al dispositivo televisivo, Williams afirmaba lo siguiente: “hasta puede resultar que la única posibilidad

de salvar las instituciones públicas de su probable derrota o absorción por parte de las nuevas instituciones comerciales internacionales sea transformarlas en empresas experimentales plenamente democráticas” (2011: 190-191). La TDA configura una toma de decisión pública que se orienta en este sentido; pero su propuesta se enfrenta a “formas de ver” que prevalecen tanto a nivel de técnica como de contenido, que son la resultante no sólo de experiencias previas sino de un proceso de homogenización que, en el presente, sigue configurando a los sujetos como públicos televisivos. La política cultural de oferta pública, centrada en la accesibilidad económica y tecnológica (de una línea abierta, con gratuidad y entrega de tecnología para su uso directo), revela límites ante la persistencia del dato duro del acceso a otros servicios y el visionado mínimo que recibe.

Volviendo al eje de la TV como vieja tecnología que redefine las formas de privatización móvil, en este apartado hemos podido identificar su fuerte presencia y persistencia en las unidades habitacionales. Viviendas de 42 metros cuadrados, emplazadas en contextos de pobreza económica y sociosegregación urbana, se ven pobladas por televisores en los espacios más compartidos y pequeños (la cocina), tanto como en aquellos que tienen mayor nivel de privacidad y uso personal (los dormitorios). Tecnologías que aumentan su número y se suman a otras como el DVD para organizar una experiencia de reprivatización del ver en los escenarios domésticos.

En el próximo apartado nos referimos a la forma específica que asume la privatización móvil de la experiencia asociada al celular, como nueva tecnología “pegada al cuerpo”.

### *b - Celulares*

Afirman Quevedo y Bacman (2008): “el teléfono celular es la tecnología que concentra hoy más cantidad de medios de comunicación y que se ha transformado en el dispositivo portátil por excelencia, siempre listo “para llevar puesto”, para adaptarse a la vida del usuario y apropiarse de esta tecnología de manera singular”. Siguiendo esta pista, nos centraremos en algunas consideraciones a partir de la información que provee el relevamiento de los datos realizado, reconociendo

en el celular un artefacto técnico-tecnológico que no sólo opera como mediación de múltiples interacciones sociales, sino que también se instaura como *signo* que estructura una particular relación con las percepciones del tiempo en la actualidad.

La venta de teléfonos móviles en Argentina subió un 27% en el primer trimestre de 2010, llegando a 2,15 millones de terminales contra 1,7 millón del año anterior. Según la consultora Delfos, en el país la red social Facebook duplicó sus usuarios en dos años y en Córdoba Capital el 38.4% de las personas la utilizan.<sup>17</sup> En el mismo sentido, la versión electrónica de la revista Fortuna indica que Argentina es el país que usa más redes sociales en América Latina, de modo que casi cuatro de cada diez usuarios latinos es argentino. Facebook es a su vez la red social que ha crecido más rápidamente.<sup>18</sup>

Estos datos adquieren un sentido particular si se los vincula con lo que ha ocurrido con la telefonía móvil durante el mismo período. Cuatro de cada cinco teléfonos vendidos usan aplicaciones de Internet (en 2012 los *smartphones* se comercializaron un 106% más que el año anterior). Según el analista de mercado de tecnología y comunicaciones Enrique Carrier, se justifica la expansión del uso de los teléfonos con conexión a internet por la reducción de precios que suponen, lo cual se corresponde con una caída en la venta de teléfonos básicos (en un 58%), que están limitados a la realización de llamadas, envío de mensajes y toma de fotografías, sin conexión a Internet de ningún tipo.<sup>19</sup> Estas tendencias se identifican en las prácticas de los sujetos dentro de los contextos de segregación estudiados, principalmente en el caso de los jóvenes. Los datos corroboran numéricamente la incidencia del dispositivo celular, que forma parte de la vida cotidiana de la mayor parte de la población y demuestra el crecimiento exponencial de su compra y utilización. El “paquete tecnológico” a la mano, resuelve el uso de servicios dispersos y posibilita la incorporación permanente de nuevas aplicaciones.

