

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

**Evolución tecnológica en los procesos de
comunicación en el área de Recursos Humanos
de la empresa AAK en la ciudad de Morelia**

Autor: Daisy Elizabeth Ramírez Castro

**Tesina presentada para obtener el título de:
Lic. En Ciencias de la Comunicación**

**Nombre del asesor:
Alberto Farías Ochoa**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA

ASESOR: Mtro. Alberto Farías Ochoa

Alumna: Daisy Elizabeth Ramírez Castro

TESINA:

“Evolución tecnológica en los procesos de comunicación en el área de Recursos Humanos de la empresa AAK en la ciudad de Morelia”.

Carrera: Ciencias de la Comunicación

INDICE

Introducción.....	1
Planteamiento del problema.....	2
Justificación.....	4
Objetivos.....	5
Supuesto de Investigación.....	6
Estrategia Metodológica.....	6
Marco teórico conceptual.....	7
CAPITULO 1	
1.1 Homovidens “La Sociedad Teledirigida”.....	8
1.2UNESCO “Hacia las sociedades del conocimiento”.....	13
1.3 Planeta WEB 2.0 “Inteligencia Colectiva”.....	18
1.4Educación hipermedial	23
CAPITULO 2	
2.1 Determinismo tecnológico.....	28
2.2 Sociología de la producción de los mensajes.....	33
2.3 De los medios a las mediaciones.....	36
2.4 Teoría de los medios digitales.....	42
CAPITULO 3	
3.1 AAK Morelia y su comunicación organizacional.....	47
3.2 Variaciones de la comunicación organizacional, en la empresa AAK.....	52
3.3 El manejo de las tecnologías en la comunicación organizacional en la empresa AAK.....	59
CAPITULO 4	
4.1 Conclusiones generales.....	69
4.2 Conclusiones y propuestas en la empresa AAK.....	75
Bibliografía.....	84

“Evolución tecnológica en los procesos de comunicación en el área de Recursos Humanos de la empresa AAK en la ciudad de Morelia”.

Introducción

El siglo XX se caracterizó por los cambios constantes que se dieron a nivel mundial en los ámbitos: económicos, políticos, sociales y tecnológicos, que se han ido transformando para ser parte de la cotidianidad del siglo XXI.

La evolución de nuestros días, ha orillado a todos los niveles sociales a buscar diferentes maneras de actualización en cada uno de los rubros que manejan, por lo que deben buscar alternativas de evolución en políticas, procesos sociales, pedagógicos y tecnológicos, entre otros, que ayuden a una mejor relación entre sociedades.

En donde podemos apreciar la mayor interacción entre la sociedad en general es en las zonas de trabajo, llamemos a estos, empresas, fábricas, escuelas, organismos gubernamentales, negocios propios, etc., donde la importancia de comunicarnos con los demás es vital; por lo cual se han buscado nuevas formas de comunicación, que sean rápidas, concisas y prácticas, sobretodo en las empresas donde el tiempo de mano de obra es muy valorado para los procesos de producción, en los que no es muy conveniente perder uno o dos minutos en algún aviso interno, ya que estos pueden marcar una diferencia importante en el producto final.

Por lo que reducir los tiempos y aprovecharlos éstos en tareas que den a la empresa mayor producción y mejor calidad en el trabajo, es una razón para que compañías a nivel mundial, así como México y específicamente en la ciudad de Morelia, tal es el caso de AarhusKarlshamn, empresa que diariamente debe informar a sus empleados de forma interna y externa, se implemente la mejor

En esta investigación se nombrará a la empresa AarhusKarlshamn como AAK

opción de una comunicación organizacional, que llegue a cada uno de sus integrantes.

Para la empresa en cuestión, es de suma importancia contar con las herramientas necesarias para dar a conocer cualquier cosa que sea de interés general para los integrantes de la compañía, por lo cual, cuentan con pantallas, periódicos murales y correos electrónicos.

Sin embargo, la finalidad de que todos los que integran la organización sean informados por parte de la empresa muchas veces no se lleva a cabo, ya que muchos no leen la información en las pantallas o periódicos murales por falta de interés o de conocimiento a las nuevas herramientas de comunicación que AAK está utilizando para ello.

Por este motivo, será importante buscar nuevas herramientas o estrategias de comunicación para que la empresa AAK, tenga mayor eficacia e inmediatez, para mantener informada al 100% su comunicación organizacional o bien distinguir si está utilizando la herramienta y la forma adecuada para conseguir el propósito.

2.- Planteamiento del problema

Muchas veces, al poner avisos en la pantalla, periódico mural o informar por medio del correo electrónico, damos por hecho que logramos el objetivo de comunicar algo a las personas que nos interesan; sin embargo, por diferentes razones, no nos aseguramos que la meta sea haya conseguido y después hay que atenerse a las consecuencias.

Los motivos para equivocarnos al hacer esta labor informativa pueden tener muchas razones: el internet o la computadora no funcionan, no se tuvo el tiempo o el interés de ver el correo, la información llega incompleta, la pantalla no se veía bien, no se vio el periódico mural, entre otras más.

Por lo anterior, es importante tener las herramientas y las formas correctas para llevar a cabo el trabajo de comunicación de la mejor manera, y para esto se han invertido en la empresa diferentes espacios para que la información llegue a las personas indicadas.

A partir de ahora nos haremos la pregunta, para resolver la situación que se vive en la compañía AAK y nos lleva a esta investigación:

¿Qué nuevas herramientas necesita la empresa AAK para tener una comunicación efectiva que llegue a todos sus empleados?

Como apoyo a este estudio haremos los siguientes cuestionamientos:

¿La manera de informar que se tienen es la correcta?

¿Se tiene conocimiento de la manera más eficaz para dar a conocer algún tipo de información dentro de la planta?

¿Se han buscado nuevas formas de comunicar, de las que ya se tienen y utilizan?

Las respuestas a estas preguntas se pretenden dar a conocer durante el transcurso de la investigación, enfocándonos en el objeto de estudio que es la comunicación interna que hay en la empresa AAK, la cual no siempre llega a los involucrados, es decir, a los empleados de dicha compañía.

A pesar de contar con las herramientas tecnológicas para dar la información a los trabajadores, no siempre se tiene el resultado que se espera, como es el que todos tengan la información oportuna y estén enterados de los avisos por parte del área de Recursos Humanos o alguna otra.

3.- Justificación

Las nuevas tecnologías aparecen diariamente en la vida de todos los seres humanos y para implementarlas es importante saber cómo se utilizan. A pesar de que ya tenemos conocimiento de cómo podemos informar algo, el desarrollo tecnológico nos da más alternativas para hacerlo mejor.

Por tal razón, es pertinente que AAK al formar parte de una empresa a nivel mundial, tenga los conocimientos necesarios y de evolución tecnológica, para estar a la par de las que integran al grupo en Europa y Estados Unidos.

Es fundamental ver las opciones que se tienen para desarrollar formas diferentes de comunicarnos entre nosotros mismos y con el personal en general, por lo que será interesante ir descubriendo todo lo que se podrá realizar en esta empresa, en materia de comunicación.

Con esta tesina se busca mejorar las formas de informar y sobre todo aportar en el campo de la comunicación organizacional, para tener una mejor relación laboral y permitir una interacción mucho más cercana entre los altos ejecutivos y el resto de los empleados, con el simple hecho de leer algún comunicado.

Además, la empresa AAK y su área de Recursos Humanos está consciente de los alcances que puede tener en el manejo de la información de forma correcta, y cuenta con los recursos necesarios para adquirir, también, nuevas tecnologías en esta materia para estar siempre a la vanguardia.

Se expondrá un diagnóstico del estado de los medios de comunicación que se utilizan en el área de Recursos Humanos de esta empresa y la necesidad de evaluar su funcionamiento, buscando así la innovación en los procesos antes mencionados.

Se tiene conocimiento de que la mitad de los trabajadores de esta empresa de 400 empleados, la mitad de ellos no recibe la información oportunamente, porque no cuentan con los elementos necesarios para obtenerla al instante y sólo se tienen 2 periódicos murales, uno en la cafetería y otro en los lockers de cada uno de ellos; pero aquí la desventaja es que casi nadie los lee. Lo anterior se ha podido observar en las labores cotidianas de la empresa, cuando se cita para una reunión o se da aviso de un cambio dentro de la organización y muchos no están enterados.

4.- Objetivos

Esta investigación tiene como prioridad presentar información relevante que permita crear un panorama actualizado de las condiciones de comunicación que se presentan, y que utiliza, el área de Recursos Humanos en la empresa AAK de la ciudad de Morelia, para informar a cada uno de los empleados que forman parte de ella.

El objetivo general es identificar nuevas formas o herramientas que se puedan implementar para una comunicación efectiva, entre cada una de las personas, que laboran en la empresa AAK de la ciudad de Morelia.

Para tener una mejor organización, es importante destacar, a manera de *objetivos particulares*, los siguientes puntos:

- *Comprobar o Reconocer si la manera de informar que se tiene ahora por parte del área de Recursos humanos es la correcta.*
- *Buscar la manera más eficaz para dar a conocer algún tipo de información dentro de la planta.*
- *Proponer la implementación de nuevas maneras de comunicar, por parte del área de Recursos Humanos de la empresa AAK.*

5.- Supuesto de investigación

El supuesto de investigación fue el siguiente:

El área de Recursos Humanos de la empresa AAK cuenta, desde hace más de 4 años, con herramientas de difusión para informar a sus empleados de cualquier situación, interna o externa, que sea del interés labora; sin embargo, en la mayoría de las ocasiones el mensaje no llega a todos los trabajadores de la misma manera, por lo que fue importante identificar nuevas formas para implementar una comunicación que fuera rápida, concisa y sobre todo efectiva que llegue, sin excusa alguna, a cada uno de los más de 300 integrantes de la empresa.

6.- Estrategia metodológica

La manera en la que obtuvimos nuestras conclusiones fue por medio de la investigación inductiva, la cual nos enfocó a manejar enunciados que ya están dados referente al tema que nos interesó y a través de ellos analizamos la realidad en nuestros días, obteniendo así una mejor perspectiva de las condiciones de comunicación que se tienen en el área de Recursos Humanos de la empresa AAK y con la que obtuvimos el apoyo para llegar a los resultados que se deseaban.

El enfoque principal que se tuvo en nuestro estudio fue el cualitativo ya que no necesitamos realizar cuantificaciones en nuestro trabajo, más bien, le dimos una importancia significativa a la manera de ver el universo en el que estamos tomando en cuenta la realidad, la dinámica que envuelve a las organizaciones y su forma estructural en las relaciones sociales, todo esto con el apoyo de material hemerográfico, internet, revistas especializadas, estudios sobre la comunicación organizacional, interna y externa, además de tomar en cuenta los diferentes canales de comunicación ya existentes, con el que realizamos un análisis en el que mostró si se estaban utilizando de forma correcta e identificáramos otros medios o herramientas de información.

Por último, utilizamos la técnica de investigación documental, la cual fue la estrategia que nos ayudó a partir de diferentes fenómenos ya existentes de orden histórico, psicológico, sociológico, entre otros, para analizar nuestro objetivo general, y así llegar a recolectar la mayor parte de información que auxilió a obtener los resultados más precisos y coherentes en nuestro estudio.

7.- Marco teórico conceptual

La teoría del Determinismo Tecnológico, fue fundamental para nuestro objeto de estudio, la cual nos ayudó a comprender mejor la realidad de la empresa AAK y las herramientas o formas de comunicar hacia sus integrantes.

El Determinismo tecnológico nos sirvió de manera sustancial para saber el desarrollo de la comunicación y la respuesta que ha tenido con la sociedad de manera particular y general y si ésta evolución ha afectado la manera de ver los medios de comunicación o cómo utilizarlos.

Por otro lado fue importante desarrollar, la Sociología de la producción de mensajes, la cual nos sirvió, para observar la manera en cómo se maneja la información dentro de la empresa y cuáles podrían ser las opciones en su producción, para llegar a la mayor cantidad de personal posibles. Con la finalidad de tener la mayor información posible y comprender nuestra realidad, para esta investigación utilizamos otras teorías de la comunicación, que conforme se avanzó en la investigación, nos aportaron más datos, con los que se obtuvieron mejores resultados.

CAPÍTULO 1

1.1 HOMOVIDENS LA SOCIEDAD TELEDIRIGIDA

Las tecnologías han invadido en todos los ámbitos humanos a las funciones que realiza cada persona, las cuales han facilitado de manera importante las labores en el trabajo, en el estudio, en el entretenimiento, la cultura, etc.

Todos estos rubros son accesibles para la sociedad y no se necesita ser un pintor destacado para pintar cuadros, no se necesita ser literato para escribir un libro o fotógrafo para tomar una foto, con sólo ingresar a internet o ver en la televisión la manera en cómo un profesional lo hace, es suficiente, para obtener recursos.

Eso es lo que ha hecho la televisión y de este medio electrónico es precisamente de lo que nos habla Sartori en el Homovidens: cómo los adultos y sobre todo los niños y adolescentes están haciendo con su “sapiens”, el cual para Sartori usan menos, además de convertirse en una necesidad para la población en general.

Si analizamos detenidamente lo que Sartori comenta, para esta investigación, no está muy equivocado de la realidad, aunque muchos piensen que es exagerado, está en lo cierto. Cada vez es menos la disciplina de un niño o adolescente para realizar sus tareas, porque sólo necesitan dar un “click” para tenerla.

No cabe duda que las necesidades que se tenían antes para la lectura de un libro o el conocimiento de historia, cultura, geografía y otras materias, se han compensado con el hecho de ingresar a internet, poner la palabra que estamos buscando y copiarla a la hoja de Word o a la libreta, que sería más interesante ya que por lo menos, se estaría leyendo al mismo tiempo que se transcribe.

La capacidad de abstracción entre nuestros adolescentes es más pobre, ya que no se racionaliza como antes, las mentes son débiles, tropiezan al tomar las decisiones más fundamentales de la vida, como el obtener un trabajo, el estudiar una carrera.

Los niños de nuestros días nacieron en la época del desarrollo de las tecnologías y por eso están más familiarizados con ellas: computadoras, videojuegos, hipertextos, ipad, iphone entre muchos otros, los cuales ya son una herramienta

tan normal y sencilla de utilizar que se les hace raro que los padres no tengan conocimiento ni siquiera de cómo se prende.

Esto no es malo, al contrario serán personas más capacitadas de manejar las grandes máquinas que ocuparán más espacios en las empresas o fábricas, las cuales les darán un trabajo y con ello emprender una carrera profesional, para poder sostener una familia o simplemente pagar los servicios básicos.

Mas para esto, se necesita de la capacitación constante para saber manejar las máquinas pero, ¿cómo hacerlo cuando muchos no saben, en estos tiempos, leer y escribir?, o que ya no les interesa seguir en la escuela, porque es una pérdida de tiempo.

Muchos de estos adolescentes prefieren ver la televisión, la cual les muestra las cosas más sencillas y lo peor, es que ellos creen que en la vida real es así, pero, ¿acaso no se dan cuenta que lo que ven en el televisor es sólo una parte de la realidad?

La realidad se ha confundido con la ficción de lo que se ve en los medios de comunicación, no se quiere decir con esto, que los medios sean malos, sino que les han dado otro enfoque de lo que comenzaron a hacer con el supuesto de “nosotros damos a la sociedad lo que ellos quieren”, cuando la realidad es otra.

Ningún niño ha pedido programas donde la gente se golpea o películas donde la gente mata por dinero, o utilizar el medio para ver qué persona de gobierno está haciendo bien las cosas para que siga en el poder.

La televisión se hizo para informar, por eso los programas más viejos son los noticieros o los espacios informativos, los cuales gracias a la “magia de la televisión” podía saber la ciudadanía qué estaba pasando en otros lugares del mundo y era consiente de lo que sucedía en la historia del mundo, de la cultura y de las artes, entre muchas otras cosas.

Ahora, no se ha dejado de ver este tipo de información, al contrario, ya se tienen más opciones de con quién recibir esa clase de noticias y de canales que pueden ser muy interesantes para toda la familia y no sólo de algunos, sin embargo, la

importancia que los padres les han dado a éstos, ya no es el mismo, por lo que las futuras generaciones sólo ven lo que les gusta.

De la misma manera pasa con los propios adultos, ya no son conscientes de lo que es bueno o malo, simplemente le cambian de canal y listo, sin pensar en lo que esto les está afectando como personas intelectuales y pensantes.

Pero no sólo es el intelecto lo que afecta la televisión, también se ha convertido en un factor de sobre peso y de falta de interés en lo que se refiere al ámbito laboral, ya que cada vez son más las personas que tienen sobrepeso, porque se pasan más tiempo sentados que en ejercitar todo su cuerpo. Esto evita que se tenga un desarrollo humano y profesional. Trae como consecuencia, que en vez de que los medios de comunicación o las tecnologías ayuden a una mejora en forma globalizada, ya sea para comunicarnos o para nuestra profesión, se transforme en una herramienta cómoda y de entretenimiento para el ser humano.

En las empresas, la gente no se da cuenta de lo que está en los periódicos murales o en los avisos que se les dan en una hoja, prefieren verlos en las pantallas, a las cuales sólo les hacen caso si hay una imagen interesante o que sea importante para ellos, que los haga interesarse por el documento.

Esto es sólo la consecuencia de no tener ya, en nuestros días, las ganas de leer, de interesarnos por un libro, un artículo de una revista o periódico, ya es mucho más fácil esperar a que lo pasen por la televisión y listo.

Con esto no quiero decir que la televisión sea el personaje malvado, hay cosas muy interesantes que podemos ver en ella y que también nos dan aprendizaje; sin embargo es una instrucción que en 3 minutos ya estaremos compensando con otras cosas.

Las tecnologías son importantes, sobre todo, en un mundo que se está desarrollando día a día y sin ellas seríamos obsoletos para competir con otros países, pero eso, no quiere decir que llevemos al extremo las situaciones.

El problema es que la televisión ha sobrepasado a la educación de una familia convencional, en la que se tenían horarios para comer, hacer la tarea, divertirse,

discutir y ver la “tele”: ahora las 24 horas del día están dedicadas a ver cada uno de los integrantes de la familia su programación favorita.

Y no sólo los programas quitan horas al día a la sociedad, también los políticos, quienes se han visto beneficiados en sus campañas, por medio de la televisión, la cual nos muestra lo grandiosos y maravillosos trabajos que se han hecho a favor de la ciudadanía, (la cual es manipulada por esas imágenes).

Todos creen que el próximo dirigente de un estado o de un país es el mejor, por lo que ven en la “tele”, pocos son los que debaten, cuestionan e investigan si de verdad las cosas que salen en los medios son ciertas.

Nuestros adultos están propiciando que sus hijos adolescentes sean personas manipulables, ya que no están ejercitan el intelecto, el cual se activa por medio de lecturas, de investigación de interés por saber más cosas.

Sartori nos comenta que, en Estados Unidos, se realizó un examen a estudiantes preuniversitarios, quienes no sabían quién fue Roosevelt o Da Vinci o personajes de la historia mundial, pero sí estaban consientes de quién era U2 o Jennifer López, ya que lo único importante para las generaciones de nuestros días, es el área de entretenimiento.

Es aquí exactamente la cuestión que preocupa, ya que las futuras generaciones no sabrán hacer muchas cosas si no tienen una computadora, internet o una televisión cerca para ver cómo se hace una investigación o qué paso con su artista favorito.

Es importante no caer en los extremos de lo que nos habla Sartori, no todo es malo: en lo que se refiere a la televisión, podremos encontrar muchas cosas positivas, como el conocer el mar sin haber estado ahí, el saber cómo es el universo, cómo es una ciudad, un país, pero Sartori también dice: “Es verdad que los niños tienen la oportunidad de abrirse a imágenes, experiencias y emociones bastante superiores a las que viven en su ambiente, pero esto no quiere decir que conozcan su estructura química, de dónde vino, cómo se formó”.

