



INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONOMICAS Y SOCIALES DEL SUR

Documento de Trabajo Proyecto Unidad Ejecutora
“Inclusión social: innovaciones y políticas públicas. Un análisis regional”
Nº 6

Inclusión digital y grandes datos: Delineando un relevamiento para la ciudad de Bahía Blanca

Autores:

Juan MC Larrosa

Emiliano Gutierrez

01/12/2017

1. Introducción

Las redes sociales definen la conducta de los individuos brindando un marco de limitaciones y oportunidades. La digitalización de la vida cotidiana en todo el Mundo ha llevado a planteos del uso de los grandes datos (Big Data), incluyendo los medios sociales¹, para estudio de muchas dimensiones de la vida social, incluyendo la pobreza (Mann, 2017). En el caso que nos abocamos en este documento, los datos de la interacción en redes sociales buscan sumar explicaciones a la vida social de gente de menores ingresos en Bahía Blanca. Las preguntas están enfocadas en comprender la dimensión digital de la vida de los entrevistados. En ese sentido, se busca indagar cómo la vida en las redes sociales modernas afecta al grado de inclusión social. Se puede esperar en principio que los efectos puedan ser positivos aunque también negativos. En el primer caso, las redes sociales puede ejercer el rol del *tercer lugar* (Hickman, 2013) digital en términos de Stevens et al. (2016), es decir un lugar distinto al familiar y al del vecindario físico propiamente dicho (primero y segundo lugar de socialización) donde el individuo pueda desarrollar una vida social de encuentro y conocimiento de pares, a fin de obtener recursos de la red. Los medios sociales representan un espacio de ayuda y confraternización a nivel profesional (Stanfield y otros, 2017) pero también a nivel de personas con menor grado de educación. Los efectos negativos pueden surgir cuando la red social por su composición torna la más difícil la posibilidad del individuo en lograr una posición más inclusiva en la sociedad debido a círculos viciosos de pobreza, criminalidad y aislamiento. Los problemas de inclusión digital están siendo ampliamente estudiados debido al crecimiento exponencial de las tasas de adopción de tecnologías incluso en regiones rurales o sin infraestructura tradicional (Haenssgen, 2018; Baker y otros, 2016). Precisamente, incluso una mayor predisposición a ayudar a gente de su propio vecindario puede ser poco útil si la restricción económica del oferente también limita esa ayuda (Hamm y McDonald, 2015).

El estudio buscará identificar si, y cómo, las redes afectan las trayectorias que convergen, que atraviesan y que sacan de la pobreza a los individuos identificados. La investigación examinará tres dimensiones:

- **Conciencia:** ¿cuán conscientes son las personas de sus redes sociales y cómo podían usarlas activamente?
- **Acceso:** ¿con qué facilidad las personas pudieron participar en redes personales, comunitarias y organizacionales? ¿Qué oportunidades estaban disponibles y qué barreras se encontraron?
- **Utilidad:** ¿cómo usaban las personas las conexiones para sobrellevar, reducir o escapar de la pobreza? ¿Son algunas conexiones de red más efectivas que otras?

¹ El término *medios sociales* serán utilizado para definir las redes sociales y plataformas de interacción en línea que permite comunicaciones uni o bidireccionales entre usuarios o entre usuarios y proveedores. Técnicamente son sitios web y aplicaciones que permiten a los usuarios crear y compartir contenido o participar en redes sociales.

2. Conciencia de red

Un primer paso en la investigación sería obtener información de los encuestados en términos de cómo analizan la información y los recursos que obtienen de la red y cómo son sus estrategias para establecer contactos. Usualmente se considera que la familia proporciona las relaciones centrales a partir de las cuales las personas construyen sus redes sociales más amplias, pero las mismas familiares (por su conformación histórica y cultural particular) también podrían limitar las oportunidades de establecer contactos. Los medios sociales incluso pueden afianzar las relaciones intra-familiares (Kamal y Arefin, 2016)