En la encuesta realizada, ante la pregunta “¿cuál es el aparato que más ha cambiado *su* vida?”, el 41% de las personas nombró al teléfono celular, un 12% la computadora y un 10% la televisión. En este punto es necesario señalar que la referencia a la TV aparece

en los grupos etarios mayores, al igual que el “teléfono fijo” (no celular), como recuerdo principal de los equipos tecnológicos que se tradujeron en la transformación de las relaciones cotidianas. A su vez, ante la pregunta “¿cuál es el aparato que más ha cambiado *la vida de la gente?*”, el orden y los porcentajes de los datos resultan similares a los anteriores: 46% de las personas mencionaron los “celulares”, 28% las “computadoras” y 7% la “televisión”.

Es importante señalar que esta última pregunta se realizó con anterioridad a la que implica la experiencia directa del entrevistado (¿cuál es el aparato que más ha cambiado *su* vida?) y, como se evidencia, se trata de una interpelación formulada de manera abierta, que intencionalmente no precisa si las tecnologías se encuentran dentro/fuera del hogar, ni delimita un período de tiempo específico. En este sentido, es significativo que las respuestas se concentren en tecnologías del “aquí y ahora” y generalmente se encuentren “pegadas” o muy próximas al cuerpo, en la misma dirección interpretativa que sugieren los estudios de Bacman y Quevedo al destacar las tendencias crecientes de personalización y portabilidad de los dispositivos. Para hombres y mujeres, el celular es el aparato tecnológico que más ha cambiado la vida a la gente en los últimos años, en 42% y 50% respectivamente<sup>20</sup>.

La cantidad de celulares por hogar en las ciudades barrio y los usos que adquieren, van relevando a su vez formas específicas de “marcar” (e identificar) personalmente las tecnologías.

De acuerdo con los datos proporcionados por los encuestados, el número promedio de habitantes por vivienda en las Ciudades Barrio es de 5 personas (recordemos que las unidades habitacionales originales poseen 42 metros cuadrados de construcción). Si se consideran los casos más frecuentes, el rango de habitabilidad más alto va desde los 3 hasta los 7 miembros por hogar (66% de los casos); mientras tanto, aquellos que poseen entre 1 y 2 miembros rondan el 10% y los de más de 10 miembros son pocos (2%). La presencia de la población infantil en la conformación de estas unidades domésticas es alta, por lo cual la existencia de más dos celulares en uso por grupo co-residente adquiere una relevancia especial, con relación a la posibilidad del uso personal del dispositivo.

Dentro de la muestra relevada, el 95.5% de los encuestados afirmó contar al menos con un aparato celular. Entre las 1.802 personas residentes en los 353 hogares, existían un total de 921 equipos, es decir, un promedio de 2.61 teléfonos celulares por hogar o uno cada dos personas, con un solo equipo en el 19.8% de los casos, dos en el 29.7%, tres en el 22.7% y, finalmente, entre cinco y seis aparatos en el 21.2% de los casos. Esto da cuenta entonces de la importante presencia que adquiere esta tecnología en las ciudades barrio.

El estudio ya citado de Bacman y Quevedo, aborda diferentes prácticas de personalización del celular. Una de estas formas consiste en “tunearlo”:

“[e]l fenómeno de la personalización trasciende el mero hecho de la posesión de un aparato y puede observarse en los diferentes hábitos de uso, en las prácticas sociales y en las formas de apropiación de los usuarios. En tal sentido, el usuario le imprime su marca al teléfono celular a través de los ringstons, los estuches y carcazas, los diseños de pantalla y las modalidades de escritura de los mensajes de texto” (2008).

En las primeras exploraciones que realizamos en los barrios-ciudad con jóvenes escolarizados de entre 14 y 19 años (abril de 2011), encontramos que las modalidades más frecuentes de “tuneo del celular” eran el cambio de ringtones, generalmente incluyendo los grupos musicales preferidos (como Winsin y Yandel, Damián Córdoba, La Mona, Sabroso), y las operaciones sobre la carcaza (mediante el uso de un “stiker”, “la inicial de mi nombre”, “con llamas de fuego”, “lo rayo con un cuchillo”, “mi nombre con *liquid*”, “stickers de “El extraño mundo de Jack”). En menor medida se hacían presentes otras prácticas como elaborar o comprar estuches de protección y cambiar el protector de pantalla. Sin embargo otras son las formas de personalización más frecuente que aparecieron en la presente investigación.