No es que el cerebro se atrofia, como lo comenta Sartori, ahora los niños son más ágiles en pensamiento, en formular estrategias, en saber qué es tal cosa y para qué sirve, porque ya tienen una imagen o saben de lo que se habla.

La parte mala, es que ya no están interesados en investigar más profundo de dónde vino, porqué se hizo, es decir, no ven más allá de lo que se les muestra y eso es lo que puede perjudicar a nuestros jóvenes, ya que no tienen la motivación de saber más.

Lo que más preocupa del tema que nos habla Sartori (y que interesa en esta investigación), es que a pesar de los desarrollos tecnológicos y globalizados, como es el caso de la televisión, que fue la primera herramienta de comunicación a nivel mundial por excelencia en la que voz e imagen se unían, se ha convertido para las futuras generaciones (no quiere decir que todas, tal como da a entender Sartori), no se cuestionen, no se den cuenta de otras realidades, de otros destinos, de la naturaleza, de todo lo que sucede a su alrededor, mientras ellos ven la televisión y ya no leen ni escriban, convirtiéndose en lo más interesante de éste tema, que Sartori vio diez años atrás, de lo que sucede en nuestra realidad.

La verdadera solución está en cada una de las familias, sobre todo en los padres, que deben inculcar a sus hijos y a los adolescentes a ser más vivaces, más conscientes de la realidad en la que están inmersos y de separar perfectamente lo que ven en los medios, de lo que es la realidad.

Buscar mejores opciones educativas en las que no se satanice a las herramientas tecnológicas, sino que se aproveche la agilidad, la rapidez y ahorro de tiempo para educar mejor a nuestros niños y enseñarles cómo manejar los tiempos frente al televisor y cómo manejar el intelecto, que los hará más cultos, más educados. Nos referimos a la educación de la cultura, de las artes, de la ciencia, las que pueden aprenderse de las dos maneras, simplemente hay que llegar a un equilibrio donde ninguna de las dos sean necesarias, pero sí fundamentales para el crecimiento profesional y personal de nuestros niños y adolescentes, que vean a los medios de comunicación como herramientas de apoyo, no sólo como aparatos de entretenimiento para pasar el tiempo.

1.2 UNESCO “HACIA LAS SOCIEDADES DEL CONOCIMIENTO”

La necesidad de los países por crecer en todos los ámbitos en que están inmersas las sociedades que forman parte de ellos, ha organizado a los más importantes a unir esfuerzos para hacer llegar el conocimiento en donde todavía no lo hay tan comúnmente.

El conocimiento en el siglo XVIII y XIX era únicamente para los sabios, para los círculos cerrados de científicos e investigadores y aunque en el siglo XX y ahora en el XXI este acceso es más amplio a nivel mundial, continúan sectores o poblaciones enteras alrededor del mundo careciendo de este legado cultural.

La Unesco nos señala en el tema de “Las sociedades del conocimiento” la gran tarea que han hecho muchos países para formar parte de ellas e incrementar en sus culturas la importancia de una educación formal y el conocimiento de las nuevas tecnologías que aparecen cada vez que un país está en desarrollo.

“Las sociedades del conocimiento se utilizó por primera vez en 1969 por un universitario Peter Drucker y en el decenio de 1990 fue profundizada en una serie de estudios detallados, por investigadores como Robin Mansell”. (UNESCO, 2005: 21)

Desde hace más de 40 años, el interés por tener un mundo en el que todos y cada uno de sus habitantes tenga la oportunidad de acceder a los estudios profesionales, científicos o tecnológicos, se ha convertido en una constante que, desafortunadamente, no todos lo logran.

Este tema nos muestra que, a pesar de que hay países que se preocupan por tener las herramientas necesarias para hacer una comunidad donde la ciencia, la tecnología y el estudio estén en la misma línea; es difícil complementar al resto de los países, donde su economía y globalización en estos ámbitos sólo esta subdesarrollada y, por consiguiente, no van en el mismo paso de la que nos habla la “UNESCO y las Sociedades del conocimiento” quisiera para tener un mundo globalmente culto y educado.

En esta investigación hablaremos de las sociedades del conocimiento como UNESCO.

La aparición de internet, de los aparatos móviles, del acceso a la información, de los conceptos de las sociedades del conocimiento, sólo están presentes en países altamente desarrollados, con un nivel de vida bueno, donde el comer no es una lucha constante, donde el obtener aparatos electrónicos no es un plus sino una necesidad de evolucionar profesionalmente.

Una situación totalmente adversa en países donde el trabajar más de 12 horas al día es fundamental, donde comprar un teléfono móvil es un lujo, donde los niños tienen que trabajar para sobrevivir, donde los únicos que tienen el dinero suficiente para sobrevivir y ponerse al nivel de los otros continentes son unos pocos y, por lo tanto, las tecnologías y el conocimiento no llegan al mismo tiempo.

El concepto de “Sociedades del conocimiento” comprende dimensiones sociales, éticas y políticas”, las cuales están inmersas en la cotidianidad del ser humano y los países subdesarrollados y que forman parte de estas sociedades siguen avanzando, con la opción de tener más acceso a estas dimensiones y un concepto más claro de lo que son y en qué consisten.

Desde el punto de vista de la UNESCO y en lo particular, el interés que se tiene por unir a las sociedades de todo el mundo es un arduo trabajo, ya que todavía falta mucho para que de verdad exista esa “unidad” en lo global, porque hay diferencias enormes entre los mismos seres humanos, en el caso de hombres y mujeres, estas últimas siguen soportando discriminación de parte de sus propios maridos y de los mismos gobiernos para poder tener la oportunidad de leer o escribir.

Por este tipo de condiciones, varios países que tienen la apertura del conocimiento y sus avances, no son tan fáciles de alcanzar, ya que tienen años de crecimiento y cada vez avanzan más, mientras que muchos otros, siguen carentes de las herramientas que se necesitan para eso, en los que se engloban tanto los didácticos como los electrónicos.

La finalidad que se percibe por parte de la UNESCO, es llegar a una gran diversidad de ciudades o de países que todavía no cuentan con estas sociedades,

crear conciencia en todas las comunidades de que el conocimiento es de suma importancia, para las economías.

Esto se dice fácil, pero ¿cómo hacer posible esta meta, cuando los mismos gobiernos no se interesan ni les preocupa que la gente piense y opine?

El mayor ejemplo de esto, es lo que está sucedió en Libia, donde la persona que estaba como presidente de esa nación no estaba interesado en sus habitantes.

Una lucha que no fue sencilla, pero que logró su cometido, el derrocar a ese gobierno opresor y que la ciudadanía con este cambio, espera tendrá grandes beneficios no sólo en este país o los que ya lo estén haciendo, sino en el resto del mundo, porque las tecnologías tendrían un mayor acceso, gracias a la apertura de canales culturales, digitales, entre otros, los cuales cada día están más familiarizados con las nuevas generaciones.

Algo relevante en este informe es el qué hacer por parte de la UNESCO para que los gobiernos integren una sociedad del conocimiento, cuando lo importante, es no sólo tener la economía para hacerlo, sino el convencer a la sociedad que esto de verdad es primordial para ellos.

En nuestra realidad, las sociedades emergentes son muy pocas y la mayoría de ellas tienen el camino bien estructurado en el conocimiento, lo que les da una mayor influencia en los ámbitos políticos y culturales, los cuales, conforme pase el tiempo seguirán desarrollándose.

El problema será los que continúan buscando esa forma de vida, que las puertas se abran para todos y no para unos cuantos, que se tenga la oportunidad de estudiar y trabajar al mismo tiempo, que no importe que sea mujer o sea hombre, para seguir creciendo profesionalmente.

En nuestros tiempos, no es esto un gran problema en las partes occidentales, lamentablemente, la diferencia de las economías que se tienen en estos países, no es la misma y aunque no haya impedimento por el sexo, si lo hay por las oportunidades económicas.

Los intelectuales siguen siendo pocos, a comparación del resto de habitantes de un país y si se unen a todos los países del mundo, se tendría sólo una quinta parte de las sociedad del conocimiento, que ya están estructuradas y que en verdad no sabemos realmente cuántos son los que la integren, pero al ver cómo están los países hoy en día, se podría asegurar que son muy pocos.

Lamentablemente esto es culpa de todas las sociedades y nos referimos a las políticas, científicas y culturales, ya que no se tiene la capacidad de crear una motivación o un interés por seguir desarrollándose en cualquier rubro o profesión.

Lo más importante es cuánto se gaste, cuánto se obtenga y si les conviene a los gobiernos lo hacen, (bueno por lo menos en el nuestro parece que es así), hay otros que son todo lo contrario y que se tienen proyectos y planes constantes para lograr que el conocimiento llegue donde más lo necesitan.

Pero el interés por hacerlo es casi nulo, tal vez no estén enterados que esto al final les dará frutos a los países en general, ya que el conocimiento da como resultados, mejor calidad de vida, mejores trabajadores, mejores tecnologías, mejores insumos; serían unas cadenas de grandes privilegios, que en este tiempo muy pocos lo tienen y lo saben.

La solución que se podría encontrar, para crear este tipo de sociedades es la obtención de inversión gubernamental y privada, las cuales unan esfuerzos para crear nuevos desarrollos, nuevos proyectos, que se hagan inversiones económicas que ayuden al crecimiento de las personas y de las mismas industrias.

Aunque las diferencias de economías puedan ser demenciales, de cualquier manera aportarán su “granito de arena” y el desarrollo de las economías y de los países no serán tan amplios en cuestiones de conocimiento, ya que se trabajaría en evoluciones constantes, obviamente aportando lo que cada uno pueda.

Tal vez habrá el país que exprese no tener nada, pero habría que ver a sus presidentes o sus gobernantes, cuánto gastan, cuánto ganan y entonces ahí se darán cuenta del capital que se tendría para obtener una comunidad como la que se busca en nuestros días.

El aprendizaje y la enseñanza que muestren a nuestras futuras generaciones es vital para que crezcan estas sociedades, es la manera más factible en las inversiones económicas, como se ha manejado anteriormente, la culpa es de la poca visión de los gobiernos, para fomentar esta ideología en las escuelas y universidades y en las pocas oportunidades que se tienen para ello.

Porque, es importante decir, que hay muchos adolescentes, niños y hasta adultos, que desean hacer más cosas, aprender, investigar, conocer, pero no cuentan con lo necesario para seguir adelante.

Durante varios años, los países europeos han invertido y se han esforzado por introducir tecnologías nuevas y desarrollos importantes, gracias a ellos, están ahora donde están y ocupan una de las economías más importantes a nivel mundial.

La opción de buscar nuevos caminos para que, sus profesionales sigan con los avances del siglo XXI, no es sólo tener al mejor físico, al mejor economista, al mejor matemático, gracias a una constante lucha por el conocimiento, por el saber aprender, investigar y sobre todo, el tener la visión de que esto hará crecer a su nación.

En el informe de la UNESCO nos encontramos con la cruda realidad, en la que dice que “la brecha cognitiva es obvia entre los países del Norte y los del Sur”, situación que se ha manejado anteriormente en este capítulo y que es la realidad más cruda que se vive ahora.

Incluso ahora, hasta los países europeos se han encontrado con el problema del desempleo, sin embargo, su economía es tan fuerte y estable, que se recuperan rápidamente de estos altibajos, pero para ello, han trabajado y tienen el conocimiento necesario para hacerlo.

Es exactamente en esta cuestión donde las naciones como la nuestra, no tienen preparación y no saben cómo manejar este tipo de situaciones, pero es el resultado, de la poca inversión que se tiene en la sociedad, la cual ante estos casos, se precipitan en solucionar las cosas, porque no se tiene el conocimiento necesario.

Las tecnologías, la información, así como la comunicación, son manipuladas en casi todos los países, pero hay algunos que tienen el conocimiento para manejarlas y en otros en que sólo lo hacen para su conveniencia, sin tener la mínima idea de cómo podrá influir en la comunidad.

Además, muchos de los países que están en crecimiento, no saben cómo manejar los aparatos tecnológicos, no están informados, no tienen la comunicación efectiva, para dar solución a problemas; sin embargo, esto no quiere decir que sean tontos o no aptos para dar soluciones, lo que apuntamos, es que no hay el suficiente interés por hacer algo mejor en nuestra sociedad.

Todos los seres humanos son capaces de aprender y ser profesionales en lo que más les gusta o les llama la atención, pero no todos tienen las cualidades necesarias, por eso, hay diferentes oficios y estos son analizados desde que los adultos son adolescentes e inclusive desde niños, pero esto sólo lo hacen pocos países y lamentablemente México no está entre ellos.

La situación es comprobar, a nivel mundial, que las sociedades de información, del conocimiento, no son una “élite”, es una inversión global, en la que todos saldrán beneficiados, ya que las tecnologías serán mejor manejadas, los desarrollos sean más constantes y las comunidades puedan competir por un mejor empleo, además de una mejor calidad de vida, lo cual en nuestra realidad es de suma importancia, porque al día de hoy, estos desarrollos que benefician al ser humano tanto en lo profesional como en lo personal, no tiene la magnitud que debería, porque muchas ciudades subdesarrolladas o en crecimiento no cuentan con la economía, ni con las condiciones de globalización.

1.3 PLANETA WEB 2.0 “INTELIGENCIA COLECTIVA O MEDIOS FAST FOOD”.

Hablar del tema Web 2.0, es comentar de plataformas y es algo complicado, ya que los términos y significados de muchas palabras que tienen que ver con este tema, no son familiares a la realidad en la que estamos para la sociedad en general, sólo para las personas que se especializan en esta materia, sin embargo,

se entiende la importancia y lo significativo que es para el desarrollo tecnológico, en todos los ámbitos de la vida cotidiana alrededor del mundo.

Comenzaremos explicando qué es la Web 2.0. Su nacimiento es en el año 2004 y “es la denominación de aplicaciones web que dominan el internet y sus productos derivados en la que describe cada uno de ellos”. (O’Reilly 2007:15).

Esta definición creció y se convirtió en algo importante en el año 2006, para todos aquellos que se interesaban en las nuevas tecnologías de la informática.

Es un programa que utiliza la plataforma World Wide Web, lo que ahora todos conocen como www., y el resto del vínculo que se esta buscando, es decir, todos utilizan la Web 2.0 porque por medio del internet es el camino con el cual llegamos a ella.

La configuración de sus tres vértices tecnología, comunidad y negocio, están todo el tiempo en esta denominación y son las que han alcanzado el punto máximo para todos aquellos usuarios de internet que por lo menos ingresan 8 horas diarias a la Web 2.0.

Los autores de la Web 2.0 nos hablan de la gran ventaja y la expansión que se ha tenido a nivel mundial, gracias a esta denominación, sin embargo, también nos comentan acerca de los contras que tiene ésta y de lo volátil que puede ser, ya que sus contenidos son de fácil acceso para toda la sociedad y son ellos mismos quienes pueden cambiar la información diariamente.

El internet vino a cambiar todo lo que tenía que ver con el conocimiento, la investigación, la búsqueda, la agilidad y la cercanía, sobre todo para la parte de la educación y de la comunicación de masas, ya que gracias a la plataforma de www, de la Web 2.0, podemos saber qué está sucediendo al otro lado del mundo.

Durante el siglo XXI, las sociedades comenzaron a aprovechar lo que era la Web 2.0, los correos electrónicos, la posibilidad de educar por medio de lecturas que llegarán directamente a tu correo electrónico, subir información al espacio cibernético y tenerlo en dos minutos en tu computadora, ha hecho más fácil la vida de estudiantes y de ejecutivos, que necesitaban mucho más agilidad en sus trabajos.

“Planeta Web 2.0”, llegó para revolucionar e innovar la comunicación interna y externa de las empresas, instituciones educativas, de gobierno, de todo tipo y no sólo se convirtió en el acceso principal para comercializar y comenzar nuevos negocios, sino también, para hacer amistades en diferentes países del mundo con sólo apretar un “enter”.

La capacidad mundial que tiene la plataforma Web 2.0 ha permitido que las economías de la mayor parte del mundo estén en crecimiento, gracias a la factibilidad y agilidad con que llega la información: por muy pequeña o grande que ésta sea, siempre se sabe en menos de dos minutos, cómo se encuentran las bolsas de valores.

Las personas, tienen la oportunidad de hacer más rápidas las tareas educativas y tener más opciones en lo que se refiere a artículos de investigación, así como consultar un libro sin tener que ir a una biblioteca para encontrar la documentación que necesitan.

Hoy en día, enfocándonos en el aspecto de la educación, la participación de la Web 2.0 ha sido primordial, ya que puede administrar información, documentar, investigar y crear, no sólo una persona, sino varias al mismo tiempo, logrando con esto una factibilidad de tiempo y de espacio, no sólo en la parte escolar, también la laboral.

Este fenómeno del que nos habla O’Reilly, cambió a la sociedad en la forma de recibir documentación y realizar trabajos fuera de la oficina, gracias a los aparatos móviles, los cuales han reemplazado a las computadoras portátiles, por tan sólo un teléfono con acceso a internet, gracias a su plataforma 2.0.

Es importante mencionar que no todo es perfección en este planeta 2.0, ya que la seguridad para los documentos que se manejan o se suben al internet se pierde de forma parcial, gracias a que cualquier persona que tenga acceso al internet, puede tener acceso a información confidencial, estos problemas, lo ocasionan los hackers, persona que ingresan a la información de forma irregular y que tienen el

poder de cambiarla o robarla sin que la persona afectada se de cuenta a qué hora o cómo sucedió, ya que la plataforma www, le permitió, ingresar a estos archivos. Otra de las cuestiones de este planeta Web 2.0, es el desarrollo constante de las tecnologías, las cuales tienen un tiempo de vida muy corto, porque todos los días se esta innovando y podría ser que en unos dos años, el programa sea obsoleto y se necesite de otra plataforma para poder utilizarla.

Pero mientras Web 2.0 sigue creciendo, O'Reilly nos comenta que gracias a esta fase "el protagonismo de los usuarios amateurs, cuentan con los instrumentos necesarios para construir sus propios medios de comunicación, sin requerir de conocimiento periodístico, ni de lenguaje, ni de programación".

Con el simple hecho de ingresar a la plataforma y navegar por alguno de los sitios que se tienen en la red, es muy fácil, tener la información necesaria, realizar trabajos de este tipo o de investigación, en caso de materias como historia, geografía, entre otras profesiones o referencias de cómo utilizar las herramientas.

Es interesante observar la importancia que la tecnología, la navegación y todo lo referente a la web, ha ocupado en nuestra vida diaria, sobre todo en las nuevas y futuras generaciones, ya que ellos, son los que más interacción tienen con estas herramientas, convirtiéndose en los profesionales, en las innovaciones que se tenga en el desarrollo de la Web.

A pesar de este crecimiento evolutivo de las tecnologías, continuamos con el problema, de que no todos los países y el resto de las sociedades pueden tener acceso a esta importante herramienta de comunicación, (hay que aclarar que en anteriores párrafos se dijo que todos tenían acceso a esta plataforma, pero se habla de los países o regiones donde ha llegado la tecnología, ya sea muy grande o pequeña, pero que se cuenta, con internet) la situación en estos casos es que no todos saben cómo utilizarla y por consiguiente se tiene sólo el manejo de unos pocos para trabajar en ella.

Hay dos planteamientos (*de Johnson y de Lundvall 1992 y 2004 en O'Reilly*) que comentan los modelos de "Aprendizaje 2.0" con los que "aprender haciendo, aprender interactuando, aprender buscando y aprender compartiendo" (*O'Reilly*

2007: 113) se han convertido en una manera ágil y rápida de enseñar a los niños y adolescentes, gracias a esta plataforma.