La conciencia de la red, la confianza en uno mismo y la creencia en tener algo que ofrecer fueron fundamentales en términos de la capacidad de las personas para conectarse. Más aún, se plantea que el fin último de conectarse a la red es entablar una conexión con otro usuario para interactuar, a modo de "moneda social" (Rushkoff, 2011), es decir, el uso de los medios sociales para suplantar la interacción humana. Aquellos que habían reflexionado sobre sus redes sociales vieron la importancia de conexiones amplias, particularmente transculturales. Sin embargo, tratar de desarrollar contactos no probados para 'avanzar' más allá de las redes inmediatas familiares o basadas en la comunidad en general se considera arriesgado. Los familiares y amigos constituyeron una red de seguridad de apoyo financiero, emocional y práctico en términos de confianza. Para muchos, esto proporciona un trampolín para desarrollar 'lazos débiles' que podrían ayudarlos a seguir adelante, pero para algunos estas relaciones estrechas imponen restricciones sobre su capacidad para desarrollar enlaces útiles. La confianza y la reciprocidad son frecuentemente reconocidas como fundamentales y la manipulación consciente de las redes sociales para la ventaja personal o familiar podría poner en peligro estas características y aumentar el "costo" de usar esas redes.

3. Acceso a la red

La literatura sobre este tema surge se encuadra principalmente sobre el tópico de división digital o *digital divide*. Esta rama estudia los problemas asociados al desigual acceso al mundo por parte de la población. Es un problema que exhibe hasta perspectivas de empeorar (Mingo y Bracciale, 2016, para el caso de Italia) con una dinámica identificada como el efecto Matthew (el rico se vuelve más rico y el pobre más pobre). En general se busca tender al acceso universal a la red como un derecho (Jayakar, 2017). Hay evidencia que el estatus socioeconómico no sólo afecta el acceso a la red incluso ante procesos de acceso a la información multidispositivo (*second screening*) que en teoría permitirían un acceso más amplio y variado de la población (Barnidge y otros, 2018). Es común que en las redes sociales los participantes que experimentan pobreza se forman según las expectativas de roles de clase social, edad y género. De hecho distintos tipos y calidades de acceso a las redes suelen estar asociados a diferentes rendimientos en el futuro (Harris y otros, 2017). El nivel de educación y la naturaleza del empleo suelen ser vistos como factores clave para determinar las características y el uso de las redes. Trabajadores en empleos mal remunerados con largas horas de trabajo suelen tener redes particularmente limitadas más allá del lugar de trabajo inmediato. Los miembros de clases más pobres más "visibles" también se pueden ver

afectados por discriminación. Los prejuicios y la discriminación son barreras para acceder y participar en redes influyentes.

Asimismo, la frecuencia de uso de los medios sociales puede llegar incluso a derivar en círculos viciosos asociados a adicciones (Borg y Smith, 2018), algo que la digitalización de la vida moderna muestra recurrentemente (Boyd, 2015, capítulo 3).

Se consideró que las agencias, en particular las organizaciones voluntarias, comunitarias y de fe, jugaban tres roles importantes en el trabajo en red: como lugares donde las personas se sentían cómodas y reafirmadas dentro de su propia cultura; como espacios donde grupos diversos podrían unirse para construir conexiones; y como tener las caras (personas) con las habilidades y el conocimiento para unir a los demás, para apoyar el desarrollo de la red. El voluntariado, visto como una ruta hacia el trabajo, a través de recursos relacionados con la red, como mayores habilidades y confianza, contactos y referencias más amplios.

Las redes requieren recursos en términos de tiempo y dinero. En las comunidades más pobres las distancias de viaje y la infraestructura de banda ancha inadecuada puede resultar en barreras adicionales. Sin embargo, el uso de tecnologías sociales para mantener las redes personales se considera menos costoso que la comunicación cara a cara, pero se caracteriza por el flujo de una mayor proporción de información que puede resultar irrelevante (humor, chusmerío, entre otros). Algunos pueden sentir que podrían sentirse "retraídos" al depender de las conexiones cara a cara. Además, las tecnologías sociales ofrecen nuevas oportunidades para fortalecer lazos existentes y rotos (encontrarse con compañeros de estadios iniciales de educación, por ejemplo). Una minoría considera que las redes sociales son una forma de 'mercadearse' estratégicamente.