De acuerdo con la información relevada, el 75% de los mayores de 15 años disponen de un celular para uso personal. Este dispositivo como tecnología, en su materialidad y funcionalidad, cuenta con mecanismos para potenciar el carácter “íntimo” que lo caracteriza. La modalidad más frecuente para personalizar el ce-

lular es tomar fotos y usarlas como cubrepantalla. La personalización a través de elección de imágenes propias o relacionadas con objetos/sujetos significativos (54.7% de los casos) permite la re-construcción del dispositivo “a la medida del usuario”. Esto también implica la descarga de fotografías y/o videos de internet, aunque en un porcentaje menor (20%). De este modo, las imágenes producidas o bajadas son el tipo de materialidad prevaleciente que permite identificar el dispositivo “personalizado” y que el sujeto elige para realizar su presentación “visual” utilizando el cubrepantalla. Por otro lado, el cambio de la carcaza del celular resultó ser una práctica poco referida (el 94% de las personas no lo hace), así como el realizar dibujos o pegar *stickers* en ella (el 85% no lo hace) o comprar/hacer una funda (75% no lo hace). Esta función de protección del aparato está asociada también al “tuneo” del celular.

Una referencia particular merece “la marca” de personalización no ya vía imagen sino mediante sonidos, que además se combina con los usos que prevalecen sobre el celular. De acuerdo con la información relevada, 41% de las personas que disponen de un aparato personal ha agregado música o ringtones de internet; mientras un 46.5% de ellas lo utiliza para escuchar canciones y 41.4% para sintonizar emisoras radiales. De este modo, la música ocupa un lugar central en el abanico de experiencias ligadas al uso de la tecnología en las ciudades barrio. En este marco, el uso del dispositivo celular refuncionaliza los usos de viejas tecnológicas como la radio, volviéndolas portátiles, móviles y adheridas al cuerpo; es decir, estructurando una nueva experiencia en torno y a través de ella.

Lo que hemos afirmado hasta aquí, en una primera instancia, es que la experiencia contemporánea de los sujetos -más allá de las desigualdades de clase- se encuentra inmersa en un stock de tecnologías orientadas a una forma “personal” de uso, de marcación experiencial afirmada en el tipo de consumo/utilización de las mismas. En este marco, la escucha de la música “pegada al cuerpo” -desde el viejo y más exclusivo walk-man hasta el masivo celular como tecnología extendida de privatización móvil-, aparece asociada a sensaciones que remiten a un vector temporal



personal y a una vivencia presente que involucra otras acciones que amplifican la “sola escucha”.

Así, es posible precisar como vector temporal “el recuerdo” asociado a las generaciones de más de 30 años -remitiendo a ciertos temas asociados a acontecimientos pasados de la vida- y “el deseo” hacia delante, hacia el futuro próximo, no sólo de escuchar música sino de “ir a bailar” (“me acuerdo de cuando era más joven, cuando iba a recitales, siempre recordando”, “me acuerdo cuando era joven y me dan ganas de bailar”, “cuando iba a los bailes”, “me acuerdo de mi viejo que era guitarrista”). Mientras que como vivencia presente, la música se escucha pero amplía el campo de sensaciones: dan ganas de bailar, de cantar, de hacer las tareas del hogar. Dispone al sujeto para otras actividades que no solo se acompañan con la música sino que son “disparadas” por ella. De este modo, como entorno tecnológico pegado al cuerpo, la escucha musical se define como un transporte: lleva a otro tiempo, a otros lugares y también cambia el ánimo. Transporta también a “otro mundo”, generando una distracción respecto al presente y a los problemas asociados con él (“es como si fuera a terapia, relaja”, “hay canciones que me traen recuerdos de la infancia, del noviazgo, de todo tipo”, “hay temas que a cada uno nos representaba”, “me siento en otro mundo”, “me meto en la música, me pongo a cantar, la saco a bailar a ella” (a su mujer)).