Se ha hablado en repetidas ocasiones del apoyo que la educación ha recibido por parte de la Web 2.0, sin embargo, no es el único rubro que aprovecha la oportunidad que se le da, también los ámbitos empresariales y políticos se han visto beneficiados.

Gracias a internet los negocios son más directos, las transacciones, la manera de comunicarse con proveedores y clientes, de forma interna y externamente, se ha agilizado, además de llegar de forma inmediata a ambas o más partes que se necesite.

No podemos dejar por un lado, que el beneficio también ha sido para los fabricantes de los aparatos eléctricos, sobre todo en lo que se refiere a movilidad, como los celulares, los cuales manejan la tercera generación o como nosotros mejor lo conocemos 3G.

Toda la industria tecnológica, se ha convertido en parte fundamental y en ocasiones, para algunas personas, necesaria para su vida profesional, por que en cualquier lugar donde se encuentre, la información le llega sin tener que estar en la oficina.

La creación del planeta Web 2.0 nos da a conocer ampliamente, cada una de las partes que la conforman y poco a poco se instaló en la casa y oficinas de las sociedades del siglo XXI, las cuales ahora, ya no pueden vivir sin tener su plataforma como parte primordial de la vida laboral e inclusive personal.

Las formas, herramientas y características que ésta tiene, han ayudado a globalizar la comunicación, la interacción y la accesibilidad a mucha información que muy pocos tenían la oportunidad de llegar, como por ejemplo, entrevistas, artículos, libros, entre otras cosas.

Sin embargo, no tenemos el pleno conocimiento de cuánta duración tendrá esta plataforma o hasta cuándo podamos utilizar todas las herramientas que ésta nos da, sin preocuparnos, porque vendrá después o si podremos ser parte de su evolución.

El desarrollo de esta plataforma tiene su estructura, la cual se conforma de cuatro líneas fundamentales: “Redes sociales, Contenidos, Organización social e inteligente de la información y Aplicaciones y servicios”, las cuales están en constante interacción y sobre todo actualizándose.

El caso más relevante de este tema, son las paginas como Facebook o Twitter, que se han convertido en herramienta importante para estar en contacto con otras personas que están en otro lugar o en otro país, además de utilizarlos, para dar información relevante, como los noticieros, periódicos o simplemente a un familiar. Las organizaciones sociales, también están inmersas a esta plataforma, los comunicados internos, el aviso a una junta, el informar a todos sus empleados, el dar a conocer algún evento a la sociedad en general, en fin, son demasiadas las ventajas que la web 2.0 ha traído a la sociedad, sin olvidarnos, también de las desventajas.

Como el hecho de que no todos tengan acceso al internet o que no cuenten con los aparatos necesarios, para ello o que la economía no tenga las condiciones para llevar este tipo de comunicación a algunos países o que el costo sea muy elevado para el cliente.

La Web 2.0 se ha convertido en un desarrollo importante en las nuevas tecnologías, sin embargo, no podemos dejar de un lado el extremo del manejo de ésta, la cual ha hecho, que algunos se olviden de otro tipo de herramientas como los libros, los museos, etc.

1.4 EDUCACIÓN HIPERMEDIAL

La tecnología en nuestros días sigue avanzando de formas gigantescas y la globalización ayuda a la sociedad para que se esté más cerca de ellos y con ello los desarrollos de los medios se conjuntan, para no sólo entretener, sino también educar.

La hipermedialidad nos habla exactamente del acercamiento del hombre con la enseñanza digital, la cual se ha vuelto una necesidad en la vida cotidiana del hombre, sobre todo en los jóvenes quienes para casi todo lo que realizan la

internet es básico y han tenido un aprendizaje mucho más amplio y diverso, con su única herramienta que es la computadora, con la cual se han convertido en uno mismo.

La mezcla que da la hipermedialidad se puede entender como la unión entre las nuevas tecnologías y el uso que el hombre le ha dado a éstas en sus diferentes ámbitos, como la fuente científica, económica, social y de entretenimiento, ha hecho al hombre más diverso, pero esta diversidad no garantiza ser profesional en la materia.

No cabe duda que amplía mucho más el aspecto de la comunicación y su evolución, pero no te hace experto y es sólo el conocimiento básico, por lo que debemos enfocarnos a dar un mejor manejo a la oportunidad de tener Internet y no sólo usarla como entretenedora de sociedades, sino, darle realmente la función para la que fue creada, sin olvidarnos lo básico que es el informar.

Muchas veces los jóvenes, confunden el nacimiento o creación de nuevas tecnologías a minimizar el trabajo científico o analítico, con una investigación mucho más profunda, con lo que Internet podrá ayudar, de una manera más amplia, porque no sólo tendría la idea de uno o dos actores, sino de un mundo enorme de criterios y conceptos, que podrían hacer el trabajo más completo e interesante.

Las sociedades de hoy en día han crecido con la computadora y han adoptado suyas, las tecnologías de información móviles y la Internet. La manera en que los jóvenes usan la tecnología es muy superficial, la utilizan para saber cosas simples como belleza, artistas o para intentar la forma de vida de sus ídolos y que gracias a lo que ven, creen que esa es la realidad.

El ser humano hipermedial se crea a partir de la realidad tecnológica, que ha vivido en estos últimos años donde la evolución ha convertido la vida normal, en computadoras, web e internet. En esta educación es en la que se está todos los días, sin embargo, en ocasiones se olvida que las transformaciones y evoluciones no fueron creadas sólo para navegar en ellas, sino para informar y comunicar a la sociedad en general.

Los avances continúan y los adolescentes aprenden cada día nuevas maneras de integrarse a este mundo virtual en el que las computadoras ya son básicas para el trabajo, la escuela y en ocasiones en el hogar, ya que se pueden encontrar recetas para cocinar, pintar, hacer ejercicio y muchas cosas más.

Los niños y jóvenes están aprendiendo a manejar Internet de una manera importante y, sobre todo, se enseñan a ingresar a sitios donde antes no les era permitido y aquí vemos un problema: ya que no hay muchas restricciones para navegar, por lo que ahora los niños pueden ingresar a espacios de prostitución, sexo y otros de entretenimiento que serían sólo para adultos, pero que, sin embargo, ellos también ya tienen conocimiento.

Pero no todo es malo en la educación hipermedial, también se tiene el aspecto positivo en el que puedes viajar y conocer lugares muy lejanos y a los que, muchas veces, no se tiene la oportunidad de ir, aprender geografía, ciencia, política, entre otras, sin tener que salir de casa y que tan sólo al ingresar a Internet se obtiene la información.

Nuestra realidad está envuelta en un constante desarrollo tecnológico y motriz, ahora los niños, dejan de serlo muy pronto y los jóvenes, comienzan a vivir experiencias (gracias al Internet) de un adulto. Sin embargo sus capacidades motrices se están quedando a un lado, los ejemplos los vemos a diario, ya no se juega en la calle y casi no andan en bicicletas o corren o se divierten jugando al fútbol con los amigos.

Hoy en día, se encierran en sus casa con su amigos (que en ocasiones son más grandes que ellos) ya que son los que saben utilizar mejor los juegos de video, pasando de cuatro hasta ocho horas frente al televisor, utilizando únicamente sus dos manos, ojos y oídos, para llegar al final de la carrera o matar a los invasores de una nación.

“La tecnología para estos jóvenes ocupa un lugar determinante en sus vidas, pues ven en ella un modo de mejorar su calidad de vida” (Hidalgo 2009: 159)

Estos nuevos usuarios de los medios y la comunicación son atrevidos, independientes, analíticos, creativos, curiosos, respetuosos con la diversidad” (*Beckingham en Hidalgo 2009:161*).

En la mayoría de las sociedades infantiles y juveniles se ha perdido la noción de una tarde familiar, un día con los abuelos, las costumbres de antaño, hasta la disciplina y la responsabilidad de asistir a la escuela o realizar tareas.

Se han acostumbrado a ya no depender de los padres, eso les da una sensación de superioridad y creen que ya lo saben todo, sin ver, que en un futuro esto puede traerles consecuencias graves, como no tener una profesión y tener problemas para conseguir trabajo o bien no tener una estabilidad familiar, porque no supieron cómo era.

En este tema hipermedial se maneja un título muy empleado en nuestra actualidad, que es “My media generation” en la que encajan los niños y jóvenes de ahora, pero sobre todo, nos da un apercepción de cómo están viviendo.

Hidalgo menciona un entorno deshumanizado que plantea, Aldous Huxley en su libro “Un mundo Feliz” “No esfuerzo (todo a la mano), No amor (simples relaciones y conexiones); no experimentar el dolor (la nación Prozac y la felicidad de farmacias); no afrontar las difíciles selecciones morales (la ética light y el zapping axiológico producto del relativismo moral)” (*Hidalgo 2009: 164*)

Hay que tener claro que la evolución tecnológica no debe de satanizarse, pero parte de la educación hipermedial está ocasionando que los valores humanos ya no sean tan importantes, que sólo se respete lo que se ve por televisión o por computadora.

La Internet es importante para nuestros días, facilita el trabajo, lo hace más rápido, más inmediato, nos accesa a lugares lejanos y sin tener que hacer tantos gastos.

La evolución de la comunicación es relevante, nos hace parte de un mundo, en el que si no estamos al mismo nivel económico o cultural, se tiene la posibilidad de crecimiento y competencia.

En nuestros días en cualquier empresa, la mayoría de los trabajadores utilizan internet y computadoras y con esto tendrían la facilidad de si quisieran ir a otro

lugar del mundo y realizar algún trabajo o algo que tenga que ver con computadoras o internet, no serían ajenos a estos programas y manejo de plataformas.

Esto es lo importante de la tecnología, que la mayor parte de la sociedad puede tener la oportunidad de utilizarla o, por lo menos, de acercarse a ella y conocer su funcionamiento.

“Las nuevas generaciones deben contar con las herramientas necesarias para poder autogestionar los deseos de expresión, descubrimiento y desarrollo impulsados por las tecnologías de información. Debemos cuidar que sean visto sólo como mercado potencial, como un modo de obtener” (*Hidalgo 2009: 171*)

La educación hipermedial seguirá creciendo, el detalle es saber inducir a nuestros pequeños y adolescentes cómo utilizar de la mejor manera este desarrollo tecnológico, el ser parte de ellos, el conocer, informarse y comunicarse a través de él.

La escuela, la casa y el resto de las cosas que se hagan en la vida diaria son lugares importantes, en el que se puede educar el manejo del Internet y de todo lo que conlleva ingresar a las páginas de entretenimiento y sobre todo las educativas y formativas.

“Comunicar y entretener deben ser sinónimos: utensilios para desplazarse por el mundo”.

CAPÍTULO 2

2.1.-DETERMINISMO TECNOLÓGICO

El tema del desarrollo tecnológico no es tan nuevo como muchos imaginan o creen que a partir del siglo XX o XXI comenzaron sus inicios, de hecho este desarrollo viene de tiempos muy lejanos donde el habla sólo era el inicio de una gran evolución.

Para tener lo que se tiene ahora en cada uno de los rubros de nuestra vida, como la luz, la computadora, los libros, la escritura, la ciencia, se ha tenido una constante evolución, la cual nos ha dado, todos los instrumentos que tenemos ahora y que sirven para nuestra labor diaria ya sea en la escuela, en el trabajo o en casa.

En la teoría del Determinismo tecnológico, McLuhan: explica de manera concreta las diferentes etapas por las que el ser humano ha pasado, para llegar a lo que tenemos en nuestros tiempos; la primera de ellas es la “era Preliteraria o tribal”, la cual, como se menciona al principio de este capítulo, nos acerca al HABLA.

Una manera vital para poder comunicarnos con el resto del mundo y, sobre todo, con nuestros compañeros en la oficina con quienes pasamos la mayor parte de nuestro día y que, finalmente, tiene como resultado el buen manejo y producción de la empresa a la cual pertenecemos.

Desde hace miles de años, la palabra ha sido fundamental y una vía para poder lograr lo que nos proponemos: una llamada por teléfono, una plática, una reunión, una cita, etc., son base para obtener lo que deseamos, sobre todo en las empresas que tienen un desarrollo constante a nivel mundial como lo tiene AAK.

La evolución continúa y después de poder hablar con otros de la misma especie, llegamos a la “era de GUTENBERG”, la cual McLuhan define como: la etapa donde “la economía se convierte en la línea de montaje y la sociedad industrial”. El libro y la palabra escrita forma parte sustancial en la vida de las sociedades.

Desde que inició la etapa de la escritura las ciudades en todas partes del mundo, tuvieron la oportunidad de comunicarse mejor y llegar a lugares que no se lo imaginaban y lograron comenzar con la industria de la palabra escrita, en la que los libros fueron la base, para tener una transformación universal.

Sin el libro, pequeños comerciantes no hubieran podido expandir sus negocios, sin embargo, tanta fue la importancia de este medio de comunicación que los libros y las escrituras por medio de papiros, convirtieron a algunos en millonarios y así fue como comenzaron los hombres capitalistas, quienes comenzaron a hacer fortunas, se asociaron con otros y que en nuestros días tienen como resultado empresas como la que es parte de nuestro estudio.

Pero no sólo en era Gutemberg se ve reflejada la evolución de las comunicaciones en el mundo, tema que se maneja desde hace algunos siglos y que hasta ahora en nuestros días vemos la importancia de los instrumentos y herramientas, que se han perfeccionado.

La “era electrónica” llega a cambiar el panorama en el que se hacen necesarios en la vida de los seres humanos y no hablamos todavía de los correos electrónicos o chats en comunidad, si no de la televisión, la radio, los periódicos y el inicio del ciberespacio.

En este punto es importante lo que menciona Mcluhan, ya que a pesar de que en el tiempo en el que escribió esta teoría la evolución de la tecnología no era como es hoy y sin embargo, ya comenzaba a dar consejos de cómo debería manejarse, ya que Mcluhan comenta en ésta teoría que “si no desarrollamos una actitud reflexiva frente a ellos, terminarán por ahogarnos”.

<http://urchil.blogspot.com/2008/12/la-teoria-de-mcluhan.html> 12 julio 2011)

Las palabras de este teórico no están erradas, en nuestros días muchas de las personas (y hablamos desde los pequeños hasta los más grandes) se ha convertido en un requisito diario, sentarnos frente al televisor o la computadora

más de ocho horas, sin que haya ninguna otra cosa o situación que nos separe de estas herramientas de comunicación.

Por lo que en nuestros días son parte de nosotros y nuestros modos de vivir y al estar frente a estos aparatos, nos desviamos del mundo real en el que estamos y vivimos otro que nos dan en cada una de las horas que otorgamos a estos medios.

Ahora bien, no sólo comenta que la sociedad es absorbida, por ellos, sino que también ya son una “extensión de los seres humanos” y un ejemplo claro está en las empresas. Hablando particularmente de AAK, la cual no es la excepción, en las que se utiliza desde horas muy tempranas de la mañana hasta la noche la computadora, la cual se vuelve la extensión de nuestras manos, brazos, oídos y nuestro propio cerebro, que sólo al apretar el teclado o dar unos clicks, te dice lo que quieres, cómo lo quieres y te lo ordena sin tener problemas.

Ya no es necesario tomar apuntes y luego pasarlos en limpio o realizar una reunión y al final dar una minuta para saber de lo que se habló en ella, por medio de hojas de papel en un fólder, la extensión de nuestras manos y nuestros ojos facilitan y hacen más rápido ese trabajo.

Y como dar otro ejemplo de esta extensión, en la que al escuchar una música te lleva a lugares soñados, tranquilos, extremos o simplemente te provocan sentimientos sin tener que salir de tu lugar laboral, de la casa o del automóvil.

“Somos lo que vemos, formamos nuestras herramientas y luego son éstas las que nos forman” (*Mcluhan en Elizondo, 2001*)

La evolución de los medios de comunicación y tecnológicos de los que hemos hablado anteriormente en este capítulo y como hemos visto, nos han llevado a un grado de dependencia en el que, si en este tiempo no tenemos televisión, radio o computadora, no sabríamos hacer nada.

Sobre todo aplicándolo a nuestros trabajos, regreso con el ejemplo en la empresa AAK de la ciudad de Morelia, la cual en nuestros días, es una compañía

extranjera, que tiene su sede en Dinamarca, pero que la comunicación es constante y los trabajadores son parte de ella.

¿Pero cómo comunicarse? McLuhan nos dice en esta teoría que el “Medio es el mensaje”, “si únicamente entendemos el mensaje como Contenido o información, dejamos de lado una de las características más importantes de los medios de comunicación, “SU PODER PARA MODIFICAR EL CURSO Y FUNCIONAMIENTO DE LAS RELACIONES Y ACTIVIDADES HUMANAS”.

(McLuhan: <http://urchil.blogspot.com/2008/12/la-teoria-de-mcluhan.html> 12 julio 2011)

La forma en cómo des el mensaje será la manera en la que las relaciones humanas de tu empresa, tengan un buen o mal resultado; no sólo es importante dar la información o comunicarle, lo importante es la manera en cómo la des y las herramientas que utilices para ello.

Es decir, si toda tu información la das a la hora de la comida donde los empleados están mucho más tranquilos, en el que no tienen otra distracción, tal vez tu información llegue a muchos más aunque sólo se haya informado a pocos, pero que pusieron toda su atención en lo que les decías.

Si las actividades humanas, llamémosle reuniones fuera del trabajo, te acercan más a los trabajadores y ya no tienes una computadora entre él y tú, simplemente le das la información como una platica normal, con personas que trabajan en el mismo lugar que tú y que estarán interesados en lo que suceda dentro de la compañía.

En estos tiempos es de suma importancia la interacción que se tiene con los subordinados y con los jefes de área para llegar a un acuerdo, tanto en horarios, como en los días laborales, y la comunicación es básica en las empresas para llegar a buen acuerdo.

Por tal razón los medios de comunicación son importantes para llegar al objetivo y no debes usar cualquiera, ya que, otra de las cosas de la que nos dice McLuhan es cuáles son los que pueden servir mejor. Nos dice que hay medios “calientes y fríos, los de alta y baja definición”.

Los de alta definición son aquellos que están bien precisados, los calientes, los que tienen muy poca participación del sujeto, los fríos y de baja definición que son los de gran participación.

Es decir, los medios en los que las personas tengan que poner mucha más atención para poder obtener la información, tal es el caso de las fotografías, películas, es caliente porque además de tener una mejor definición de la imagen, se concentran más los sentidos, en comparación de la radio, el cual vas escuchando, aunque estés haciendo otras cosas y por lo tanto éste sería frío.

Por lo que, si se quisiera dar un aviso a los empleados de la empresa en el que se les informe que el día de mañana vendrá de visita un cliente, podría utilizarse un medio frío (como la radio) en la que sólo escuchen, pero que sigan realizando sus labores.

En cambio, si quieres dar un aviso de que el día de mañana los que laboran en tal área deberán traer el uniforme de tal color, con casco, lentes y otro suplemento, podrías utilizar imágenes, las cuales tengan una buena definición y los trabajadores deban poner más atención a lo que deberán vestir.

Es así como la evolución y el desarrollo de las tecnologías no sólo nos ayudan en casa o en la escuela, sino que se han convertido en herramientas básicas para nuestras vidas laborales y de las cuales podemos tomar muchas formas o maneras para darlas a conocer, en las que McLuhan, no sólo dice la importancia de cada medio, sino la manera en que debe informarlas.

2.2.-SOCIOLOGÍA DE LA PRODUCCIÓN DE MENSAJES

Desde la década de los setentas, las comunicaciones y las tecnologías son parte de nuestras vidas, pero la manera en cómo se daba la información no era tan relevante o importante para llegar a su cometido final; sin embargo, al pasar de los años, se dieron cuenta los investigadores y las mismas personas en su cotidianidad, que no sólo era el informar, si no, que el mensaje realmente llegara al público.