También puede haber aspectos negativos en las redes sociales. Los procedimientos de contratación informal en ciertas industrias (por ejemplo, trabajo doméstico, albañilería y changas en general) pueden limitar a algunas personas en la pobreza a entrar a un mercado de trabajo formal y permanente. También la presión de grupo podría evitar que las personas progresen en la vida (como lo ejemplifican pertenecer a pandillas, el narcotráfico o la delincuencia general). Las redes sociales son a menudo frágiles y fácilmente interrumpidas por eventos tales como problemas familiares, divorcios o pérdida del empleo a largo plazo.

4. Uso, utilidad y limitaciones de las redes

El uso de las redes para obtener recursos está bien representada en toda la rama de la literatura del capital social (Lin, 2001; Valenzuela y otros, 2009; Neves, 2013). Las redes sociales pueden llegar a ser particularmente importantes para sobrevivir a la pobreza. Molina y otros (2017) describen ejemplos de compartir alimentos, intercambiar combustible o averiguar sobre ropa y alimentos a bajo costo o servicios de intercambio (trueque) gratuitos. En general se suele observar que en las redes compuestas con gente pobre tienden a buscar objetivos de muy corto plazo en acciones más relacionadas a la supervivencia y la socialización: "sobrevivir" en lugar de "avanzar" socioeconómicamente. Donde las redes sociales sí pueden ayudar a las personas a escapar de la pobreza, por lo general es a través de conexiones con la sociedad de

niveles de ingresos más altos. Sin embargo, incluso cuando se detectan estos individuos de estratos de ingresos bajos que fueron "exitosos" en avanzar a niveles de ingreso superiores existen límites sobre hasta qué punto las redes sociales podrían llevarlos, por ejemplo, en la promoción en el trabajo.

Los servicios comunitarios (grupos de Facebook o Whatsapp) facilitan el contacto y la integración brindan oportunidades (Grasmuck y otros, 2009) para establecer puentes y conexiones que atraviesan grupos dispersos o "lazos débiles" (Granovetter, 1973). Sin embargo, diferentes comunidades muchas veces ligadas a algún culto también se organizan colectivamente para ofrecer sus propios servicios de apoyo y asesoramiento, a veces porque no se sienten bien atendidos o bien recibidos por las principales instituciones públicas (municipal, provincial o nacional)². Servicios de baja calidad que se suministran en los diversos niveles de la ayuda estatal obligan a algunos a confiar en las conexiones familiares y sociales para obtener asesoramiento, aunque la información proporcionada no siempre es confiable. Las redes sociales son utilizadas por personas en los márgenes de la pobreza para entender y negociar con sistemas complejos como el servicio de salud, el sistema de jubilaciones y pensiones o el sistema educativo. También sirven para apoyo psicológico, profesional (Radovic y otros, 2016) o no.

Las culturas y los valores tradicionales suelen proporcionar una base significativa para el trabajo en red sobre todo para las generaciones más jóvenes. Algunas de hecho pueden usarlo para accionar directamente sobre los sectores de menores ingresos a través de organizaciones sin fines de lucro (Molina y otros, 2017). Otro fin claro es la socialización y, particularmente, la búsqueda de pareja sentimental, siendo una funcionalidad ampliamente demandada (Arora y Scheiber, 2017).

Se registran también diferencias en el uso de las redes sociales para obtener acceso a la financiación. Mucho acceden a la financiación dentro de la familia y muy pocos acceden a la financiación tradicional incluyendo empresas de créditos de alto riesgo y alto interés. Se registra también acceso a esquemas de ahorro y préstamo informales o semi-formales, a menudo en torno al vecindario o comunidad dentro del propio barrio (por ejemplo, religioso).

En muchas investigaciones representantes de instituciones estatales y proveedores de servicios públicos del sector privado se han mostrado escépticos sobre la capacidad de las redes sociales de sacar a las personas de la pobreza. Un punto de vista común era que salir de la pobreza era particularmente difícil donde predominaban los mercados laborales de bajos salarios.