Pero retomemos los usos y la tendencia de personalización del objeto de análisis. En los diversos usos tecnológicos que posibilita el celular, los porcentajes son los siguientes: se usa para realizar llamadas en un 92.2% de los casos; para mensajes de texto 93.7%; Whatsapp 14.5%; juegos 37.7%; ingresar a redes sociales 37.2%; chatear 29.4%; navegar en internet 36.4%. Como se observa, la utilización del dispositivo tecnológico en redes virtuales es significativa. Sin embargo, en estas reflexiones no vamos a referirnos a los usos de vinculación social que posibilitan los celulares (a través de programas de chateo, redes o navegación); es decir, el sueño tecnológico de conexión “personal”, hecho realidad por una tecnología al alcance de/desde las manos, no será analizado en este caso. Solamente nos vamos a centrar en dos tipos de uso no siempre asociados: tomar y enviar fotografías.

El celular hace realidad “en mano” la posibilidad de capturar momentos de la vida cotidiana. Así, 81% de las personas encuestadas afirman tomar imágenes con su cámara. Se trata sobre todo de producir y guardar las instantáneas cotidianas, no siempre de enviarlas, lo cual sucede en el 37.4% de los casos. El celular reúne diversas posibilidades tecnológicas y el uso de fotografiar es relevante. Algunas sensaciones asociadas al uso de esta aplicación enfatizan diversas formas de disfrute personal y colectiva: “nada, me gusta ver las fotos”, “bien, todos me lo piden, me secan la mente pidiéndome el celular, por la música que tengo y la cámara, me hace sentir importante”, “me da ganas de sacar fotos lindas de mi nena”, “me siento normal, lo uso para sacar fotos”, “antes no podía sacar fotos así”, “no te perdés nada, hasta ves videos de eventos que te perdiste”, “me siento de diez, bien porque me gusta bajar fotos, meterme en internet”, “sacamos fotos, recordamos, nos reímos”, “me río cuando veo las fotos”).

En las primeras exploraciones del campo ya habíamos observado que existe una convergencia entre las tecnologías y la forma de volver colectivo/socio-familiar las imágenes que se obtienen; así por ejemplo, las computadoras de escritorio en los hogares (en general sin acceso a internet) operan como reservorio/“álbum fotográfico”. En este caso, es posible observar que a través del celular también se forma un espacio/tiempo compartido “para ver”. Es así que, en contextos de pobreza, los nuevos dispositivos tecnológicos son objeto de formas de utilización –en un espacio/tiempo determinado- que operan en una orientación distinta a la tendencia de personalización hasta aquí trabajada. Nos hemos detenido en esta consideración con la intención de expresar la complejidad asociada a los usos técnicos, más allá de las efectivas posibilidades que ofrece un dispositivo como el celular. Así, el quehacer efectivo con las tecnologías se realiza en función de las concretas posibilidades de acción/restricción que remiten tanto a las habilidades de los actores como a las condiciones sociales específicas que enmarcan sus prácticas. Las viejas y las nuevas tecnologías -como nos permiten reconocer pensadores como Benjamin y Williams- se inscriben en estructuras de experiencia enclavadas e ingresan en relaciones complejas tanto

con dispositivos existentes y pre-existentes como con formas de uso “hechas cuerpo”, que actualizan los actores en tanto habilidades, destrezas y gustos materializados. Utilizar el celular como almacén de fotografías es una de ellas.

## Conclusiones

En el presente escrito hemos presentado algunos conceptos y relaciones fundantes de nuestro punto de vista teórico, partiendo de algunas consideraciones fundamentales de W. Benjamin sobre técnica y sensibilidad. El reconocimiento del carácter sensible de las prácticas, nos ha permitido acercarnos a los estados del sentir que expresan los actores asociados a las experiencias de consumo tecnológico dispuestas como objeto de estudio. Además hemos retomado la perspectiva de R. Williams sobre la televisión, que ya señalaba en este dispositivo -junto a la radio- la tendencia de privatización móvil de la experiencia.