Por tal razón y como la vida transcurre mucho más rápido en nuestros tiempos y las comunicaciones a veces no tienen tiempo de esperar días, sino sólo horas para informarse, (sobre todo en empresas como AAK que están a nivel mundial), es importante dar la información de manera rápida y oportuna.

La sociología de la producción de mensajes, es una teoría que nos puede ayudar mucho a resolver algunas interrogantes, para que nuestros mensajes lleguen a la hora que se necesita y cuando se necesita, además de que llegue a la persona indicada. Esta teoría tiene como finalidad principal “estudiar los diversos condicionantes que inciden en la producción de mensajes de los medios, qué determina, que ciertos contenidos se difundan y otros no” (Lozano 2007: 36).

Es importante, como empresa, ver qué es lo que queremos decir, para qué y a quiénes va dirigido, para poder realizar nuestra información: por ejemplo, si se desea enterar que los empleados administrativos de AAK deben ir tal día con ropa de vestir informal, (pantalón de mezclilla y playera), no se necesitaría hacer un comunicado y mandarlo por correo, ponerlo en la pantalla y avisarle a cada uno, simplemente se podría avisar a cada jefe de área que avise que, el día de mañana, los empleados pueden venir con ropa informal y el propósito de dar el mensaje se cumpliría.

Si por otra parte, hay una reunión a nivel corporativo, donde el director de cada planta de AAK en el mundo deberá asistir, si se deberá mandar un correo electrónico y hacer llamada telefónica a cada uno de los directores de área, para

que vayan con traje o ropa formal, ya que el nivel en el que ellos están, es de un poder adquisitivo mucho más alto, donde la manera en la que se vistan dará importancia a la empresa de la cual forman parte.

Al hablar de la ropa y del nivel socioeconómico también se habla de la sociología de los mensajes, ya que no sólo se toma en cuenta a quién se dirige el mensaje, sino “el sexo, la edad, la clase social, la educación, los valores personales, entre otros” (Lozano 2007: 39, 44 y 49).

Es decir, si desea el área de Recursos humanos de AAK informar que habrá una auditoria en el área de embasado, tendría que fijarse en cuántos empleados están en el área, si saben leer, si tienen medio para ver correos electrónicos, si tienen teléfono, etc., ya que al saber todos estos datos, podrán saber, si les harán llegar la información por correo o realizar una llamada a sus casas o a sus celulares o darles el aviso por escrito, para que estén enterados de la hora y el día en que deberán estar preparados.

Muchas son las cuestiones que se tiene que saber, para realizar mensajes y que estos lleguen a las personas que queremos y necesitamos y para esto es importante estudiar cada una de las personas a las que se esta dirigiendo y que se realiza de la mejor manera el acto de comunicar.

En esta planta de Morelia, es importante ver estos aspectos, ya que además de tener muchos empleados, es una empresa que sus dueños son extranjeros y que no hablan el idioma español, por lo que es relevante elegir a las personas que laboran en ésta.

Imaginemos que el director general de Dinamarca visita la planta de Morelia y desea dar un mensaje a los trabajadores, pero él quiere darse cuenta que el área de Recursos humanos dio aviso a cada uno de ellos, pero como la mayoría de los obreros sólo habla español, no sabe si en realidad les dieron el aviso, porque no puede preguntarle a uno de ellos, ya que no podrá responderle.

Aquí entra la importancia de saber las ideas, valores, normas de comportamiento y capacidades de los trabajadores para dar el aviso pertinente, por lo que el área de

Recursos humanos, al contratarlos, investigó si sabía inglés, si era puntual, responsable, atento y con la capacidad de aprender otra lengua.

De esta manera, quien no sabe inglés, puede aprenderlo, si tienen una reunión hay que llegar puntuales, si hay que dar un recorrido y explicar la manera en cómo se hacen los procesos, cualquier persona estará capacitada para hacerlo y la visita del director a nivel mundial, será todo un éxito porque el mensaje y el medio fueron los adecuados para la comunicación.

Por esta razón también, se tienen rangos y estatus que son mensajes que da la corporación, ya que las personas que están en puestos mucho más altos, son los que deben tener algún idioma extra y saber exactamente lo que se produce en cada una de las áreas, para comunicarse con el resto de las compañías y dar explicaciones o entrar a reuniones que son importantes para el corporativo sin tener que llevar a un obrero a que lo explique.

Así es como se observa que el desarrollo de las tecnologías y la comunicación no sólo se utiliza para mandar un fax, un correo, una carta o sólo cosas administrativas, también son importantes para llevar, de buena forma, la vida de una compañía en la que no sólo son papeles, sino también, la interacción constante entre grupos de diferentes clases a los cuales, no importa en qué área trabajen, deberán estar informados.

Aquí lo que es importante es la manera en cómo se dé el mensaje, qué factor o factores necesitamos para dar a conocer al resto de nuestros empleados, los avisos o comunicarnos con ellos y que comprendan lo que se les pide o lo que se les informa.

Tener en cuenta su sexo, ideologías, creencias, su nivel social y así, evaluar si el mensaje se dará de forma individual o general, si será a nivel corporativo o a nivel de área, si se dará por medio de avisos en el periódico mural, en el correo o de forma directa, si es para beneficio del empleado o para toda la compañía.

Es relevante también estudiar a la organización social y sociológica de los puestos ocupacionales y sus ideas religiosas o culturales, ya que muchos podrían ofenderse si hay una imagen de algún santo o alguna palabra que para nosotros signifique una cosa y para otra persona otra.

En las corporaciones como AAK este factor es importante, ya que no sólo se tienen trabajadores mexicanos, sino de otras parte de la república, de Centroamérica y Sudamérica, además de Europa, quienes no saben el significado de una palabra que se utiliza con frecuencia aquí en México o bien, que el significado sea diferente y que pueda causarle hasta un conflicto.

De esta manera, es importante e interesante saber que el dar un aviso, comunicar o informar algo, no sólo es escribir en la computadora la información, imprimir la hoja y pegarla, es de suma relevancia saber qué es lo que se va a decir y a quién se lo va a decir, apoyándonos en las tecnologías que se tienen ahora, para lograr nuestros cometidos y llegar a la mayor parte de personas que nos interese transmitir el mensaje.

2.3.-DE LOS MEDIOS A LAS MEDIACIONES

Desde que se está en la etapa de la infancia conocemos lo que son la televisión, la radio, los periódicos y otros medios de comunicación que están inmersos en las vidas de cada uno de las sociedades a nivel mundial, pero hasta que crecemos y nos damos cuenta de la dimensión y de lo importante que se han vuelto para el ser humano, sabemos que si no tenemos un aparato de esos en casa, no estamos en el siglo XXI.

“La interacción de comunicarnos con otras personas, ciudades y países comenzó desde el siglo XV y desde ese entonces se ha expandido, destacando alguna de las transformaciones más importantes de las industrias mediáticas desde comienzos del siglo XIX”. (*Thompson 1987: 72*)

A partir de estas transformaciones, no sólo de los medios, sino también de las culturas, es que las tecnologías han invadido nuestro espacio natural y las industrias, se han visto obligadas a tener mayores herramientas de comunicación para lograr sus cometidos.

Pero no fue fácil que en México llegaran los desarrollos como en otras partes del mundo, las primeras en evolucionar fueron las ciudades de Europa y de ahí el mundo se fue contagiando de los diferentes medios de comunicación, como la imprenta, la radio, luego la televisión, la telefonía, las computadoras y por último el desarrollo digital de nuestra época (XXI).

Todos estos medios comenzaron a crecer en el viejo continente y por fin llegaron a ser parte de la cultura Latinoamericana, por la cual, no sería factible que una organización como AAK en Morelia, estuviera trabajando fuera del país de donde son sus dueños (Dinamarca) y fuera una de las proveedoras más importante a nivel americano de sus productos.

La cultura de los medios se expandió a las masas en América Latina y rápidamente tomó lugar en las sociedades: "El desarrollo de los medios se volvió para la población sobre todo en México el espejo de lo que querían y el cine les daba el sueño" (*Barbero 1998:227*)

A comparación de muchas ciudades latinas, México fue una en las que el éxito de los medios fue exorbitante, sobre todo porque después de que las personas más humildes no tenían la oportunidad, comenzaron a abrirse a éstas y veían que su realidad era la misma de la que veían en pantalla, pero que éste tenía la oportunidad de crecer o bien quedarse en el ámbito social, pero viviendo una vida feliz.

Después de que llegó el cine, la radio, la televisión y los aparatos que normalmente se tenían en casa, llegamos a la era en que el desarrollo tecnológico toma su auge en América Latina y "su exponente es cuantificable en el crecimiento

económico y su consecuencia “natural” en la democracia política” (*Barbero 1998: 245*)

Los medios no sólo servían para entretener e informar a la ciudadanía, también tomaron un auge importante en las democracias latinas, en las que se dieron cuenta que el salir en la televisión o radio o bien aportar para el desarrollo, les daría más votos y más acercamiento con los pueblos.

Ese crecimiento político también benefició a las industrias y sigue sucediendo en nuestros días, lo que nos habla Barbero en el texto “Los Medios a las mediaciones” es el alcance y el crecimiento que los medios de comunicación han tenido en nuestro continente y que se refleja ahora, en la oportunidad que empresas, como AAK, se queden en suelo mexicano.

Esto es que gracias a la globalización de los medios y las economías más empresas extranjeras miran hacia los países de Latinoamérica, para expandir sus territorios, buscando así un crecimiento importante en su economía, tanto de los dueños de empresas como del país del que provienen.

“El proceso de globalización implica más que la expansión de actividades más allá de las fronteras de naciones-Estado” (*Thompson, 1987: 200*)

En nuestros días, gracias a los medios y las tecnologías, los procesos de las industrias y sus trabajadores han incrementado, para beneficiar no sólo a las sociedades latinas sino al resto del mundo; esto no es de unos años a la fecha: el crecimiento de empresas viene sucediendo desde finales de la Edad Media, en la que tampoco era ajeno utilizar los medios dentro de sus industrias.

El populismo fue bien manejado por los medios en Latinoamérica, donde lo que era masivo era importante para dar a conocer su política, su forma de trabajo o sus nuevas ideologías, llegando así a la mayor parte de la urbe y ganar algunos votos o bien tener un crecimiento económico, el cual sólo beneficiaría a algunos cuantos.

Pero no todo fue masivo, el desarrollo de las comunicaciones, tomó importancia y control en las masas, con lo que Barbero comenta “sin comunicación, no hay desarrollo”.

Por medio de estas evoluciones, los nuevos medios de comunicación y de transmitir información, se han vuelto tan prácticos, tan benéficos para las industrias, sobre todo las que son a nivel corporativo, que gracias a las ondas electromagnéticas, extendieron en gran medida la capacidad de transmitir información a lo largo y ancho de grandes distancias, de manera más rápida y flexible. *(Thompson, 1987: 209)*

Las tecnologías ayudan a las corporaciones a hacer un mejor manejo de las herramientas que utilizan a diario los trabajadores y la manera de cómo lo han logrado, ha sido con el apoyo de los medios, ya que para poder enseñarles cómo se maneja algún aparato optan por mostrarles videos o programas por computadora que les hacen mucho más rápida la información y estas formas de enseñanza se han dado en todas partes del mundo, por lo que menciona Barbero (“La irrupción de las tecnologías se inscribe en todo caso en un viejo proceso...[] entre modernización y posibilidades reales de apropiación social”).

Por medio de estas modernizaciones y estas apropiaciones sociales, es que ya para muchas sociedades, aunque no tengan la oportunidad de tener algún aparato tecnológico en su casa, saben de ellos, por sus trabajos, en los cuales pasan la mayor parte del tiempo y es donde pueden familiarizarse con un escaner, fax, copiadora o correo electrónico, hasta en los mismos medios de comunicación, donde “lleen” de mensajes de este tipo al público.

Latinoamérica sigue creciendo y evolucionando en los medios como en su economía, la globalización, aunque en ocasiones perjudica a países en desarrollo como estos, en lo que respecta a las tecnologías les ayuda a tener mayor contacto

y conocimiento de ellos y no son ajenos a lo que está próximo a salir en los mercados.

Uno de los desarrollos que puede beneficiar mucho a las compañías, como a América Latina, es el despliegue de sistemas de cable más abundantes y sofisticados, que proporcionan una mayor capacidad para la transmisión de información electrónica codificada. *(Thompson, 1987: 214)*

Un segundo desarrollo es el satelital. La digitalización de la información, combinada con el desarrollo de las tecnologías electrónicas, ha incrementado en gran medida la capacidad de almacenar y transmitir información, la que en cualquier parte del mundo puede ser compartida o simplemente enviada.

En nuestros días, la dependencia de la tecnología e inversión en las comunicaciones sobre todo de Estados Unidos, acompañada de la nueva demanda de programas de televisión y el coste de la producción doméstica, ha creado una enorme presión en el desarrollo de sistemas comerciales de radiodifusión de muchos países del Tercer Mundo, en los que la mayoría de Latinoamérica está inmerso. *(Thompson, 1987: 221)*

Durante la expansión de estos desarrollos audiovisuales como tecnológicos, las corporaciones y masas populares en América Latina, tienen la oportunidad de estar al mismo nivel que otras corporaciones de otros países, o por lo menos complementarse en diferentes ámbitos, en los que obviamente se tendrá que trabajar un poco más que los países europeos o el mismo Estados Unidos, pero que no son menospreciados, porque se cuenta con la cultura y la capacidad para estar casi al igual que ellos.

Aunque no hay que olvidar de lo que sucede en Latinoamérica, que es en lo que se enfoca Barbero, ya que nos habla específicamente de los países que lo componen, es que el rezago educativo y las pocas oportunidades que tienen en algunos sectores de la población hacen que disminuya su aporte a las evoluciones

tecnológicas, porque mientras estos aprenden lo básico de un programa, en otros lugares el mundo, se aprende lo más nuevo del siglo XXI.

“Las tecnologías no son meras herramientas transparentes y no se dejan usar de cualquier modo, son en últimas la materialización de la racionalidad de una cultura y de un “modelo global de organización del poder” (*Barbero 1998: 255*).

Durante el siglo XX y principios del siglo XXI se hace mucho énfasis en las nuevas tecnologías, las cuales llegarán a evolucionar diferentes medios de la vida, sobre todo en la parte política y social de la América Latina, donde ahora los gobernantes ya no sólo van casa por casa o pueblo por pueblo a conseguir un voto, ahora es de suma importancia estar vinculado a un espacio en Internet donde la sociedad pueda tener voz y voto.

Es de suma relevancia en nuestros días que los políticos cuenten con herramientas de comunicación y sobre todo de las llamadas “nuevas tecnologías”, como un espacio en Facebook o en Twitter, de ahí que puedan llegar a más cibernautas y de menor edad, lo que es importante para las personas de la política en Latinoamérica, ya que aquí se cuenta con mucho más población joven y son los que en un futuro dominarán al mundo.

Se ha hablado de los desarrollos tecnológicos y cómo han cambiado la vida de cada una de las sociedades en donde ahora es fundamental tener una computadora en casa y que es indispensable su manejo en el trabajo, aunque no se tenga el programa o el equipo de innovación. En esta teoría, Barbero nos dice que en América Latina se cuenta con el conocimiento de varios jóvenes y otros no tanto, que son expertos en esta materia y los cuales se han convertido en asesores de las nuevas democracias, que cambiarán al mundo.

A partir de que iniciaron su función los desarrollos tecnológicos se ha convertido en una tarea de relevancia la forma de mostrar cuál es la utilidad de estos y

acercarlos cada día a las personas que menos tienen, para tener el mayor número de votos, de clientes o de proveedores.

La globalización ha sido fundamental, pero todavía se cuenta con un mayor número de públicos ajenos a estas herramientas y, por lo tanto, la función de comunicar e informar a algunos sectores del mundo sigue sin tener éxito, sobre todo en el caso de las democracias, las cuales han acogido a los medios digitales, como sus “nuevos mejores amigos” para obtener el mayor puntaje de popularidad y sumar más votos a su favor.

Los jóvenes son el principal mercado para estos hombres y para las herramientas tecnológicas, quienes poco a poco han aprendido las bases para no sólo comunicarse por el Chat o comunidades sociales sino para obtener información, que muchas veces, no se imaginaba que se iba a tener acceso a estas.

Las nuevas tecnologías son el futuro (si no es que ya lo son) para las sociedades contemporáneas y sobre todo, para las que están en crecimiento, caso específico de los países tercermundistas, de los cuales México forma parte y el resto de los países de Latinoamérica.

La manera en que se utilicen, ya sea en contra o a favor de nosotros como sociedades, será nuestra responsabilidad y de los gobiernos que aprovechen las ventajas que éstas tienen, en cualquier ámbito.

2.4.-TEORÍA DE LOS MEDIOS DIGITALES

Los medios digitales han acaparado hoy en día todo lo que nos rodea ya sea en casa, en el trabajo, en el entretenimiento, en la cultura, en la investigación y con los cuales se puede tener más acceso a música, cine, televisión, arte, entre otras cosas.

Las nuevas tecnologías han llegado al siglo XX y XXI para cambiar todas las formas en las que se estaba acostumbrado a ver la televisión, a ir al cine, escuchar radio, hablar por teléfono y utilizar la computadora, ya que ahora no sólo utilizamos nuestra PC, para hacer trabajos de la escuela o el trabajo, también nos

ayuda a bajar canciones de internet o buscar una enciclopedia u obtener una investigación reciente sin tener que comprar el libro.

Lo “Digital” se ha convertido en una herramienta de apoyo primordial para las sociedades modernas, los teléfonos móviles, antes sólo se utilizaban para avisar a los familiares que iban a tardarse o para hacer una llamada urgente, para conocer la localización del lugar a donde se dirigía y sólo tenían acceso a este medio digital, las personas con mayor nivel social.

En cambio, ahora con la globalización y el avance tecnológico a pasos agigantados, cualquier persona de nivel medio, cuenta al menos con un teléfono celular y los de clase alta prefieren otros accesorios como un iPhone o Blackberry, aparatos que normalmente tienen las personas que viajan mucho o que son ejecutivos y que a consecuencia del trabajo, no siempre están en la oficina.

La digitalización, se ha convertido en una herramienta que ha resuelto muchos problemas en las compañías, ya que para ver el correo, checar agenda para reuniones, ver archivos que necesitarán para su trabajo etc., ya no necesitan estar en la oficina, ahora con sólo ingresar por medio de su teléfono a Internet, todos estos aspectos se solucionan.

Pero no sólo son los teléfonos móviles una innovación importantes en los medios digitales, también son los disquetes o CD que llegaron para facilitar aún más el trabajo diario de las sociedades, en el que se ahorraron hojas de papel, pergaminos y maquetas, para todo grabarlo en estos accesorios, que ahora, con la USB, todavía son más fáciles de llevar a cualquier distancia.

La televisión digital poco a poco comienza a ocupar más lugares en casas habitación, como en las compañías, ya que el manejo de la información, será todavía más rápida y accesible, no sólo para los que están en la misma ciudad, sino en otros países.

Hoy en día, las videoconferencias a niveles corporativos son de suma importancia, ya que tienen la posibilidad de estar simultáneamente conectados empleados de

la compañía que esta en el Reino Unido, con los que están en Dinamarca o México.

El beneficio para las empresas como AAK, es importante, ya que los gastos disminuyen de forma considerable, porque si desean platicar de un tema en específico de la planta, no tienen que trasladarse hasta Europa para hacerlo, con sólo tener una computadora, una señal de cable y una cámara de video, las reuniones y los temas se resuelven de forma inmediata.