Sin embargo, se reconoce la importancia de las redes sociales en términos de acceso al empleo, y se identificaron ejemplos de buenas prácticas que podrían desarrollar el conocimiento y la capacidad de las personas para usar sus redes.

Asimismo, no debiera faltar un análisis de las redes sociales humanas en el contexto de la pobreza. Herán (1987, 1988) partiendo de un enorme trabajo de campo realizado por el INSEE

² Cohen y Richards (2015) plantean el uso de páginas de Facebook dentro de una empresa como canal de expresión de frustraciones cotidianas de los empleados. Uno puede esperar que un grupo o página de Facebook puede jugar el mismo rol.

francés, tabula los usos del capital social que realizan los franceses de los vecinos. En estos trabajos se describen que usos le da la comunidad francesa a sus propios, cómo están compuestas estas relaciones, la presencia de homofilia (Degenne y Forsé, 1998: 33), entre otros.

5. El cuestionario

El esquema de preguntas está basado en cuatro secciones A, B, C y D. La sección A intenta identificar el tipo de red o medio social que usa el entrevistado (pregunta 1) y qué tipo de actividad realiza en la misma (pregunta 2). Asimismo se intenta capturar la idea de si el entrevistado busca interactuar con personas relevantes en la red o influyentes (pregunta 3). Finalmente, se busca conocer la composición principal de su medio social en términos de grado e intensidad de relación (pregunta 4).

La sección B está compuesta por una sola pregunta referida a la intensidad de uso de los medios sociales a fin de determinar el grado de compromiso (y en último caso, adicción) con dichos medios.

La sección C plantea recabar información sobre los usos que los entrevistados hacen de las redes sociales. Las preguntas buscan explorar el capital social del entrevistado. En ese sentido se le pregunta la masa de contactos en cada red respectiva (pregunta 1), que recursos han obtenido exitosamente de la red (pregunta 2), y de que grupos específicos de Facebook participa activamente (preguntas 3 y 4).

La sección D busca responder preguntas referidas al uso que hacen los entrevistados de su capital social real, no inserto en el medio digital. La pregunta 1 refiere a homofilia respecto a pareja, enfocado en el nivel de educación, ingresos y cercanía geográfica. La pregunta 2 evalúa las visitas que se realizan y la pregunta 3, para finalizar, el tipo de relación que mantiene con el vecindario.

Referencias

- Arora, P. y L. Scheiber (2017), "Slumdog romance: Facebook love and digital privacy at the margins", *Media, Culture & Society* 39(3): 408–422. DOI: 10.1177/0163443717691225
- Baker, S., J. Warburton, S. Hodgkin y J. Pascal (2016), "The supportive network: rural disadvantaged older people and ICT", *Ageing & Society*, 1-19. DOI: 10.1017/S0144686X16000350
- Barnidge, M., T. Diehl y H. Rojas (2018). "Second Screening for News and Digital Divide", *Social Science Computer Review* 1-18. DOI: 10.1177/0894439317750840
- Borg, K. y L. Smith (2018), "Digital inclusion and online behaviour: five typologies of Australian internet users", *Behaviour & Information Technology* 1-15, DOI:10.1080/0144929X.2018.1436593