A partir del trabajo estadístico sobre algunos datos producidos mediante una encuesta sobre los consumos de nuevas y viejas TICs en contextos de segregación urbana, realizamos mediaciones analíticas sobre la modelización de lo sensible que evidencian nuevas formas de personalización: se trata de artefactos que se emplazan en formas de experiencia, dando lugar a un tipo de participación que cada vez más se desplaza desde la sociedad masiva como “sociedad de las multitudes solitarias” hacia la sociedad de los individuos con tecnologías cada más personalizadas y pegadas al cuerpo (para mirar TV, para escuchar música, para estar “conectados” y sentirse con los otros). Sin embargo hemos indicado algunas formas de operación con estos dispositivos en los contextos de socio-segregación, que desdican afirmaciones centradas en la materialidad de la técnica por sí misma.

Un dato central expuesto en este recorrido es la centralidad de la producción/selección/consumo de imágenes para la personalización: esta materia es la que aparece y vuelve a aparecer en las prácticas de marcación de la tecnología “vieja” y “nueva”: a- en la creación de una experiencia de personalización/privatización sobre los modos de ver por el desplazamiento y replicabilidad que adquiere la TV en los dormitorios

(más allá de las ofertas de servicios específicos con que se cuente), y b- mediante las formas de marcar como propio el celular. Esto da lugar a formas novedosas de personalización, desde la propia imagen o las imágenes elegidas como cubrepantalla hasta la captura fotográfica de la cotidianeidad. Ambas prácticas evidencian una estructura de experiencia que se vincula con la materialidad visual y se dispone al alcance-y-en la mano.

A su vez, en esta investigación hemos revelado: a- del lado de la producción de objetos/servicios de TICs, la expansión cultural del consumo de bienes materiales y simbólicos en las poblaciones con las cuales hemos trabajado; y b- del lado del carácter sensible de las prácticas de utilización que portan, tanto un creciente proceso de sobre-estimulación sensible por la multiplicidad de tecnologías, como la existencia de modos diferenciales y específicos de uso. Si bien la gráfica del *flujo* antes que la selectividad podría describir esta experiencia de “inmersión” tecnológica – asociada a un modo de atención inespecífica, de conjunto y permanente, el cual ya venía asociado al viejo dispositivo de la TV<sup>21</sup>-, hemos podido identificar marcas personales y a la vez de clase como operatoria selectiva y específica de vinculación y uso de las tecnologías.

Creemos que lo analizado hasta aquí fundamenta nuestro punto de partida: existe significación epistémica y política en interrogar la sensibilidad como manifestación de a un momento en la relación técnica/experiencia. El análisis efectuado en este trabajo, fruto de una investigación mayor, es prueba de su importancia en el marco de los procesos de regulación de la sensibilidad contemporánea. Algunas de las respuestas encontradas sobre el uso de la tecnología abren el camino a la pregunta por los procesos de mediatización y mercantilización de la experiencia, sobre las características que asume el sentir en los sectores subalternos y posibilitan la comprensión de los mecanismos ideológicos que regulan la percepción de lo posible/lo deseable, “suturando” ideológicamente las vivencias en contextos de pobreza y expulsión.

## Notas

<sup>16</sup> Hasta la actualidad se han conformado los siguientes complejos habitacionales: 1- “Ciudad Evita” (574 viviendas), 2- “Ciudad de Mis Sueños” (565), 3- “29 de mayo-Ciudad de los cuartetos” (480), 4- “Ciudad de los niños” (412), 5- “Ciudad Obispo Angelelli” (359 viviendas), 6- “Ciudad Ampliación Ferreyra (460), 7- “Ciudad Juan Pablo II” (359), 8- “Ciudad Villa Retiro” (264); 9- “Ciudad Parque las Rosas” (312), 10- “Ciudad Ampliación Cabildo” (570); 11- B° Renacimiento (223); 12- B° San Lucas (230); 13- “Ciudad de mi esperanza” (380); 14- Ciudad Villa Bustos (197); 15- “Ciudad Sol Naciente” (638). Otras experiencias similares en países de América Latina son *ChileBarrio* (en Chile) y *Programa Favela-Bairro* (en Brasil, concretamente en Rio de Janeiro).