Pero esto no sólo sucede a niveles corporativos, también en los hogares donde la comunicación con la familia es básica, también ya utilizan estos medios, que en el pasado, sólo tenían acceso las personas con un nivel económico fuerte, pero que ahora un mayor grupo de comunidades tienen acceso.

Los jóvenes principalmente son los que utilizan mucho estas herramientas, de hecho, han nacido con ellas y los cuartos de comunidades virtuales para ellos son asunto cotidiano, están tan acostumbrados a estas tecnologías, que no imaginan que hace 40 años, sus abuelos apenas si sabían escribir o leer.

Las telecomunicaciones forman parte importante en el desarrollo de estas herramientas de comunicación, las que no solamente han adquirido como parte de su vida, los jóvenes y los niños, si no, como se ha manejado este tema con anterioridad, también los actores políticos, ya son seguidores constantes de los medios digitales y de los cuales ya forman parte en sus campañas, porque no sólo llegan a millones de usuarios en pocos minutos, además, porque demuestran que también están informados en cómo se manejan estos “nuevos aparatos”.

Pero no sólo es el saber utilizar los medios digitales en nuestros tiempos es algo importante, sino, cómo manejarlos, porque no sólo, se ha cambiado la forma de leer o de hablar por medio de ellos, también la forma de escuchar, de ver el cine, de realizar investigaciones o ver imágenes, etc.

La ortografía para las redes sociales son otras, las palabras se acortan o simplemente se escriben símbolos, para querer decir que se siente mal o que una persona es cómica o que llegará tarde a la cita. Los mensajes por medio de los

celulares son con abreviaturas, las imágenes ocupan espacios que antes se llenaban con 5 palabras, entre otros ejemplos.

Es decir que la tecnología digital y sus medios no sólo cambiaron la forma de trabajar o de realizar tareas, sino también las concepciones teóricas del fenómeno de la comunicación, para las sociedades del siglo XX y por lo cual todavía a muchas personas les cuesta trabajo entablar charlas por medio de celulares o chats.

En el caso preciso de las empresas, es importante que los empleados tengan un conocimiento general de cómo se utilizan estos medios digitales, ya que son parte importante en el quehacer diario de la compañía, pero sobre todo de la cotidianidad.

No sólo es importante ahora saber leer o escribir, sino utilizar la computadora, un fax, un teléfono inalámbrico con Internet, buscar en las plataformas información, investigar, etc.

La dimensión de los medios digitales va más allá de tener conocimiento que existen y que están ahí, sino de cómo se utilizan y para qué, qué sigue, qué más se deberá aprender, para poder tener una mayor posibilidad de apoyarnos en ellos y no dejarnos llevar por ellos.

Sobre todo también en el ámbito de la virtualidad, en el que puedes trabajar desde tu casa, con tan sólo tener una computadora y los negocios y empresas virtuales, poco a poco van tomando mayor importancia a nivel de negocio competitivo.

Los ahorros que se están dando en estas nuevas “corporaciones” han beneficiado tanto a los empleados como a los dueños, quienes, además de gastar en importantes lugares para colocar oficinas, tienen una comunicación con sus clientes, proveedores y colaboradores de trabajo, más rápidos y eficaces, que si estuvieran en una oficina.

Las comunicaciones, las plataformas web, la política, la ciencia, en fin todo lo que nos rodea a nivel mundial, ya es parte fundamental de los medios digitales y conforme las sociedades, sus políticos y pensadores se vayan acoplando a ellos, la facilidad para redactar un libro, realizar una película y llegar a las masas, no será algo nuevo.

Todavía falta mucho por recorrer en el camino de los medios digitales y cuando se piense que es el final de ellos, algunas compañías de países subdesarrollados, sacarán al mercado, mejores y más instrumentos de desarrollo tecnológico, que harán la vida laboral (ya sea escuela, casa o trabajo) mucho más sencilla, rápida e inmediata, aunque se esté en diferentes lados del mundo.

CAPÍTULO 3

3.1.- AAK MORELIA Y SU COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Desde el primer día que un ser humano llega al mundo, viene con un don innato y es el comunicarse, aunque todavía no tenga conocimiento de las palabras o la escritura, sabe cómo comunicar a su mamá cuando tiene hambre, cuando tiene sueño, cuando algo le duele y después de varios años, comienza a descubrir las diferentes formas de comunicarse con el resto del mundo.

La necesidad de comunicarnos unos con otros se hace todavía más importante, cuando se esta fuera de casa, ya sea en la escuela, al ir de compras, al conseguir un trabajo y principalmente en el trabajo, que se vuelve la segunda casa, porque se pasa el mayor tiempo de nuestras vidas en él.

Ya sea en el área que se trabaje, siempre es indispensable hablar con nuestros compañeros, jefes y subalternos, además de proveedores y clientes, quienes son fundamentales para el mejor funcionamiento de nuestra labor, ya que en estos tiempos, la comunicación en las empresas se ha vuelto fundamental, sobre todo en la forma en que lo hacemos, ya que ahora hay diferentes maneras y herramientas para hacerlo.

Es por esta razón que la mayor parte de las organizaciones, como en este caso AAK, se ha comprometido a tener una mayor eficacia en sus comunicaciones y es por eso, que ahora ya no es raro escuchar el término comunicación organizacional, pero ¿cómo se define y para qué sirve?

A partir del siglo XX el término de Comunicación organizacional, tiene sus variantes, de hecho, en 1956 “William Whyte catalogó a la mayoría de los seres humanos, como “hombre organización” y en 1973, “Harry Levinson, sostiene “que esta clasificación sigue siendo cierta, ya que el noventa por ciento de las personas que trabajan lo hacen dentro del marco de una organización” (*Goldhaber 1984: 18*).

Por tal razón, se puede comprender que el hombre y la mujer son personas comunicativas, lo cual hace que la organización sea un sistema que vive en constante evolución e interacción unos con otros, tanto interna como externamente. Redding y Sanborn 1964 definen a la comunicación organizacional como “el hecho de enviar y recibir información dentro del marco de una compleja organización. Incluye a las comunicaciones internas, las relaciones humanas, las relaciones gerenciales, sindicatos, las comunicaciones ascendentes, descendentes y horizontales, las habilidades de comunicación” (*Goldhaber 1984: 21*).

Katz y Kahn 1966 perciben a la comunicación organizacional como el flujo de información (el intercambio de información y la transmisión de mensajes con sentido) dentro del marco de la organización. Las organizaciones son sistemas abiertos y discuten propiedades como la importación de energía procedente del medio ambiente”. (*Katz y Kahn en Goldhaber: 21*).

Es así que se puede entender a la comunicación organizacional, como la comunicación entre todos y cada uno de los que forman parte de la empresa, ya que, todos los días, entre empleados, clientes, proveedores y jefes se discute de forma interna y externa, para llegar a un fin en común, que ayude a los interesados en la organización a obtener mejores resultados.

La importancia de poder informar o comunicar al personal de interés de la empresa, es trascendental, para llegar a la culminación de los objetivos y metas programadas. En AAK, los logros que se consiguen son gracias a la unión de todos los colaboradores, ya sea desde los gerentes de cada área, hasta el personal de limpieza y la única forma de conseguirlo es por medio de la comunicación que en ella se maneja.

El flujo de datos que se maneja en AAK, y no sólo en ella sino en muchas organizaciones, es inmensa, por eso se debe de tener una forma de organizarla y distribuirla, para que llegue a su destinatario. (*Thayer 1968 en Goldhaber: 21*) nos dice que hay tres sistemas de comunicación Operacionales: datos relacionados con tareas u operaciones); Reglamentarios (órdenes, reglas e instrucciones; y de

Mantenimiento/desarrollo (relaciones públicas y con los empleados, publicidad, capacitación).

Estos tres sistemas, aunque no están en un manual de las áreas de Recursos humanos, que en el caso de AAK es la que maneja la comunicación organizacional dentro y fuera de la empresa, son básicos para llegar a los objetivos que se proponen como área y como organización;

Pondremos un ejemplo claro, en semanas pasadas AAK, comenzó una campaña para poder obtener una certificación en uno de los productos que ellos manejan, con el cual, conseguirían a uno de los clientes más importantes (Nestle). Durante un mes, el área de RH, se dedicó a utilizar de la mejor forma su comunicación organizacional y utilizó los tres sistemas.

En el sistema de operaciones, se capacitó a los empleados para el manejo de sus tareas, quién debía de llevar cada herramienta o material, en el sistema de reglamentos, los trabajadores cumplieron las órdenes, reglas e instrucciones en casi un 95%, llevaban sus cascos dentro de la planta, sus botas y mallas que les cubrieran el cabello, además de tener en perfecto orden sus áreas de trabajo y por último el de mantenimiento/desarrollo, se dirigían hacia los periódicos murales, sus jefes, pantallas o entre sus mismos compañeros a resolver dudas o sugerencias que cada uno tenía.

El resultado final, después de un largo mes, en que la información sobre la auditoría, en correos, periódicos murales, pantallas de aviso y entre ellos mismos, se emplearon de la mejor manera, obteniendo así, la certificación y la aceptación de Nestlé, quienes a partir del mes de Agosto, será uno de los clientes de AAK.

La comunicación organizacional tiene muchas formas de cambiar el ámbito y el trabajo de los empleados en la organización, no sólo, sirve como herramientas para una campaña, sino, también, como una mejor vía de cómo hacer llegar la información, sobre todo en la parte interna, en el que los empleados son pieza clave, para llegar a la culminación del producto final.

Greenbaum (1971,1972) Percibe al campo de la comunicación organizacional, incluyendo el flujo de comunicaciones formales e informales dentro de la organización. Prefiere separar las comunicaciones internas y las externas y considera el papel de la comunicación como de coordinación (de los objetivos personales y de la organización así como de las actividades que generan problemas). (*Goldhaber 1984: 22*)

Es así como también se puede utilizar a la comunicación organizacional como una herramienta solucionadora de problemas, pero que necesita de los actores principales para resolver el conflicto ya que, además de mandar “el mensaje a lo que o los que causan el problema”, también implica, “las personas, los sentimientos, las actitudes, sus relaciones y habilidades” (*Goldhaber 1984:23*).

En cualquier organización en donde se labore con otro ser humano, siempre habrá una forma diferente de pensar y actuar, por lo que para que el conflicto se resuelva, se necesita entender las dos partes y para la organización es indispensable, comprender las dos partes o lo que sucedió, para llegar a un acuerdo y sólo con la comunicación de una forma organizada, se tendrá el resultado deseado.

Pero no sólo el hablar es sinónimo de entendimiento, el mensaje y la herramienta que se utilice para llegar a informar (o a los acuerdos que se necesiten llegar o tomar), es importante saber qué mensaje queremos dar, a quién y cómo se lo estamos dando.

“Los mensajes de la organización pueden ser examinados, según varias taxonomías: modalidad de lenguaje y método de difusión. La modalidad del lenguaje diferencia los mensajes no verbales, de los verbales, los primeros son los que se comunican por el lenguaje corporal, características físicas, conducta, indicios vocales, espacio personal, entre otros. (*Goldhaber 1984:24*).

Mientras que los verbales, se observan en una carta, conferencia o simplemente en la conversación.

Es primordial que para poder dar a conocer el mensaje que se quiere dar o mandar, se tenga la seguridad de la persona a quien se va a dirigir, ya que no

podemos mandar un aviso a un superior, como lo haríamos al empleado del área de servicios, que a uno del área administrativa.

También para los mensajes se tienen métodos de difusión, como es el caso del “software” y “hardware”. En los primeros, se utiliza el intelecto, el pensar, escribir y hablar, mientras que los “hardware” son los que necesitan de alguna fuerza eléctrica o mecánica, como el fax, la computadora, el teléfono, etc. (*Goldhaber 1984: 24*).

Al observar estos métodos de difusión de la comunicación organizacional, destaca el “hardware”, ya que el desarrollo de las nuevas tecnologías nos da un sin número de opciones para que el mensaje, o la información, lleguen a su destino y a su destinatario.

El correo electrónico, las redes sociales, internet entre otros, son herramientas, que han ayudado al método con su rapidez y efectividad para poder hacer llegar los mensajes, aún cuando las personas estén en otro lugar del país, del mundo, o simplemente de área.

Pero no sólo es la forma como utilizemos los métodos y las herramientas, a quién o quiénes va dirigido. Dentro de la comunicación organizacional y los métodos de sus mensajes, se debe tomar en cuenta, qué quiero hacer con el mensaje: debo informar, persuadir o sólo avisar.

Para estas cuestiones hay un sinnúmero de formas que no alcanzaría este capítulo para hablar de ellos, pero podremos mencionar algunos que se hacen de forma mecánica, sin saber, que se esta utilizando la comunicación organizacional en cada uno de ellos.

La dirección de la red, que se divide entre ascendentes, descendentes y horizontales, dependiendo de quién inicia el mensaje. Ascendentes de los empleados de más bajo a más alto rango o hasta llegar a la gerencia. Descendentes, mensajes de los superiores hasta los subordinados y horizontales, los mensajes, entre compañeros del mismo nivel jerárquico. (*Goldhaber 1984: 24*)

Es importante recalcar que algunas veces los mensajes no llegan como debiera ser ya que, mientras más personas estén involucradas en el mensaje, se puede

perder más rápidamente, el objetivo del mismo y que después no se haga un teléfono descompuesto en toda la organización.

La interdependencia, “un cambio en la organización puede afectarla en su totalidad” y “las relaciones” (*Goldhaber 1984:32*), las cuales son básicas en una estructura, en la que el desarrollo de la información es constante y al ser muchos empleados como en el caso de AAK, puede ser difícil llegar a cada uno de ellos.

Es así como la comunicación organizacional se puede encontrar en cualquier forma de difundir un mensaje, un aviso, cuando hablamos por teléfono, cuando mandamos una carta o cuando leemos un correo electrónico. Todos los días en las organizaciones, como en el caso de AAK, inconsciente o conscientemente, utilizamos la comunicación y sus herramientas, pero de una forma planificada u organizada.

3.2.- VARIACIONES DE LA COMUNICACIÓN QUE DEBEN UTILIZARSE EN UNA ORGANIZACIÓN COMO AAK

La utilización de la comunicación en las organizaciones se ha utilizado por mucho tiempo, sin embargo, no se tenía una planeación para ella hasta que llegó la comunicación organizacional, en la que las personas comenzaron a hacer una planeación de lo que querían informar, a quiénes debían informarlo, cómo debían hacerlo y las herramientas que necesitarían.

Es decir, la comunicación se profesionalizó de tal manera que el dar un aviso en la empresa ahora no es sólo poner un aviso en la entrada y salida de los lugares de los trabajadores, sino que se especializa la información, a quién va dirigida y se busca con esto una mejor comprensión y que, sobre todo, el mensaje llegue al personal adecuado.

En AAK planta de aceites comestibles que radica en la ciudad de Morelia, es poco el tiempo que se ha implementado la comunicación organizacional de un forma correcta y que ha dado soluciones a algunos vacíos de información que se tenía,

pero esto cambió gracias a la manera de saber dar el mensaje, ya que se han utilizado diferentes maneras para alcanzar el objetivo de comunicar.

Pero, no siempre la forma de comunicar ha funcionado de manera adecuada, “Muchos de los problemas de comunicación que se plantean en las organizaciones no son debido a la falta de claridad o a la utilización de expresiones correctas, sino a las diferencias perceptivas de los individuos que se están comunicando” (*Goldhaber 1984: 118*).

Unos de los problemas que se tiene en AAK es que se les da los avisos a todos y cada uno de los empleados que deben ser informados, sin embargo, se ha identificado que los trabajadores con menor escolaridad son los que, por lo regular, no ven los avisos o no están enterados de las situaciones que pasan en la planta.

Esto se debe a que no leen los avisos en las diferentes herramientas que se tiene en la planta, como a la comunicación organizacional que se maneja en la empresa esto se explica porque su percepción es muy distinta a los empleados del área administrativa, quienes están acostumbrados a utilizar máquinas, teléfonos y leer correos, pero sobre todo a esto último: leer.

Otro factor es que tal vez algunos no sepan leer o su estatus no alcanza para ver los avisos y sólo se enteran por medio de lo que es conocido como “radiopasillo”, pero estos mensajes no llegan de forma correcta Pace y Born (1973) comentan que “los mensajes reproducidos en serie, como el agua en un gran río, cambian debido a pérdidas, ganancias, absorciones y combinaciones a lo largo del camino recorrido desde sus fuentes hasta el destino final” (*Goldhaber 1984: 122*).

Por tal razón es importante utilizar hasta el último de los métodos o formas en que se puede dar un mensaje y el propósito que se tiene para ellos. Hay diferentes maneras de difundir los mensajes y pueden ser Diádicos, pequeños grupos y públicos, todos ellos forman parte de las actividades de comunicaciones orales software. (*Goldhaber 1984, tabla 4.3:127*).

Los primeros son por medio de las conversaciones informales, las que se dan mucho en la hora de comer, en el descanso o en las reuniones sociales con los compañeros de trabajo. También las entrevistas de contratación, de testimonio, discusiones con el jefe o el trabajador, entre otros.

Las de pequeños grupos, se ven mucho en las reuniones para tomar decisiones en el que los líderes de área se congregan en capacitaciones, reuniones para resolver problemas y en las reuniones informales. Las públicas se presentan regularmente en reuniones de organización en general, personal administrativo, resolución de conflictos, por mencionar sólo algunos. (*Chiavenato Tabla 4.3: 127*). Regularmente en todas las empresas se ven o se realizan este tipo de actividades, sin embargo, no siempre se utilizan de forma correcta o bien, no se aprovechan de la mejor forma, porque el mensaje no se da como debería.

Redding (1967) ha sugerido tres razones fundamentales para explicar el flujo de los mensajes: Tarea, mantenimiento y humanos.

“Los mensajes de tarea guardan estrecha relación con aquellos productos, servicios o actividades que tienen especial interés para la organización, por ejemplo, mensajes sobre la mejora de algún departamento, la calidad de servicios o la calidad de producto” (*Goldhaber 1984: 129*).

Los mensajes de mantenimiento ayudan a la organización a seguir con vida y a perpetuarse a sí misma. Las órdenes, dictados, procedimientos y los controles necesarios para facilitar el movimiento de la organización para conseguir los objetivos, los cuales están relacionados con el contenido de la producción del sistema. (*Goldhaber 1984: 129*).

Los mensajes humanos están dirigidos a los individuos de la organización, considerando principalmente sus actitudes, su satisfacción y su realización. Estos mensajes se interesan por los sentimientos, las relaciones interpersonales, la moral y el concepto que tienen de sí mismos los empleados. (*Goldhaber 1984: 129*).

Las variantes que tiene la comunicación en una empresa, pueden ser la diferencia entre un mensaje dado de manera correcta y otro que no cumpla con su objetivo primordial: informar al empleado en cualquier área en la que se desarrolle.

Es de suma importancia, juntar cada uno de los métodos y las formas en que se puede dar un mensaje, pero sobre todo (como se ha mencionado en párrafos anteriores) a quién va dirigido, ya que si es un mensaje descendente o ascendente, horizontal o de tarea, humano o público, será comprendido de forma clara al que va dirigido.

Las redes de comunicación que se instalen como formales en la empresa, serán las que lleven el camino para que llegue el mensaje de forma adecuada, las cuales respeten no sólo las jerarquías y sus individuos, sino también la personalidad de la persona a la cual se dirija. (*González Seminario: 11*).

La comunicación es esencial para una organización, no sólo para transmitir autoridad, sino también para lograr la cooperación (*Timm, 1986 en seminario Comunicación organizacional González: 26*).