- Boyd, D. (2014), *It's complicated*. Yale University Press
- Cohen, N. y J. Richards (2015), "'I didn't feel like I was alone anymore': evaluating self-organised employee coping practices conducted via Facebook", *New Technology, Work and Employment* 30(3): 222-236.
- Degenne, A. y M. Forsé (1998). *Introducing Social Networks*. London: Sage Publications.
- Grasmuck, S., J. Martin y S. Zhao (2009), "Ethno-Racial Identity Displays on Facebook", *Journal of Computer-Mediated Communication* 15: 158–188. doi:10.1111/j.1083-6101.2009.01498.x
- Haenssger, M.J. (2018), "The struggle for digital inclusion: Phones, healthcare, and marginalisation in rural India", *World Development* 104: 358–374. DOI <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2017.12.023>
- Hamm, L. y S. McDonald (2015), "Helping Hands: Race, Neighborhood Context, and Reluctance in Providing Job-Finding Assistance". *The Sociological Quarterly* 56: 539–557
- Harris C, L. Straker y. C. Pollock (2017) "A socioeconomic related 'digital divide' exists in how, not if, young people use computers". *PLoS ONE* 12 (3): e0175011. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0175011>
- Herán, F. (1987), "Comment les Français voisinent", *Economie et Statistique* 195: 43-60. https://www.persee.fr/doc/estat_0336-1454_1987_num_195_1_5049
- Herán, F. (1988), "La sociabilité, une pratique culturelle", *Economie et Statistique* 216: 3-21. https://www.persee.fr/doc/estat_0336-1454_1988_num_216_1_5267
- Hickman, P. (2013), "'Third places' and social interaction in deprived neighbourhoods in Great Britain", *Journal of Housing and the Built Environment* (2013) 28:221–236. DOI 10.1007/s10901-012-9306-5
- Jayakar, K. (2017), "Universal Broadband: Option, Right or Obligation?", *Journal of Human Values* 24(1) 11–24. DOI: 10.1177/0971685817733569
- Kamal, S. y M.S. Arefin (2016), "Impact analysis of Facebook in family bonding", *Social Networks Analysis and Mining* 6(9): 1-14. DOI 10.1007/s13278-015-0314-9
- Lin, N. (2001). *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge: Cambridge University Press. ISBN 978-0-521-52167-3.
- Mann, L. (2017), "Left to Other Peoples' Devices? A Political Economy Perspective on the Big Data Revolution in Development", *Development and Change* 0(0): 1–34. DOI: 10.1111/dech.12347
- Mingo, I. y R. Bracciale (2016), "The Matthew Effect in the Italian Digital Context: The Progressive Marginalisation of the "Poor"", *Social Indicatoris Research*: 1-31. DOI 10.1007/s11205-016-1511-2

- Molina, J.L., H. Valenzuela-García, M.J. Lubbers, P. Escribano y M. M. Lobato (2017), ““The Cowl Does Make The Monk”: Understanding the Emergence of Social Entrepreneurship in Times of Downturn”, *Voluntas* 1-24. DOI 10.1007/s11266-017-9921-6
- Neves, B.B. (2013), “Social Capital and Internet Use: The Irrelevant, the Bad, and the Good”, *Sociology Compass* 7/8: 599–611. DOI: 10.1111/soc4.12059
- Radovic, A., T. Gmelin, B.D. Stein y E. Miller (2016) “Depressed adolescents' positive and negative use of social media”, *Journal of Adolescence* 55: 5-15. <http://dx.doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.002>
- Rushkoff, D. (2011), “The Social Currency”, incluido en Bauerlein, M. (editor) *The digital divide*, Jeremy P. Tarcher/Penguin, New York: 127-129.
- Stanfield, D., L.Beddoe, N. Ballantyne, S. Lowe y N. Renata (2017), “Critical conversations: Social workers’ perceptions of the use of a closed Facebook group as a participatory professional space”, *Aotearoa New Zealand Social Work* 29(3), 42–54.
- Stevens, R. S. Gilliard-Matthews, J. Dunaev, M.K.Woods, and B.M. Brawner (2016), “The digital hood: Social media use among youth in disadvantaged neighborhoods”, *new media & society* 1–18. DOI: 10.1177/1461444815625941
- Valenzuela, S., N. Park y K.F. Kee (2009), “Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students’ Life Satisfaction, Trust, and Participation” *Journal of Computer-Mediated Communication* 14 (2009) 875–901

CUESTIONARIO

Preguntas inclusión digital y redes sociales

A. Identificación de la red social utilizada

1. ¿Qué redes sociales frecuenta?

- a. Facebook
- b. Instagram
- c. Twitter
- d. Tinder
- e. Whatsapp
- f. Youtube
- g. Otras (especificar)

2. Marque que actividad realiza en cada red social

	Facebook	Instagram	Twitter	Tinder	Whatsapp	Youtube	Otras
a. Relacionarme con amigos y familia							
b. Establecer relaciones sentimentales							
c. Relacionarme con mi familia							
d. Conocer noticias locales							
e. Conocer noticias nacionales							
f. Conocer noticias internacionales							
g. Esparcimiento (humor, juegos)							
h. Comprar y vender							

i. Buscar trabajo							
j. Participar en política							
k. Solicitar consejo o ayuda							
l. Brindar ayuda o consejo							
m. Buscar trabajo							
n. Otras (especificar)							

3. Definamos influyente como la persona o página a la cual usted más frecuentemente recurre en la red para buscar información (sea noticias, chistes, comentarios...). Alguien a quien usted considera un referente. ¿A quiénes considera influyentes en su red?