<sup>17</sup> Es importante destacar algunos rasgos de la población bajo análisis, principalmente en términos de su pertenencia de clase. Al momento de realizar esta encuesta, el promedio de habitantes por unidad doméstica en las Ciudades Barrio era de cinco. Lo más frecuente es que entre una y dos personas de la misma casa trabajaran (74.2 % de los casos); si se considera la actividad de hasta tres miembros el porcentaje asciende a 86.1%. El trabajo de más de cuatro miembros y hasta seis miembros alcanzaba el 6.6%, mientras que la mención de inexistencia de trabajo remunerado llegó a un 7.4% de los casos. El gasto semanal aproximado en supermercado/almacén que declararon las personas encuestadas varió en el rango de \$30 a \$1.500 pesos, con un promedio de gasto semanal igual a \$379. Si consideráramos como dato objetivo los gastos declarados, durante el último mes, las familias habían efectuado un desembolso mensual en supermercado-almacén de \$1.516 en promedio. A su vez, teniendo en cuenta solo a las casas de hasta 4 miembros (n= 59) ese promedio descendía a \$353 semanales o \$1.413 mensuales. Comparativamente, siguiendo datos del CIPPES para el mismo mes (abril de 2013), la medición de la Canasta Básica Alimentaria del IBP-Córdoba (referida a cantidades mínimas nutricionales) para un adulto equivalente era de \$623,62 y presentaba un valor de \$ 1.926,98 para una familia tipo de cuatro miembros. La Canasta Básica Total (CBT), entre tanto, era de \$ 4.393. De acuerdo con el mismo organismo, la Línea de Pobreza podía ser fijada para ese mes en \$4.393,50 considerando una familia tipo de 4 miembros; Córdoba tendría en ese momento la LP más alta del país, comparada con el resto de los lugares en donde el organismo recabó información (Mendoza, Tucumán, Salta, Chaco y Conurbano Bonaerense). De esta manera, en forma estimativa, y siguiendo los datos anteriores, es posible

anticipar que una proporción importante de hogares en las Ciudades Barrio se situaba bajo la LP al momento de la encuesta, mientras que las condiciones de pobreza se mantenían reguladas (entre otras estrategias posibles) a partir de la incorporación de numerosos miembros del hogar al mercado de trabajo.

<sup>18</sup> Las publicidades de telefonía celular son expresivas de esta forma de conexión: a la *Comunidad Movistar* (nombre asignado a la cartera de clientes de una de las empresas de telefonía más importantes de Argentina) “se ingresa de-a-uno”; para *Personal* (nombre de otra importante empresa) “cada persona es un mundo”.

<sup>19</sup> Roger Silverstone, en el prefacio a la obra referida, indica la importancia que tenía para Williams el desarrollo de tecnologías en cuanto al proceso de realización de modos democráticos de la vida en las sociedades que estudiaba: “[l]as tecnologías, sostiene Williams, son «los instrumentos contemporáneos de una larga revolución hacia una democracia educada y participativa»: un proyecto que Williams nunca perdió de vista; pero también son los instrumentos de lo que él llama la contrarrevolución, mediante la cual las fuerzas del capital logran introducirse en las vetas más finas de la vida cotidiana” (Silverstone, en Williams, 2011: 14-15).

<sup>20</sup> “[U]n aspecto interesante es que hasta el período posterior a la primera guerra mundial y, en cierto sentido, hasta después de la segunda guerra mundial, los medios que satisfacían estas necesidades variables de un nuevo tipo de sociedad y un estilo de vida fueron consideradas campos especializados: la prensa de ocupaba de la información política y económica, la fotografía cubría sobre todo las actividades de la comunidad, la familia y la vida personal; la cinematografía se especializaba en las curiosidades y en el entretenimiento; la telegrafía y la telefonía estaban reservadas para la información de negocios y algunos mensajes personales importantes. La radiodifusión apareció precisamente dentro de este conjunto de formas especializadas” (Williams, 2011:36).

<sup>21</sup> El carácter “comercial” de la TV debe examinarse, pues, en varios niveles: como la realización de programas para obtener ganancias en un mercado conocido; como un canal para transmitir publicidad; y como una forma político-cultural directamente modelada por las normas de una sociedad capitalista y dependiente de ella, que vende tanto los bienes de consumo como un “estilo de vida” basado en ellos, en una escala de valores generada localmente por los intereses capitalistas y las autoridades del país y organizada internacionalmente como un proyecto político por el poder dominante (Williams, 2011: 59).

<sup>22</sup> La radio como “viejo” dispositivo tecnológico no es

abordada en las presentes reflexiones, debido a las diferentes modalidades de personalización de las que es objeto a partir del celular.