La “comunicación organizativa” es usada como término general que incluye a las relaciones públicas, las relaciones administrativas públicas, las relaciones con el cliente, la comunicación del mercado de trabajo, la comunicación ambiental y sobre todo la comunicación interna (*González: 28*).

Estas variaciones las encontramos todos los días y sin siquiera darnos cuenta, siempre hay un público objetivo al cual debe dirigirse el mensaje y por ello, como se ha tratado en páginas anteriores, se debe tomar en cuenta la forma en como deberá escribirse la información.

Regresando al ejemplo de la certificación que tuvo AAK con la empresa Nestlé, se utilizó la planeación de cómo se mandarían los mensajes, y aunque el área de Recursos Humanos no dio a conocer los diferentes métodos a los empleados, sí utilizaron variantes, como las reuniones entre gerentes para, en primer lugar, saber lo qué se iba a hacer.

Durante un mes antes, se tuvieron reuniones administrativas, gerenciales y de producción para observar los puntos clave que podrían traer consecuencias negativas a esta certificación; una de ellas era la disciplina entre los empleados, refiriéndose al uso de los materiales como casco, botas, cubrebocas, etc., que se utilizan en la empresa, ya que la mayoría de ellos no los usaba de forma correcta. Lo primero que se implantó fueron los avisos descendentes, el que fue dirigido de la gerencia general a los empleados, tanto de forma software, por medio de cartas y reuniones con los trabajadores de la planta, así como hardware, por medio de correos electrónicos y llamadas telefónicas a jefes de área.

La siguiente actividad fue una comunicación horizontal, en la que los gerentes de área se reunieron y hablaron sobre las medidas que se implementarían en caso de que los empleados no acatarán las órdenes de la gerencia general y se hicieron capacitaciones y grupos de trabajo, para explicar la importancia del manejo debido de sus herramientas de trabajo y utensilios de seguridad.

Por último, se realizó una comunicación pública en la que los casi 400 empleados, se reunieron para informarles las reglas que se llevarían a cabo para el logro del objetivo, además de ésta reunión, el área de Recursos Humanos intensificó los avisos en los periódicos murales, ya que todos los días se ponían los días que faltaban para la auditoría y los beneficios que ésta tendría en la planta.

Durante un mes, se descontaban los días que transcurrían para la visita del personal de Nestle, que visitaría a cada una de las áreas pero, sobre todo, las de producción, seguridad e higiene, para que todo estuviera en perfecto orden y limpieza, cumpliendo así uno de los requisitos.

Las variables en la comunicación organizacional trascendieron en esta ocasión, porque se tuvo el objetivo claro en cada uno de los involucrados, además de que la unión de los empleados fue relevante, para conseguir la certificación y aunque el resto de los trabajadores, no sabía qué lugar o actividad de comunicación utilizaba, cumplieron con ella al cien por ciento.

Ya fuera ascendente, descendente, pública, de tarea, de mantenimiento o cualquiera otra, la comunicación estuvo presente en las tareas diarias de cada uno

de ellos, sin olvidarnos que, se tuvo el conocimiento de la buena dirección del mensaje, porque se especificó al público al que tenía que informarse.

La planeación que se tuvo con las herramientas y mensajes de comunicación de la empresa AAK, fueron el traje a la medida de lo que la planta necesitaba en ese momento, para obtener la certificación que hiciera crecer más la producción a la planta y, a su vez, el nombre de la empresa a nivel internacional.

Dentro del seminario de comunicación organizacional de la Universidad de Londres, se maneja una planeación dentro de la Comunicación organizacional, en la que, como primer punto, se encuentra la Investigación y audición (saber el problema y el estado en que esta la empresa, en este caso AAK Morelia, quien debía saber qué era lo que estaba sucediendo en esos momentos en la planta, para tomar las acciones correctivas que fueran necesarias).

Como segundo punto, la planeación y programación, como tercer punto la comunicación que sería la implementación del plan y como cuarto y último la evaluación, que al final, fue positiva, ya que se cumplió con la meta de la empresa. Pero no sólo se comunica con los métodos antes mencionados. Una de las maneras más efectivas, y de la cual casi nunca se dan cuenta los seres humanos, es la comunicación no verbal que se utiliza constantemente y que en ocasiones dice mucho más de la persona que una carta, correo o el habla misma.

Para Eisneberg y Smith (1971) “La comunicación no verbal son mensajes sin palabras”, Meharabian (1971) opina que se trata de “mensajes silenciosos”, mientras que Wenburg y Wilmot (1973), la definen como “todos los indicios que no son palabras”, Harrison (1972) “es la comunicación que incluye otros tipos de símbolos” y por último Knapp (1972)”son aquellas situaciones en las que las palabras no se escriben, ni se dicen”. (*Goldhaber 1984: 151*)

Es así como muchos de los gestos, movimientos y expresiones, forman parte de nuestra forma de comunicarnos y en casos como este, en la empresas son tan importantes, que depende algunas veces de ellos que se obtenga o no el trabajo o que se sepa si un empleado entendió o no el mensaje.

“La comunicación organizacional implica la interacción entre todos los individuos que forman la empresa y los mensajes que se envían en su medio ambiente, además de que éstos pueden manipularse con el tono, el volumen y el ritmo de la Voz”. (*Goldhaber 1984: 152*).

Durante el mes que la empresa AAK comenzó con su campaña de avisos y mensajes para la certificación que se iba a tener, en muchas ocasiones, la comunicación de los jefes de área y gerentes fueron importantes para que se cumplieran con las reglas dispuestas, para llegar al cometido.

El jefe comentaba que era una regla impuesta a partir de tal día, en la que los empleados debían utilizar de forma correcta cada uno de las herramientas para realizar mejor su trabajo, mientras que los gerentes comentaron a los jefes de forma impositiva, cuáles eran las medidas que se usarían para esas áreas.

Lo que más distingue a una comunicación verbal de una No verbal es que en la segunda, lo que más se expresa es el sentimiento y la actitud, “es decir la sustancia de la mayoría de las relaciones interpersonales” (*Goldhaber 1984: 154*).

Siempre estamos en constante comunicación, un ejemplo que se da mucho de la comunicación no verbal, es cuando se tiene un conflicto en el que es complicado hablar abiertamente con la persona con la que se está molesto o bien con alguna actitud de algún compañero.

“Nos servimos del lenguaje corporal, expresiones faciales, gestos, posturas, contactos físicos, forma, etc. para comunicar nuestros sentimientos y actitudes”. (*Goldhaber 1984: 155*)

Por esta razón es de suma importancia, el ver todos los gestos y actitudes, manoteos o movimientos corporales de la persona con la que se está hablando, para saber qué es lo que le sucede o con qué intenciones se acerca a ti, esto lo hacen mucho todas las personas que trabajan en el área de Recursos Humanos, las cuales analizan cada una de estas cuestiones, para saber más sobre la persona.

“Casi todas las investigaciones realizadas sobre la conducta física del cuerpo pueden agruparse en cuatro categorías: La cara, posturas y gestos, contactos físicos y forma general del cuerpo” (*Goldhaber 1984: 158*).

Los gestos y posturas, la apariencia y la cara son algunos de los componentes de la comunicación no verbal y este último (cara) es el más visible indicador de nuestras emociones y sentimientos, aunque también es uno de los más difíciles de medir. (*Goldhaber 1984: 159*).

Es así como las diferentes formas de cómo comunicarse en la empresa, pueden ser positivas en el logro de metas y objetivos, no sólo para la empresa en general, sino para los mismos empleados y se comprueba que en la manera en que se maneje de forma adecuada, la Comunicación organizacional y sus herramientas tendrán sus premios.

Todas estas herramientas serán mejor utilizadas si a ellas les agregamos las tecnologías de la comunicación, que en nuestros días, no sólo invaden a cada uno de los empleados que laboran en una empresa, sino a la planta en general y de ellas se puede sacar mucho provecho para llegar al objetivo de informar

3.3.- EL MANEJO DE LAS TECNOLOGÍAS EN LA COMUNICACIÓN DE UNA ORGANIZACIÓN COMO AAK.

En el transcurso de la investigación, se ha hablado de los diferentes métodos de la comunicación organizacional y de la forma en que ayuda a las empresas (en este caso AAK), para hacer llegar la información que corresponda a cada empleado.

Sin embargo es importante hacer dos preguntas fundamentales: ¿qué información necesito para mi trabajo y de quién?, ¿cuándo y cómo la necesito? La segunda: ¿qué información debo proporcionar a otros dado el trabajo que desempeñan?, ¿de qué forma y cuando?, puntos que se han visto con anterioridad pero que en este espacio los desglosaremos.

El saber cómo manejar la información interna o externa de la empresa, es equivalente a la obtención de resultados positivos o negativos. En párrafos

anteriores, se mostraron las formas en las que se hace presente el mensaje organizacional y el objetivo principal de éste.

Diferentes métodos, formas, actividades, receptores, comunicadores, etc., se utilizan sin que, en ocasiones, los mismos involucrados se den cuenta que se está utilizando la herramienta de la comunicación organizacional. Sin embargo, hay otras empresas como en el caso de AAK, que se tiene un planificación ya prevista, para realizar de forma correcta la comunicación de los mensajes, pero no siempre se cumple el objetivo, ya que el aviso no llega a todos los involucrados, sobre todo, los empleados de áreas donde no se maneja intensamente internet o las computadoras.

Por tal razón es relevante, hacernos las dos preguntas anteriores, las cuales ayudarán mucho al logro de los objetivos, buscando así las diferentes formas y herramientas con las cuales se pueda llegar a la meta principal: que un 99% de los trabajadores de la empresa estén enterados del acontecer de la organización externa, como interna, principalmente.

“En plena era del conocimiento, las organizaciones necesitan, cada vez más, tener sistemas de información adecuados, para lidiar con la complejidad ambiental y para transformar a sus colaboradores en asociados y agentes activos del cambio y la innovación”. (*Chiavenato 2009: 508*).

No sólo es la forma en cómo vamos a dar el mensaje, no sólo es el área, también se necesita tomar en cuenta, el ambiente y sobre todo las herramientas con que cuenta el personal para hacerle llegar el mensaje, es aquí donde el desarrollo tecnológico entra en acción.

En AAK, todos los empleados administrativos, cuentan con un dispositivo electrónico en el que diariamente trabajan y tienen la conexión a internet, por lo que, si el aviso se envía por medio de correo electrónico, llegará a cada uno de ellos, pero no es seguro, que ellos lo reciban, ya que no se sabe si la persona, esta en su lugar o si esta de vacaciones o si su máquina tiene falla en el internet o su computadora tuvo un problema, etc.

Por este motivo es importante contar con varias herramientas que aseguren, de alguna u otra manera, que el mensaje sí llegue de forma directa, rápida y concisa,

por lo que es de suma importancia, voltear hacia las nuevas tecnologías que cada día, se convierten, en básicas para el desarrollo de las sociedades tanto sociales, como en este caso corporativas.

“Como las necesidades de recursos humanos de la organización cambian conforme a los imperativos que recibe del ambiente, depende de la tecnología de la información (TI) para tomar decisiones”. (*Chiavenato 2009: 508*)

Los avances tecnológicos permiten que los sistemas de información de RH sean sofisticados y accesibles y que estén abiertos a todos los clientes internos”. (*Chiavenato 2009: 508*).

En nuestros días, el periódico mural, los avisos por carta o los correos electrónicos, se están volviendo obsoletos, y cada día se requieren de más y mejores instrumentos para dar a conocer los mensajes por lo que, a partir del año pasado, la empresa AAK instaló una pantalla LCD en la entrada de la empresa, donde cada uno de los trabajadores pasa todos los días para ingresar a sus labores.

Cualquier mensaje que se quiera dar a conocer a los empleados en general se sube a la pantalla para que puedan leerla y estén enterados, sin embargo, aquí se enfrentan al problema más importante que se tiene: que muchos trabajadores no leen los mensajes, ya sea porque no lo saben hacer correctamente, porque no lo entienden o simplemente, y la razón más importante, no están acostumbrados a hacerlo.

En esta situación, es en la que se encuentra AAK, en la que su área de Recursos Humanos, tiene la meta de que sus mensajes los reciban y lleguen a la mayor parte de la población que conforma la planta pero que, sin lugar a dudas, será un trabajo, en el que no sólo esta área deberá enfocarse en este tema sino, los jefes del resto de la organización, para poner un mayor interés y lograr el objetivo.

“La administración de RH necesita procesar mucha información sobre las personas para que los especialistas del staff y los gerentes de línea tomen decisiones eficientes y adecuadas”. (*Chiavenato 2009: 510*).

“Los gerentes de línea deben poner énfasis en la comunicación con los demás miembros de la organización, no sólo porque la comunicación es el medio primario para dirigir las actividades de la organización, sino también porque es la herramienta básica para satisfacer las necesidades humanas de los colaboradores”. (*Chiavenato 2009: 508*)

La necesidad de información dentro de las organizaciones es vital para el funcionamiento de la empresa, sobre todo, cuando se tienen muchos empleados a quienes para poder dar aviso no se podría realizar uno por uno, porque sería una pérdida de tiempo, sobre todo, en el caso del área productiva.

El éxito de un programa de RH depende de “la planificación y diseño del sistema de información, cuanto mayor sea la cantidad de información relevante, tanto menor será la incertidumbre sobre la situación y mayor será la eficacia de las decisiones que se tomen” (*Chiavenato 2009: 510*).

Pero regresemos a las herramientas tecnológicas, las cuales, no son solamente los televisores, como el que se utiliza en AAK, también, los aparatos telefónicos, las redes sociales, los espacios web destinados internamente para el uso de los empleados son otras vías de hacer llegar los mensajes.

“Al igual que la revolución tecnológica en las telecomunicaciones y la tecnología de la información, la ventaja competitiva corresponde a quienes tienen rapidez para actuar en el mercado y para hacer innovaciones antes que otros competidores”. (*Chiavenato 2009: 510*).

Al ser una empresa transnacional, las tecnologías innovadoras, que llegan a otras partes del mundo son ya conocidas inmediatamente en AAK de México, y son implementadas lo más pronto posible gracias a que tienen la rapidez y el desarrollo necesario, que en otras empresas de la misma cadena, ya son utilizadas como básicas.

Por lo que el constante desarrollo de las herramientas y de los mensajes que se envían y se reciben, deben ser captados de forma inmediata, pero para que esto

se dé, hay que detenerse en el aspecto de que, la sociedad mexicana, no es igual que la europea, de donde proviene el manejo principal de esta planta.

“Encontrar medios capaces para transformar informaciones dispersas en conocimiento productivo es uno de los mayores desafíos que afrontan las empresas. A pesar de los avances tecnológicos, el mayor obstáculo es la persistencia de la burocracia. Lo que se encuentra en los escritorios de papel” (*Chiavenato 2009: 510*).

La administración de recursos humanos requiere de la utilización de varias bases de datos interconectadas que permitan obtener, y almacenar, datos sobre diferentes estratos o niveles de complejidad, a saber:

1. Registro de personal, con datos personales sobre cada trabajador.
2. Registro de puestos, con datos sobre los ocupantes de cada cargo.
3. Registro de secciones, con datos sobre los trabajadores de cada sección departamento o división
4. Registro de remuneración, con datos sobre los salarios y los incentivos salariales.
5. Registro de prestaciones, con datos sobre las prestaciones y los servicios sociales.
6. Registro de entrenamiento, con datos sobre los programas de entrenamiento.
7. Registro de candidatos, con datos sobre los candidatos a empleo.
8. Registro médico, con datos sobre consultas y exámenes médicos de admisión, exámenes periódicos, etc.
9. Otros registros, dependen de las necesidades de la organización, de la administración de recursos humanos, de los gerentes de línea y de los propios trabajadores. (*Chiavenato 2009: 511*).

Los datos se deben procesar para ser transformados en información.

A pesar de que en la mayoría de los puntos anteriores, en AAK se cumple con un 90% de ellos, persiste el problema de que la comunicación no llega a todos y es por ello la importancia que tiene el saber a quién, cómo, cuándo y de qué

forma se dará el mensaje y qué herramientas serán las adecuadas para hacerlo. No importa si tienes el registro de cada uno de los empleados, sus horarios de comida, su examen psicométrico, su teléfono de casa, entre otros, si no sabes darle de una manera eficiente, rápida y concisa el mensaje.

Aunque suene bastante repetitivo, es relevante recordar en cada uno de los párrafos de esta investigación, estos cuestionamientos los cuales no siempre se toman en cuenta, sobre todo a conciencia, que es cuando tenemos la seguridad de que las cosas se están haciendo de forma correcta.

La llegada de las nuevas tecnologías ha transformado a todo el mundo, el beneficio (aunque muchas veces no sea vea) de la globalización que, gracias a esto, tienen a México como un país competitivo en este tipo de cuestiones y que va en desarrollo en temas de la Comunicación organizacional, como en el caso de AAK, empresa que todavía tiene más importancia y sabe de esto, porque es parte de una empresa a nivel global.

Se daba el ejemplo de los celulares, en los que ahora se tiene la opción de tener internet, aunque se esté fuera de la oficina, situación que ha ayudado mucho sobre todo a los gerentes de esta empresa, quienes, en su mayoría, tienen el aparato telefónico en el cual pueden observar sus correos electrónicos y mensajes directos, además de ser localizables casi de forma inmediata.

El intranet, es otra de las herramientas (que anteriormente habíamos mencionado) que se utilizan en esta empresa, en donde la información del corporativo que se ubica en Dinamarca y el resto de las empresas, se enteran del acontecer de forma global.

Pero a pesar de todos estos avances tecnológicos, sigue la constante de que no todos los trabajadores están informados y que el mensaje no les llega de la forma correcta, porque la mayoría de ellos no cuentan con computadora, ni con aparato telefónico que tenga internet o caen en el problema (que se ha mencionado en varias ocasiones) de no tener la costumbre de leer.

Es aquí donde deberá tomar el área (o las áreas de recursos humanos), las ventajas que las nuevas tecnologías pueden dar a la empresa en general, sólo hay que saber cómo usarlas y a quién dirigir las.

Las nuevas tecnologías llegaron para quedarse, hoy por hoy, son más las personas que de forma individual y a nivel corporativo, en el que se utilizan como una necesidad, para comunicarse entre si o con personas fuera del país o del resto del mundo.

Durante la investigación se observa diferentes formas y métodos de comunicación organizacional, pero esta no sería posible sin el medio o la herramienta con la cual damos el mensaje. El desarrollo tecnológico en el caso de AAK, ha tomado relevancia ya que, gracias a los medios digitales con los que se cuenta hoy en día, la comunicación es más rápida y confiable, tanto en el interior como al exterior de la empresa.

Se ha mencionado que la empresa AAK (nuestro objeto de estudio) es una organización que tiene su corporativo a nivel internacional en Dinamarca por lo que, todos los reportes finales, avisos, juntas y toma de decisiones importantes, (por mencionar sólo algunas cosas), se dan en Europa, razón por la que los gerentes de cada área tienen que viajar, para sus reuniones, pero que gracias a los nuevos desarrollos de la tecnología, ya no es necesario ausentarse tanto tiempo de sus áreas de trabajo.

A partir del año pasado en AAK Morelia, se construyeron dos salas para conferencias, en las que por medio de “videoconferencias”, la distancia se acorta entre México y Dinamarca, utilizando sólo una computadora, un cañón proyector y fundamentalmente, la internet, herramientas con las cuales se enteran en el mismo día cada uno de los integrantes de esta compañía lo que sucede en la planta.

Otra herramienta tecnológica que ha sido importante en el desarrollo laboral de AAK es el correo electrónico, en el que, de nueva cuenta gracias a internet y su

plataforma Web 2.0, la información generada en México, llega de forma rápida a cualquier lugar del mundo en la que se requiera.