- a.
- b.
- c.
- d.
- e.

4. En su red social, usted diría que....

- a. La mayoría de mis conexiones son compañeros de trabajo
- b. La mayoría de mis conexiones son amigos y familiares
- c. La mayoría de mis conexiones son contactos que no conozco personalmente
- d. La mayoría de mis conexiones son empresas que brindan diversos productos y servicios
- e. La mayoría de mis conexiones son compañeros de trabajo

B. Intensidad de uso

1. Con que frecuencia postea, sube, comenta en las redes

	Facebook	Instagram	Twitter	Tinder	Whatsapp	Youtube	Otras
Nunca							

Raramente (alguna vez al mes)							
A menudo (Varias veces al mes)							
Frecuentemente (Varias veces a la semana)							
Una vez todos los días							
Varias veces todos los días							

C. Recursos insertos en la red social identificada

1. Cuantos contactos tiene en cada red de la participa
 - a. Facebook (Contactos.....Seguidores.....)
 - b. Instagram (Contactos.....Seguidores.....)
 - c. Twitter (Contactos.....Seguidores.....)
 - d. Tinder (Matches.....)
 - e. Whatsapp (Contactos.....)
 - f. Otras
2. ¿Ha logrado exitosamente ...?
 - a. Conseguir trabajo
 - b. Vender o comprar algo que necesitaba
 - c. Conseguir nuevos amigos
 - d. Obtener asesoramiento en algún tema que desconocías
 - e. Lograr apoyo emocional cuando se sentía alicaída en el estado de ánimo.....
3. ¿De qué tipos de grupos de Facebook participa?
 - a. Grupos de vecinos del barrio ...SI ...NO.....
 - b. Grupos de compra y venta ... SI ...NO.....
 - c. Grupos religiosos ... SI ...NO.....
 - d. Grupos de simpatizantes de algún artista o club deportivo ... SI ...NO.....
 - e. Grupos de defensa de animales ... SI ...NO.....
 - f. Grupos de turismo ... SI ...NO.....
4. ¿Podría recordar los nombres de algunos de ellos?
 - a. Grupos de vecinos del barrio
 - i.
 - ii.
 - iii.
 - iv.

- v.
- b. Grupos de compra y venta
 - i.
 - ii.
 - iii.
 - iv.
 - v.
- c. Grupos religiosos
 - i.
 - ii.
 - iii.
 - iv.
 - v.
- d. Grupos de simpatizantes de algún artista o club deportivo
 - i.
 - ii.
 - iii.
 - iv.
 - v.
- e. Grupos de defensa de animales
 - i.
 - ii.
 - iii.
 - iv.
 - v.
- f. Grupos de turismo
 - i.
 - ii.
 - iii.
 - iv.
 - v.

D. Redes sociales

- 1. Si usted se encuentra en pareja/casado o juntado,**
 - i. ¿Qué nivel de educación tiene su pareja?
 - ii. ¿Qué nivel de ingresos tiene su pareja?
 - iii. ¿Qué tan cerca vive pareja?
- 2. En un mes cualquiera, cuando sale de su casa para visitar alguien... ¿a quien visita más regularmente?**
 - i. A un amigo/amiga
 - ii. A un familiar
 - iii. A un vecino (conocido que vive cerca)
 - iv. A una pareja o relación sentimental
- 3. ¿Qué tipo de relación mantiene con sus vecinos?**

- i. No mantengo contacto
- ii. Charlas en la vereda
- iii. Visito para charlar y tomar mates
- iv. Intercambio de favores (“¿me harías un favor?/ “me prestarías...”)
.....
- v. Relaciones muy buenas y frecuentes