<sup>23</sup> DirecTV es un proveedor de televisión, canales de radio y audio digital con sede en California (USA), con presencia y reconocimiento en toda América. Cablevisión es una compañía argentina que provee programación por cable y conexión a internet. Ambos disponen de un servicio adicional para el alquiler de películas por vía satelital a través del sistema “pago por visión” o “pago por ver” (pay per-view), que en la práctica tiende a sustituir al comercio de renta tradicional (Video Club).

<sup>24</sup> Ver en línea: <http://www.tda.gob.ar/tda/141/3016/tv-digital.html>. Visita: 4 de mayo de 2014.

<sup>25</sup> Según un informe del consultor Enrique Carrier. Ver en: <http://54-9.com.ar/movistar/pese-al-impuesto-la-venta-de-celulares-subio-casi-30-en-el-trimestre#more-2900>. Visitado: 5 de enero de 2014.

<sup>26</sup> Ver el diario La Voz del Interior (versión Web). Visitado: 20 octubre de 2012.

<sup>27</sup> Ver la revista Fortuna. Visitado: 22 agosto de 2013.

<sup>28</sup> Ver, el diario La Voz del Interior (versión Web). Visitado: 2 septiembre de 2012.

<sup>29</sup> Por sexo, la importancia asignada a los cambios tecnológicos son los siguientes: hombres: 42% celulares, 14% televisión y 11% computadoras; mujeres: 50% celulares, 15% computadoras, 9% televisión.

<sup>30</sup> Cuando en Miami, mirando la TV norteamericana y comparándola con la oferta de la BBC de Londres, Williams descubre a la televisión como flujo continuo, indicaba la prevalencia de una tendencia en la cual “mirar TV”, “escuchar radio”, se transformaban en experiencia de inmersión en el flujo visual y auditivo antes que en una experiencia selectiva de mirar o escuchar (programa) específicos.

## Bibliografía citada

- Bauman, Z. (2007) *Vida de Consumo*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- Benjamin, W. (1972-1999), *Poesía y Capitalismo. Iluminaciones II*. Madrid: Taurus.
- Benjamin, W. (1994): “La obra de arte en la época de la reproducción técnica” en *Discursos Interrumpidos*, Barcelona, Planeta Agostini.
- Benjamin, W. (2008): “El capitalismo como religión”, Created Apr 24, 2008 by economía UNAM. Disponible en: [economyradio.blogspot.com](http://economyradio.blogspot.com). (Fecha de consulta: 08/01/11).
- Boito, E. y Espoz, B. (2012) “Ciudad(es) colonial(es): convergencia de órdenes de disciplinamiento y control en la regulación del espacio-tiempo y las sensibilidades”, Revista *Espacios Nueva Serie* N° 7. *Estudios de Biopolítica*. UNPA.
- Boito, E. (2011) “Un momento en la historia de la percepción burguesa: W. Benjamin, el capitalismo como religión y la pobreza como marca de la experiencia capitalista”, en Boito, E. Toro Carmona, I, y Grosso, J. L. (Comps) *Transformación social, memoria colectiva y cultura(s) popular(es)*; Bs. As: ESE. 22-42 pág. Disponible en: <http://estudiossociologicos.com.ar>
- Boito, E. (2010) “Estados de sentir en contextos de mediatización y mercantilización de la experiencia. Intentos por precisar una lectura materialista de las sensibilidades.” En Boito, E. y Grosso, J. L. (Comps.) *Cuerpos y emociones desde América Latina*. CEA\_Conicet/Doctorado de Ciencias Humanas, Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Catamarca. 82-101 pag. Disponible en: <http://accioncolectiva.com.ar/sitio/libros-publicados>
- Debord, G. (1995): *La sociedad del espectáculo*. Buenos Aires: La Marca.
- Debord, G. (1988, 1999): *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*. Barcelona: Anagrama.
- Eagleton, T. *Ideología. Una introducción*. (1997). España: Paidós.
- Elias, N. *La sociedad de los individuos* (1990) Barcelona, Península.
- Espoz, M; Michelazzo, C. y Sorribas, P. (2010) “Narrativas en conflicto sobre una ciudad socio-segregada. Una descripción de las mediaciones que las visibilizan”, en Scribano, A. y Boito, E. (comps.) *El purgatorio que no fue. Acciones profanas entre la esperanza y la soportabilidad*, Buenos Aires: CICCUS.
- Hirschman, A. (1978) *Las pasiones y los intereses. Argumentos políticos a favor del capitalismo antes de su tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Levstein, A. y Boito, M. (comps.) (2009) *De insomnios y vigiliadas en el espacio urbano cordobés: lecturas sobre ‘Ciudad de mis Sueños’*, Córdoba: Universitas.
- Marx, Carlos (1844, 1999) *Manuscritos de economía y filosofía*. Alianza Editorial: Madrid.
- Scribano, A y Boito, E. (2010) “La ciudad sitiada: una reflexión sobre imágenes que expresan el carácter neocolonial de la ciudad (Córdoba, 2010)”, en revista *Actual Marx Intervenciones* N°9, “Cuerpos contemporáneos: nuevas prácticas, antiguos retos, otras pasiones” (1er Semestre 2010), LOM Ediciones y Universidad