Por medio de ésta tecnología se utiliza la internet en la que todos los corporativos mandan sus mensajes, al personal administrativo, quienes gracias a esto, se enteran de las nuevos procesos que se están realizando y que podrían implantarse en AAK México o del nuevo producto que saldrá a la venta en Brasil o Estados Unidos y que por consiguiente estará pronto en México (si así se requiriera) o si hay algún cambio en áreas relevantes en el corporativo, etc.

Lamentablemente tenemos un contraste, ya que no todos los empleados tienen acceso a estas tecnologías, sin embargo, si se va a dar un aviso del cual tengan que saber la mayor parte de los trabajadores o la empresa en general, todavía se siguen utilizando los periódicos murales que se ubican en los lockers de los trabajadores y en el área de comedor, además de la pantalla de televisión que se tiene a la entrada de la planta y que, en teoría, todos debieran verla.

Pero continuando con las tecnologías que se utilizan en las corporaciones, también en AAK, se tiene la oportunidad de que cada uno de los gerentes y jefes de área, tienen sus teléfono portátiles, los que les ayudan a seguir trabajando, aún si están fuera de la oficina.

Gracias a estos aparatos electrónicos la forma de comunicarse dentro y fuera de la ciudad, de la oficina o de la casa ha hecho más productivo el día, porque no se pierde el tiempo al no tener la computadora a la mano, simplemente con el acceso a la internet, podrás conectarte y hacer cambios a un documento, enviar un correo o hablar con tus compañeros, asistentes y subordinados ya que, además, es un teléfono móvil.

Los desarrollos tecnológicos se han convertido en una forma de vida para el ser humano, herramientas que ya son parte de las sociedades y que con la ayuda de la Internet, la solución a muchos problemas de investigación,

documentación, envío y recepción de información, se han solucionado de forma rápida y eficaz.

Las ventajas que éstas han traído a la comunidad en todos sus ámbitos ha sido importante, ya no hay problemas de distancias o de idioma, ahora tampoco de espacios, ya que con la innovación de las empresas virtuales, el espacio en el que se labora es mucho más grande, porque se ésta solo en el lugar, más no en la organización.

En estos nuevos conceptos de empresa, lo necesario y lo básico para hacer crecer y apoderarte de un lugar importante en la producción de material, productos o de espacios de trabajo, lo consigues por medio de una computadora, un teléfono y lo más importante, internet.

Depende del uso que se hagan de las tecnologías es el tiempo que tendrán de duración, habrá algunos desarrollos que así como llegan se van, pero la mayoría de las tecnologías digitales, seguirán desarrollándose y aparecerán mejores herramientas, más aparatos, habrá más oportunidades de crecimiento, de formas de investigar y sobre todo de comunicarse a nivel individual, social o corporativo.

Pero no hay que olvidar que el problema del desarrollo de las tecnologías digitales, es que no llega igual para todos, ni para todos los países y que esto reduce, muchas veces, la oportunidad de crecimiento profesional de muchas personas, ya que al convertirse en parte importante estas tecnologías en la vida cotidiana, el que no las tenga se quedará obsoleto.

Ubicándonos en nuestra investigación a los empleados de AAK, quienes se encuentran en el escalón más bajo y que el acceso a estos desarrollo no son probables, ya que para muchos de ellos, el traer estos aparatos es más un lujo que una necesidad laboral.

Además internet o las computadoras son muy poco utilizadas por ellos, a menos que en sus procesos de trabajo las empleen, y si es este el caso, saben lo básico que se necesita en el proceso de producción para llevarlo a cabo, pero muy pocos saben de enviar un correo, ingresar a intranet y menos les

interesa saber qué paso en Suecia, Dinamarca o Estados Unidos, porque el idioma no es conocido.

También otro factor que trasciende es que los grados de estudios de las personas a las que normalmente se interesa informar no cuentan con la preparatoria terminada y, por lo tanto, no hay una costumbre de leer o de interesarse por sobresalir, ya que para ellos lo más importante es llevar el dinero a casa y es así que, cuando la empresa quiere dar un aviso importante, muchas veces no se da la forma adecuada o bien no llega a todos los trabajadores.

La labor primordial de todas las organizaciones, y en caso específico de AAK, será el generar las condiciones y facilidades, para que los mensajes lleguen a su destino, y que tanto los gerentes, como jefes de área, personal administrativo y sobre todo los empleados de producción o de áreas más bajas, estén enterados del acontecer o de las peticiones de la planta, con una comunicación organizacional eficaz, oportuna y muy bien dirigida.

Apoyándose en las herramientas tecnológicas que se tienen disponibles, hoy por hoy, para cada tipo de persona y de medio ambiente al cual forme parte, cada uno como individuo o como grupo en general.

CAPÍTULO 4

4.1 CONCLUSIONES GENERALES

Mucho se pensaría que las tecnologías digitales o los desarrollos de nuevas tecnologías se dieron a partir del nacimiento del siglo XXI pero no es así; como su nombre lo dice, el desarrollo de innovadoras herramientas para el mundo, se tienen trabajando desde antes de los siglos XVII y XVIII, cuando la imprenta comenzó la evolución de la escritura y de la literatura.

A partir de estos siglos, los seres humanos han evolucionado en la forma de cómo comunicarse entre ellos mismos y es así como empezaron a buscar maneras más rápidas y concretas para hacerlo.

El desarrollo inició con los más estudiosos, personas que podían tener un conocimiento más grande que el resto de las sociedades y es así como un Da Vinci, un Marx, un Newton, Edison y muchos otros, realizaron desarrollos en el mundo que, muy pronto, se convertirían necesarios en las vidas del ser humano.

Y los hombres revolucionarios continúan en el siglo XX y XXI, quienes han desarrollado herramientas básicas, para hacer más fácil la vida del hombre, en todos los aspectos: un teléfono en casa, un horno de microondas, una estufa eléctrica, un reloj digital, hasta llegar a un teléfono móvil, una computadora o un aparato para escuchar música en cualquier parte donde te encuentres.

Hasta plataformas virtuales en las que la internet cobró fuerza y apoya a investigadores, estudiantes, amas de casa, ingenieros, arquitectos, entre otros, además de acortar las distancias y tener la oportunidad de enviar cartas por internet hasta China, si así lo deseas, con tan sólo hacer “click”.

Las tecnologías han tomado un papel de suma importancia entre las sociedades del mundo que la ONU, Organización de nivel mundial, ha visto las ventajas y beneficios de éstas y se han volcado para llevarlas a los países subdesarrollados o en plenas vías de desarrollo, para que formen parte de estos desarrollos.

Pero, ¿cuáles serían parte de esta ayuda?, un ejemplo claro es la oportunidad de ingresar al Internet y conocer los continentes, por medio de mapas interactivos o por la imagen, o bien ingresar a un sitio web e investigar la historia universal, algún personaje, algún científico, etc. Estos puntos ahora se pueden saber de forma inmediata gracias a una de las tecnologías que se tienen en nuestros días, como es la famosa Wikipedia, una enciclopedia virtual, libre, anónima y sobre todo políglota, en la que se puede saber casi todo.

Y es así como, no sólo países del primer mundo, si no también países subdesarrollados (caso específico de México), han tenido la oportunidad de ser parte de una gran comunidad social que utiliza, no sólo las tecnologías como herramienta para investigar e informarse, sino sobre todo para comunicarse.

Las nuevas tecnologías han beneficiado en muchos aspectos, pero sobre todo en el comunicar a las sociedades, de un lugar a otro, de un país a otro, de un continente a otro, con tan sólo ingresar a la computadora y mandar un correo electrónico, un mensaje interactivo o un Fax y esto gracias a la globalización, la cual ha dado muchas oportunidades de crecimiento en casi todos los niveles.

Las nuevas tecnologías son noticia diaria en los periódicos, revistas mensuales y hasta tienen su propio espacio, para todos los que se interesan más de la cuenta o que estudian una carrera referente a los sistemas, plataformas o innovaciones.

Actualmente México es segundo lugar en América Latina, de las personas que ingresan a la red. Durante el último año, el nivel de la población en internet en América Latina, creció un 15% al llegar a 11.4 millones de usuarios y en México se tienen 17.8 millones de cibernautas. (Información La Voz de Michoacán “Estamos en red... 17 de marzo 2011: 8).

Lo digital, hoy por hoy, es un universo inmenso de herramientas, desarrollos, innovaciones, aparatos eléctricos, redes sociales, reportes en plataformas, empresas virtuales. Hasta nuestros políticos están interesados en estas tecnologías, en las que, día a día ganan más adeptos, para sus campañas sobre todo ahora, para las del año 2012 en el que México estará eligiendo al próximo presidente de la República y que en sus campañas publicitarias, será básico,

ejercer toda la presión que se pueda por medio de la tecnología y de las redes sociales, tal y como lo hizo el actual presidente de los Estados Unidos Barak Obama, con la red social de Twitter.

Es tan primordial ya la comunicación dentro de Internet y las redes sociales en el siglo XX y XXI, que ya hasta se tiene un día para celebrar su llegada. El 17 de mayo es el cumpleaños de las Telecomunicaciones y sociedad de la información; de hecho, la fundación que fomenta esta celebración tiene en su sitio (www.diadeinternet.org) una guía práctica para asistir a aquellos que quieran celebrar este día.

Las tecnologías y la comunicación van de la mano, si no existiera una, la otra no podría subsistir; las ventajas que se han visto de esta unión son relevantes, gracias a ello se puede producir, codificar, almacenar información, transmitir imágenes y videos.

Esto, a su vez, ha ocasionado que se tengan un sinfín de tópicos, fuentes, documentos, áreas y campos de estudio, proyectos de investigación, bibliotecas virtuales, trabajos de tesis, películas, música, galerías de arte, conciertos, entre muchas otras.

Los avances en esta materia son constantes, sobre todo en lugares o países donde el desarrollo es básico para la forma de vida, como en la mayor parte de Europa y Asia, pero que también, los beneficios llegan hasta América y, sobre todo, a las personas ya que, en muchas ocasiones, sólo los desarrollos están enfocados a empresas como la NASA o gobiernos de diferentes países y no alcanzan a la población en general.

Sin embargo, a partir de la apertura de muchas personas que han visto grandes ventajas en el desarrollo de las tecnologías, se ha logrado que éstas cada vez sean más dirigidas a la sociedad en general. Un ejemplo es el de la plataforma de búsqueda más importante a nivel mundial Google, quienes desarrollaron un producto de reconocimiento facial, con sólo ponerte frente al monitor.

Así como Google, muchas empresas que se dedican al área de innovación tecnológica seguirán trabajando, para que salgan a los mercados, más y mejores

herramientas que ayuden al ser humano en su vida profesional, personal y de investigación. Aunque muchas personas, estos desarrollos aún no los conozcan.

Se ha hablado mucho de las ventajas y los beneficios que se tienen en nuestros días, gracias a las tecnologías digitales y que no sólo han ayudado de forma individual a las sociedades, sino también a las organizaciones nacionales e internacionales, sobre todo en el área de comunicación que va de la mano con este desarrollo.

A lo largo de la investigación, se mostraron y se dieron ejemplos de cómo pueden llegar a servir los desarrollos tecnológicos. Si se saben utilizar y se aprovechan las herramientas para comunicar los mensajes de una empresa hacia sus empleados; sin embargo, no todos tienen la oportunidad de tenerlos como parte de su vida.

Tanta relevancia tiene este tema que la Organización de las Naciones Unidas, al ver que la Internet (herramienta de desarrollo) se ha convertido en un medio cada día más imprescindible para comunicarnos y se ha transformado también en una necesidad, debido a la globalización que hoy se vive; por este motivo, la ONU declaró como un Derecho Humano el acceso al internet, lo cual permitirá al organismo instar a todos los gobiernos para que garanticen el acceso a la red a sus ciudadanos, condenando de paso a los países que bloqueen su señal.

Pero esto no dará la solución al problema de la desventaja social que existe a nivel mundial, de nada servirá poner en una ley el derecho al Internet cuando millones de personas no tienen ni siquiera luz en sus hogares y lo más importante para ellos es el trabajar y llevar dinero a sus hogares, sin importar el nuevo celular que se esté usando o que laptop es la de mejor calidad.

Muchos de ellos, no saben qué es Internet ni para qué sirve, además de los beneficios que de ésta herramienta de comunicación tecnológica obtienen, porque nunca han visto una de ellas.

Aquí en México, no se esta muy fuera de esta realidad y, a pesar de que la mayor parte de la población cuenta con una computadora e internet, tampoco le dan un buen uso a ésta.

En nuestros días, las tecnologías se han utilizado en algunas ocasiones de maneras desmedidas e incluso los jóvenes, quienes son los que más contacto tienen con ellas, son los que se han convertido en parte de las mismas máquinas. Y la intención de utilizarlas para investigar, estudiar o como base de conocimiento se trastoca; mayoritariamente las usan para jugar, bajar videojuegos, música, etc., es decir, sólo es una herramienta de entretenimiento que los absorbe cada día más de su realidad.

A consecuencia de eso, no comen con la familia, no interactúan, se vuelven más introvertidos, no conocen otra cosa más que destrucción, muerte y guerra, porque es lo que ven en sus videojuegos, o comienzan a juntarse con personas más grandes que ellos, porque los otros saben más de cómo jugar, entre otros factores, que no siempre son buenos de los avances tecnológicos.

Sin embargo, al utilizarlos de manera eficiente, como una buena herramienta de comunicación, de investigación, de búsqueda de información, es más su lado positivo que el negativo; en la medida en que mejoren sus servicios serán más las opciones que se tengan para cualquier oficio, trabajo de investigación o lo que requiera la persona.

Las nuevas tecnologías de la comunicación ofrecen diferentes herramientas para hacer llegar nuestra información a cualquier parte del mundo, a cualquier persona, aunque hable en otro idioma.

Los desarrollos demuestran los beneficios en este aspecto, sobre todo en las organizaciones en las que su matriz está fuera de México, como la empresa que es nuestro campo de estudio, en el que hay necesidad de comunicar hacia Europa.

La facilidad con la que se transmite el mensaje a diferentes lugares y personas es evidente; desde que las tecnologías comenzaron a ser parte de la vida cotidiana de las personas, sobre todo en sus lugares de trabajo; en estos tiempos: ¿quién no tiene una computadora, un teléfono, un fax o una copiadora en su oficina?

Estas herramientas de innovación, llegaron para facilitar a los empleados, y a la sociedad en general, a realizar mejor sus labores; pero no sólo para eso sirven,

también son una parte fundamental para la comunicación, base principal para poder interactuar unos con otros, ya sea en casa o en nuestros trabajos.

En el transcurso de la investigación se ha comentado la forma en cómo las empresas se comunican entre ellas y con sus trabajadores, aunque muchas no le dan la importancia que se merece. El área de comunicación organizacional va tomando fuerza, ya que una comunicación buena en un lugar de trabajo es primordial para el logro de sus objetivos.

Las diferentes maneras de comunicarse entre compañeros, empleados, jefes de área y gerentes son muchas y la mayoría de las veces, realizamos una planeación de comunicación organizacional, aunque no se den cuenta el resto de las personas involucradas. El manejo de la información toma forma desde el momento en que saludamos a los compañeros de trabajo, desde que se entrega el reporte de planeación para el inicio de la semana.

En esta investigación es relevante que se tenga el conocimiento, que no sólo al dar avisos por medio de los periódicos murales o al mandar un correo electrónico, se esta comunicando, hay muchas actividades y formas de comunicación, que la mayoría de las veces, no se toman en cuenta: el cuerpo, la cara, las manos, la manera de hablar, la forma de comportarnos, entre otras cosas, también dicen mucho.

La manera en que demos nuestros mensajes, a quién se los dirigimos, a qué área pertenecen, qué lugar ocupan en la organización, con qué instrumentos cuentan para que les llegue la información, entre otros factores, muchas veces no se toman en cuenta.

Hay mensajes de mantenimiento, de producción, sociales, públicos, impositivos, agresivos, amables, de hardware o software, que al ser utilizados de manera correcta, se podrá dar el aviso de la forma en que queremos y que lleguen a quién o quiénes se desean.

4.2 CONCLUSIONES Y PROPUESTAS EN LA EMPRESA AAK MORELIA

Es aquí donde aparece la problemática de esta investigación, ya que en la empresa AAK se tienen los desarrollos tecnológicos necesarios, para hacer llegar la información, pero lamentablemente, muchas veces no todos los empleados se enteran.

Tal vez porque muchos no saben leer, no tienen la intención de hacerlo por flojera, porque no les interesa o quizá no cuentan con las herramientas necesarias como un teléfono móvil con internet o una laptop o computadora en el lugar que laboran o, si la tienen, no saben usarla de manera correcta.

Desde hace algún tiempo, en AAK, se ha implementado en determinadas fechas del año que los trabajadores de las áreas de producción y de mantenimiento, cuenten con una base de conocimientos de computación, por lo que se realizan cursos para ellos, sin embargo, al no tener en casa éstas herramientas, es muy difícil que sigan aprendiendo, si no tienen la computadora para practicar lo aprendido.

Este trabajo pretende dar a conocer o buscar las diferentes formas, maneras y actividades que pueden ayudar a las áreas de Recursos Humanos o de comunicación organizacional, saber aprovechar las nuevas tecnologías que se tienen hoy por hoy en los lugares de trabajo, que aprendan a sacar el mayor provecho de éstas, con la única finalidad de informar de la mejor forma posible a los empleados.

Durante el desarrollo de la investigación de éste trabajo, en el cual se tuvo la oportunidad de observar la manera como hace AAK su comunicación interna y externa, se llegó a estas conclusiones, las cuales, responden a las preguntas que se hicieron a un inicio de ésta tesina.

¿La manera de informar que se tiene es la correcta?

La respuesta es NO. La manera en cómo se informa a los empleados de la planta, consta sólo del hecho simple de avisar, sin tomar en cuenta, los aspectos antes

mencionados, como sus estudios, su nivel socioeconómico, su estatus en la empresa, sus conocimientos a las herramientas digitales o nivel de lectura, por mencionar sólo algunos.

Se cuenta con las herramientas básicas para realizar este trabajo, pero no se dan cuenta si realmente llegó al público objetivo, es decir, si el mensaje es para toda la planta; no se sabe con certeza si el área de producción está enterado, simplemente se da por hecho que, al poner el aviso en pantalla y periódicos murales, todos saben.

Siguiente cuestión: ¿se tiene un conocimiento de la manera más eficaz para dar a conocer la información?

La respuesta es No. Si fuera eficaz la manera en como trabajan ahora, no se tendría la problemática de que unos trabajadores estén enterados y otros no.

Se da por un hecho, como en párrafos anteriores se ha mencionado, que el comunicar es colocar avisos por donde transitan los empleados o el mandar un correo, pero la realidad es que no es así.

Se han olvidado de lo primordial: estar concientes de las necesidades de cada uno de los trabajadores de la planta, así como la forma en que ven el mundo y su entorno.

Gran parte de las organizaciones no cuentan con un área de comunicación organizacional y quien se encarga de realizar estos mensajes informativos es el área de Recursos Humanos, pero no saben realizar una comunicación correcta (como lo haría un profesional en la materia), por lo que el establecer las preguntas básicas y el uso de las herramientas tecnológicas, que darían darán múltiples ventajas, podrían terminarse muchos de los problemas de comunicación.

Una propuesta interesante, para estos casos, es el saber qué les gusta hacer a los empleados en sus tiempos libres o qué herramientas utilizan comúnmente para comunicarse o para interactuar con el resto de las personas, ya que de esa manera tendríamos la seguridad de que, si la mayoría de los empleados de las

áreas de mantenimiento, les gusta salir un momento a la calle para relajarse, está la opción de colocar un aviso a la entrada y salida de esa área.

De este modo, el mensaje llega a quienes queremos y cómo queremos que llegue la información y así se estará comunicando de manera eficaz, porque las personas a las que les estamos dando el aviso, lo tienen presente.

Planteamiento siguiente: ¿se han buscado nuevas formas de comunicar, aparte de las que se disponen actualmente y, además, se utilizan?

La respuesta es Sí. Anteriormente sólo se contaba con los periódicos murales que se encuentran en el área de lockers y del comedor, los cuales los empleados utilizan todos los días, para cambiarse y comer, a la entrada y salida de sus horarios de trabajo; sin embargo, el área de Recursos Humanos se dio cuenta que seguían sin enterarse de los comunicados que se daban en la empresa, por lo que idearon otra forma.

Una de las herramientas que comenzó a utilizarse hace unos 5 meses en la empresa AAK, fue una pantalla LCD a la entrada de la planta, lugar en el que la mayoría de los empleados deben recorrer antes de llegar a sus puestos de trabajo, con el conocimiento de que el aparato televisivo atraería la atención del personal; sin embargo, se corre el riesgo de que, después de un tiempo, se vuelva parte del mobiliario de la empresa y la gente pierda el interés, como sucede regularmente en las casas habitación, en las que, en ocasiones, el televisor se vuelve un adorno y a menos que se tenga algo interesante que ver, se volteará a observarlo.

En lo que respecta al personal administrativo, tiene la ventaja de contar con computadoras, internet y correo electrónico para recibir sus mensajes, además de contar con el acceso a intranet y los avisos llegan con mayor facilidad y rapidez hasta sus lugares de trabajo.

Otra de las herramientas que es la que más se utiliza, son los periódicos murales, que se encuentran en la zona de comedor y en la parte de guardarropas del

personal de la planta, sin embargo, se regresa a la problemática de que muchos no leen los avisos.

Después de observar algunos detalles como estos en el transcurso de la investigación y de las diferentes formas en que el ser humano puede comunicarse, ahora con el apoyo de las tecnologías digitales, hay algunas propuestas que pueden mejorar el aspecto de la comunicación entre empresa y empleados. Aquí se presentan algunas de ellas:

A) El uso de los podcast, desde hace algunos años, se han implementado, en muchos medios de comunicación y son rápidos y ágiles para llegar a los públicos de interés, no tienen un gran costo y su forma de realizarlos es de una manera muy sencilla.

Pero ¿qué es el Podcast?: El origen del podcasting se sitúa alrededor del 13 de agosto de 2004, cuando Adam Curry usó una especificación del formato RSS, de Dave Winer, para incluir archivos adjuntos. A través de la etiqueta <enclosure> añadió archivos de audio a un archivo RSS y decidió crear un programa para poder gestionar esos archivos al que llamó iPodder, en relación con el reproductor portátil de música que poseía: un iPod.

Esto consiste en la distribución de archivos multimedia (normalmente audio o vídeo, que puede incluir texto como subtítulos y notas) mediante un sistema de redifusión (RSS) que permita suscribirse y usar un programa que lo descarga para que el usuario lo escuche en el momento que quiera. No es necesario estar suscrito para descargarlos.

El término podcasting se utilizó por primera vez el 12 de febrero de 2004 en el periódico The Guardian, por Ben Hammersley, en un artículo titulado 'Audible Revolution', publicado en la edición digital de 'The Guardian' en febrero de 2004, habló en su reportaje de una "revolución del audio amateur".

Inicialmente se refería a las emisiones de audio, pero posteriormente se ha usado de forma común para referirse a emisiones multimedia, de vídeo y/o audio. Muchos audio-libros se descargan en forma de podcast.

Un podcast se asemeja a una suscripción en la que recibimos los programas a través de Internet. Su contenido es tan diverso como la radio tradicional incluyendo: noticias, documentales, música, debates, entrevistas, etc. Mucha gente prefiere usar un guion y otros hablan de forma improvisada. Algunos parecen un programa de radio, intercalando música, mientras que otros hacen podcast más cortos y exclusivamente con voz, igual que con los videoblogs.

Los Podcast tienen que cumplir 3 requisitos:

- 1) Audio y Video: los contenidos deben adoptar las formas de un programa de radio o tv y varía la calidad de la extensión dependiendo cada caso.
- 2) La posibilidad de descargar ese contenido.
- 3) La posibilidad de suscribirse a ese contenido y automatizar su descarga

(29/11/2011. *Definición de Podcast en línea*).
<http://es.wikipedia.org/wiki/Podcasting>)

Con esta herramienta se inició una manera de expresión, en el que el tiempo de duración y espacio dependía de la persona que lo hiciera, ya que éste consta de una grabación en audio de un tema en específico o de cualquier situación de la que se desea hablar, éste a su vez tiene la facilidad, gracias a las nuevas tecnologías, de poder colocarlo en una plataforma a la cual se puede ingresar por medio de internet y se tiene la posibilidad de escuchar a cualquier hora, cualquier día y en cualquier momento.

Esta herramienta de comunicación y de desarrollo tecnológico podría ser una solución a las problemáticas de comunicación, ya que con un bajo costo se puede adquirir un micrófono, grabar los avisos y la información en el mismo lugar de trabajo e inmediatamente subirse al blog que, en este caso podría usar como plataforma el intranet del que podrán escucharlo o bajarlo los empleados

administrativos, quienes son los que tienen la oportunidad de utilizar las computadoras y el internet.

Mientras tanto los trabajadores de producción y de mantenimiento, escucharían esos avisos a la hora del almuerzo o la comida, ya que al instalarse en diferentes lugares estratégicos de la planta, como en el comedor, en los lugares donde más transitan los empleados, en las oficinas administrativas y, por qué no, hasta en los baños, algunas bocinas, en determinadas horas o días (depende la planificación de la comunicación o el impacto que se le quiera dar a esa información) se reproduzca el podcast y así todos podrían escucharlo.

La ventaja de esta herramienta tecnológica es que no tiene tiempo límite ni tampoco de espacio y se puede utilizar cuantas veces sea necesario, los días que se disponga, además de tener la ventaja de que en cualquier máquina conectada al internet podrá reproducirse.

B) A través de las tecnologías digitales se tiene la posibilidad de hacer llegar la información gracias a un programa editorial, con el que se puede transformar el mensaje a una forma más atractiva para el público al cual va dirigido.

En este caso, se trabajará en una revista interna o bien una historieta, donde los dibujos sean los que envíen el mensaje, el cual esté conformado con todas las características que se observaron en párrafos anteriores, en el que la información contenga lo que requiere, a quién se le quiere decir y en qué ambiente se quiere decir.

Una opción es utilizar la imagen del empleado de áreas como producción o mantenimiento, como el personaje principal, el cual sea el que dé la información al resto de los trabajadores y dependiendo de la periodicidad que se necesite dar el aviso, se transmita por intranet, pantalla o de forma impresa.

En el intranet se subiría la historieta, como un aviso por capítulo, en el que se cuente la vida de un trabajador, adecuando la información que se quiera dar con la forma de vida que lleva un empleado dentro de la planta, un ejemplo podría ser,

que en la historia se dio el caso de un accidente de trabajo y el aviso que se quiere dar, es que todos lleven puestas sus herramientas de forma correcta. Por medio del programa editorial, se pueden manejar imágenes, letra, tamaño, forma, color, etc. ésta podría ser una inversión importante, pero que sólo se necesite una vez, para continuar el trabajo por mucho tiempo, una computadora y una o varias personas con muchas iniciativas e imaginación.

C) En el caso del personal que cuenta con dispositivos digitales, se crean más oportunidades de hacer llegar la información. Se aprovecharía el utilizar los mensajes escritos de manera instantánea, por medio de los teléfonos móviles que en nuestros días, han tomado una importancia trascendental y que si no se cuenta con ellos, parece ser que se está desconectado de la realidad.

Por estos medios, se puede enviar la información para una reunión de jefes de área, para una junta de gerencia, para avisar una ausencia, para informar de una nueva disposición a nivel administrativo, entre otras opciones.

D) Otra opción, es la pantalla LCD a la que se puede sacar el mayor provecho posible: por medio de un programa de edición de video, se podría grabar a manera de spot o de video musical (es decir que tenga sólo música e información), el mensaje que se quiera dar a conocer.

No hace falta tener un actor principal, simplemente con un poco de música que acompañe el aviso y como se ha repetido en varias ocasiones, el realizar la información con todos los componentes correctos, se podrá tener un comercial, un video o lo que se requiera en ese momento, para que llegue al público meta.

La intención es obtener la mayor atención posible de los empleados y la televisión es una tecnología que en la mayoría de los domicilios en México conocen y que llama mucho la atención, sobre todo del público con el cual se tiene problemas de atención para leer los avisos.

La mayoría de ellos son los obreros que tienen una baja escolaridad y que forman parte de las áreas en las que casi no se usa una computadora o una tecnología móvil digital, como las de producción y mantenimiento.

Además del apoyo del desarrollo digital y las tecnologías modernas, también se necesita una mayor penetración en los asuntos e intereses de los empleados en general, para poder hacer llegar la información de forma correcta, buscando la forma en la que más les gustaría a los trabajadores que se les hiciera llegar los avisos.

Hay una diversidad de formas para comunicarnos entre los seres humanos, la única diferencia es saber cómo hacerlo, las herramientas digitales son un apoyo, falta saber cómo utilizarlos y tener el conocimiento de a quiénes nos dirigimos. Tal es el caso de esta investigación en la cual se llega a la conclusión de las diferentes maneras en que se puede crear un mensaje, tomando diferentes aspectos, como la producción del mensaje, si va dirigido al personal de mantenimiento, de limpieza, de producción, gerencia o personal administrativo.

Es de suma importancia tomar en cuenta, las situaciones y las etapas que se viven en un ambiente, como lo expresa McLuhan en su teoría del determinismo: hay que saber utilizar los lugares, los sentimientos, el clima laboral, los tiempos, además de las herramientas, para poder llegar al público o al personal al que se quiere dirigir.

Si se toman en cuenta estos aspectos de forma correcta, podrá tener la información una unificación para todos los integrantes de la organización dependiendo del mensaje que se quiere dirigir.

Un ejemplo de esto sería una campaña en que por medio de frases se dé el mensaje, ya que todos los que forman parte de la empresa, tendrán la oportunidad de sumarse a un logro en común.

La unificación de los mensajes tendría la opción que desee implementar la comunicación organizacional de la empresa, ejemplo. “Todos somos uno”, “AAK siempre adelante”, “AAK una empresa responsable”, “Sumando esfuerzos, para un mejor medio ambiente”, etc.

Cabe resaltar que lo único que podría variar es la forma o la herramienta en la que se haría llegar el mensaje a cada uno de los integrantes de la empresa ya que, como se ha mencionado en párrafos anteriores, no todos cuentan con las mismas herramientas laborales y tecnológicas para recibirlos.

La innovación de tecnologías digitales y de comunicación seguirán formando parte de la vida de todos los seres humanos, sobre todo en nuestros días, las cuales estarán cambiando de forma permanente y al mismo tiempo, el hombre deberá de actualizarse de la misma manera.

Sin embargo, no hay que olvidar, que las tecnologías digitales, de información y de comunicación, son herramientas de apoyo para el quehacer diario en las vidas personales y de trabajo, con las cuales se puede agilizar, innovar y hacer llegar de manera más rápida y efectiva la información, no sólo a nuestros compañeros de trabajo, sino a otros lugares del mundo.

Aprovechar la oportunidad de poder llegar a espacios o ambientes que jamás se pensó que se llegaría, pero no involucrarnos tanto en estos desarrollos, que al final acaben absorbiendo las vidas de las sociedades, sin un avance importante para hacer mejor en el mundo en el que se vive.

Las tecnologías seguirán innovando y creciendo, se podrán utilizar todo el tiempo en que las personas estén consientes de su ventaja, esperando que, conforme pase el tiempo, sean más las personas en el mundo que puedan contar con un desarrollo tecnológico, de los muchos que hay y que vendrán, para que no exista ya la desigualdad y, de esa manera, todos estén informados de la realidad del mundo y de lo que sucede en sus áreas de trabajo.

CITAS BIBLIOGRÁFICAS

Sartori, Giovanni (1997). El Homo videns "La Sociedad Teledirigida". Editorial Punto de Lectura.

Cobo Romaní, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo (2007). Planeta Web 2.0 "Inteligencia colectiva o medios fast food. Group de Recerca d'Interaccions Digital, Universitar de Vic. Flacso México. Barcelona/México D.F.

Jouve, Mayenne France (2005). Informe Mundial de la UNESCO "Hacia las Sociedades del conocimiento". Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Hidalgo Toledo Jorge (2009) "Consideraciones y desafíos edu-comunicacionales para una alfabetización Hipermedial" en "Tecnologías de información y comunicación, horizontes interdisciplinarios y temas de investigación". México D.F., Universidad Pedagógica Nacional.

Barbero, Martín Jesús. (1987). "De los Medios a las Mediaciones". G. Gili, Barcelona, España.

Thompson, John B (1998) Los Media y la modernidad "Una teoría de los Medios de comunicación". Barcelona, España. Edit. Paidós Ibérica S.A.

Lozano, Carlos José (2007). "Teoría e investigación de la comunicación de masas". Pearson Comunicación. Segunda Edición, México, D.F.

Goldhaber M, Gerald (1984). "Comunicación Organizacional" Edit. Diana. México, D.F.

González Mothelet, Mónica. Licenciatura en Diseño Gráfico "Seminario de Comunicación Organizacional. Universidad de Londres".

Carrillo Gamboa, Francisco Javier (1995). "El perfil emergente de la empresa virtual" (serie virtualidad) Originalmente publicado en transferencia, año 8, N° 31 julio, pp. 24-26. AMIC <http://amicmexico.org/encuentro2011/memorias.html>

Chiavenato, Idalberto (2009) "Gestión del talento humano" Tercera edición McGraw-Hill/Interamericana Tercera edición. Editores S.A.de C.V.

Hernández Urías, Fernando. (2011, 12 de marzo) Steve Jobs "El emperador de la manzana". Revista "día siete" (2010) Edición 548 México, DF. Suplemento periódico "La Voz de Michoacán".

Lomelí, Luis Felipe (2011, 16 de marzo). Sabiduría democrática. Revista "día siete" (2010). Edición 540 México, DF. Suplemento "La Voz de Michoacán".

Cisneros, Julio César (2011, 24 de marzo). "Cada día más digitales" La Voz de Michoacán pp. 11 E Tecnología. Morelia, Michoacán.

Cisneros, Julio César (2011, 14 de abril). "El twitter en la política". "Las campañas políticas a través de las redes sociales". Sección Tecnología La Voz de Michoacán pp. 8 E. Voz 1.0 zona internet. Morelia, Michoacán.

Agencias (2011, 17 de mayo, martes). Internet Accesible, el reto. Hoy se celebra el día mundial de la WEB. Sección Dinero La Voz de Michoacán. pp. 3C. Morelia, Michoacán.

David Liliana/ Cenicerros, Julio César (2011, 17 de mayo, martes). "Estamos en red..... ados". Sección Tecnología La Voz de Michoacán pp. 8E, Morelia, Michoacán.

Cenicerros, Julio César (2011, 09 junio). "Los ojos de la Compu". Voz 1.0 Sección Tecnología. La Voz de Michoacán pp. 8E, Morelia, Michoacán.

Cenicerros, Julio César (2011, 16 de junio, jueves). "La internet como derecho humano". Sección Tecnología La Voz de Michoacán. pp. 11E. Morelia, Michoacán edición diaria Voz 1.0

Teoría de la comunicación 1 McLuhan y el determinismo tecnológico (22 Noviembre 2006). {En línea}

<http://teoria.lacoctelera.net/post/2006/11/22/mcluhan-y-determinismo-tecnologico>

McGraw Hill, NY, (1964) {En línea}. Understanding Media: "Las extensiones del hombre". 1st Ed, Reeditado MIT Press, 1994, con introducción de Lewis H. Lapham, reeditado por Gingko Press, 2003 ISBN 1-58423-073-8)

Marshall McLuhan (1964). Understanding Media: The Extensions of Man. (Gingko Press) ISBN 1-58423-073-8

(12 julio 2011)

<http://urchil.blogspot.com/2008/12/la-teoria-de-mcluhan.html> 12 julio 2011

[http://www.google.com.mx/#sclient=psy&hl=es&source=hp&q=%E2%80%A2+1964+Understanding+Media:+The+Extensions+of+Man+\(Gingko+Press\)ISBN+1-58423-073-](http://www.google.com.mx/#sclient=psy&hl=es&source=hp&q=%E2%80%A2+1964+Understanding+Media:+The+Extensions+of+Man+(Gingko+Press)ISBN+1-58423-073-)

[8&aq=f&aqi=&aql=&oq=&pbx=1&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.&fp=1c1b6d2f31ca23e6&biw=1015&bih=563](http://www.google.com.mx/#sclient=psy&hl=es&source=hp&q=%E2%80%A2+1964+Understanding+Media:+The+Extensions+of+Man+(Gingko+Press)ISBN+1-58423-073-8&aq=f&aqi=&aql=&oq=&pbx=1&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.&fp=1c1b6d2f31ca23e6&biw=1015&bih=563)

<http://www.slideshare.net/rchoquel/mac-luhan>

Martín, B. J., & convenio, Andrés Bello (Organization) (1998) {En línea}. *De los medios a las mediaciones: "Comunicación, cultura y hegemonía"*. Bogotá, Colombia: Convenio Andrés Bello.

<http://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=UwMf98UqiJkC&oi=fnd&pg=PR1&dq=los+medios+y+sus+mediaciones+Jes%C3%BAs+mart%C3%ADn+barbero&ots=EfskVv-Zti&sig=5e-IIvIbQ7uC7pHyw1i0DpSiv18#v=onepage&q=los%20medios%20y%20sus%20mediaciones%20Jes%C3%BAs%20mart%C3%ADn%20barbero&f=false>

Autor: Mtro. Víctor Hugo Luna (15 julio 2011) {En línea} "NUEVAS TECNOLOGÍAS"

UNAM PFCPyS v_hluna@yahoo.com.ar

<http://amicmexico.org/encuentro2011/memorias.html>

http://amicmexico.org/encuentro2011/pdf/nuevas_tecnologias_internet_y_soc_dela_informacion.pdf (nuevas tecnologías)

Industrias de Contenidos y Medios Digitales - Entre la teoría y la práctica: "la creación de centros para producción de contenidos digitales"

<http://www.dialogosfelafacs.net/77/articulos/pdf/77CosetteCastro1.pdf>

15 JULIO 2011

http://translate.google.com.mx/translate?hl=es&sl=en&u=http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_media&ei=s8ggTpLJHcrTiAKL3MmrAw&sa=X&oi=translate&ct=result&resnum=1&ved=0CDQQ7gEwAA&prev=/search%3Fq%3Ddigital%2Bmedia%26hl%3Des%26biw%3D1015%26bih%3D563%26prmd%3Divnsbl

Definición Podcast 29-diciembre-2011

<http://es.wikipedia.org/wiki/Podcasting>

Sólo referencia

Adler, Ronald B. y Marquard, Jeannet Elmhorst. (2005). Comunicación organizacional: “Principios y prácticas para negocios y profesiones”. México, D. F.: McGraw-Hill.

Martínez de Velasco, Alberto y Nosnik, Abrahan (2008). Comunicación organizacional práctica: “Manual gerencial”. México, D.F Trillas.

Libaert, Thierry (2009). El plan de comunicación organizacional: “Cómo definir y organizar la estrategia de comunicación” / .México: Limusa.

León Duarte, A Gustavo (2006). “La comunicación organizacional en México, Enfoques, diseños y problemas en su desarrollo”.
Departamento de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Sonora (México)