Bolivariana, Santiago de Chile.

Sennett, R. (1997) *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*. España: Alianza Editorial.

Wacquant, L. (2007) *Los condenados de la ciudad. Gueto, periferias y Estado*. Argentina: Siglo XXI.

Williams, R. (2011) *Televisión: tecnología y forma cultural*. Paidós, estudios de comunicación. Primera edición.

Williams, R. (2009) *Marxismo y Literatura*, Editorial Las cuarenta.

Williams, R. (2001) *El campo y la ciudad*. Editorial Paidós.

Žižek, S. (2000) *Mirando el sesgo. Una introducción a Jacques Lacan a través de la cultura popular*. Argentina: Paidós

\_\_\_\_\_ (1999) *El Acoso de las fantasías*. España: Siglo XXI Editores.

\_\_\_\_\_ (1992) *El sublime objeto de la ideología*. Argentina: Siglo XXI Editores.

## Otras fuentes consultadas:

Bacman, R. y Quevedo, A. (2008) *Consumos culturales tecnológicos. Entre la personalización y la portabilidad*. Disponible en:

[www.consumosculturales.gov.ar](http://www.consumosculturales.gov.ar)

Enrique Carrier (2010) "Pese al impuestazo la venta de celulares subió casi un 30% en el trimestre". *Informe de consultora 54-9*. Disponible en: <http://54-9.com.ar/movistar/pese-al-impuestazo-la-venta-de-celulares-subio-casi-30-en-el-trimestre#more-2900>

Página web de prefectura de Río de Janeiro: [http://www.rio.rj.gov.br/habitat/noticias\\_bid.htm](http://www.rio.rj.gov.br/habitat/noticias_bid.htm)

---

### Maria Eugenia Boito

Maria holds a Ph.D. in Social Sciences (University of Buenos Aires), an M.Sc. in Communication and Contemporary Culture (CEA/National University of Cordoba), a B.Sc. in Social Work (NUC) and a B.Sc. in Social Communication (NUC). She is also adjunct researcher of CONICET (Argentina), the Director of Studies Program on Ideology, Social Practices and Conflict (CIECS-CONICET), and Adjunct Professor in two Seminars of National University of Cordoba.

### Emilio Seveso

Emilio is a Ph.D. holder in Social Latin American Studies (National University of Cordoba) and a B.Sc in Sociology. He is Professor of the National University of San Luis (Argentina). Member of the Centre for Research and Sociological Studies. He is also a member of the Studies Program on Ideology, Social Practices and Conflict (CIECS-CONICET), and a postdoctoral scholar of CONICET in the strategic area "Social Inclusion / social sector development and technology."

### Gabriel Giannone

Gabriel is currently pursuing doctoral studies in Social Sciences and Humanities (National University of Quilmes). He has a B.Sc. in Sociology (National University of Villa Maria). He is also assistant scholar at the National University of Cordoba and N.U. of Villa Maria (Argentina), and a member of the Studies Program on Ideology, Social Practices and Conflict (CIECS-CONICET).

Email: [gabrielgiannone@hotmail.com](mailto:gabrielgiannone@hotmail.com)