

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

**Estrategias de comunicación en el programa de
desarrollo humano oportunidades en
Michoacán**

Autor: Beatriz Alejandra Bravo Quintero

**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.





UVAQ

M.R.

**UNIVERSIDAD
VASCO DE QUIROGA**

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN EL
PROGRAMA DE DESARROLLO HUMANO
OPORTUNIDADES EN MICHOACÁN

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA

BEATRIZ ALEJANDRA BRAVO QUINTERO

ASESOR:

M.C. ALBERTO FARIÁS OCHOA



CLAVE: 16PSU00125 ACUERDO: LIC000202

MORELIA MICHOACÁN, 2011

INDICE

INTRODUCCIÓN

PAG.

- Planteamiento del Problema 2
- Justificación 4
- Objetivos 5
- Supuesto de Investigación 6
- Estrategia Metodológica 7
- Marco Teórico 8

CAPITULO 1.

La comunicación como objeto de estudio

- El paradigma del fenómeno de la comunicación 10
- Teoría comunicativa 17
- Teorías de la comunicación masiva 24

CAPITULO 2.

La sociedad del conocimiento.

- El flujo de la información en las sociedades modernas 31
- Medios de comunicación y opinión pública 36
- El poder de la comunicación masiva 43

CAPITULO 3.

Tecnologías de la información y comunicación.

- La alfabetización digital de la sociedad 50



- La información multimedial	56
- Internet, el medio de medios	62
CONCLUSIÓN	65
REFERENCIAS DE CONSULTA	70

AGRADECIMIENTOS

“El secreto de la sabiduría, del poder y conocimiento es la humildad”

Las experiencias de vida que he tenido después de haber culminado mis estudios universitarios, me han llevado a realizar este trabajo, el cual no habría podido realizar si no hubiera contado con el apoyo de mis pilares, que nunca me dejan sola a pesar de la infinidad de tropiezos a los que me enfrento, MIS PADRES.

Gracias MAMÁ por ser mi luz en el camino, es por ti que siempre busco ser mejor, con esa frase tuya que te caracteriza “Pórtate bien y échale ganas”, me levanto en las mañanas con las ganas de comerme al mundo, tu vitalidad y fortaleza hacen que mi admiración crezca todos los días un poco más.

Gracias PAPÁ por darme la oportunidad de estudiar en la ciudad de Morelia, porque ello me permitió crecer como persona, madurar y valorar lo que tengo en mi casa.

Gracias a mis HERMANOS, que son lo más hermoso que tengo en la vida y me presentan un abanico de posibilidades de vida y alternativas a los problemas, con su muy particular punto de vista.

Finalmente gracias a mis amigos Karla Ayala Mendoza y Víctor Hugo Rodríguez Guillen, por acompañarme en este viaje y no dejarme sola en mi travesía y darme valor cuando los ánimos están bajos.



INTRODUCCIÓN

El desarrollo social es parte fundamental para garantizar el mejoramiento de la calidad de vida de las personas, no hay crecimiento sustentable sin justicia social y equidad. El tema de desarrollo social en México es sumamente sensible, porque el país registra profundas desigualdades y elevados niveles de pobreza en gran parte del territorio nacional. Esta situación, combinada con las secuelas sociales resultado de las crisis económicas han dejado un profundo deterioro del tejido social.

Ante las carencias socioeconómicas que vive la población mexicana, fue fundado el Programa de Desarrollo Humano Oportunidades, que ha sido un detonante trascendental para la progresión del desarrollo social, convirtiéndose en uno de los más importantes para el gobierno federal. Por ello es indispensable que la información relacionada al tema sea dada a conocer de manera precisa para que los beneficiarios puedan cumplir con sus corresponsabilidades y esta manera recibir el apoyo bimestral sin problemas.

“Oportunidades es un programa interinstitucional en el que participan la Secretaría de Educación Pública, la Secretaría de Salud, el Instituto Mexicano del Seguro Social, la Secretaría de Desarrollo Social, y los gobiernos estatales y municipales”. (Reglas de Operación, Oportunidades, 2010; pág. 10)

“El Programa es un instrumento del Ejecutivo Federal inserto en la vertiente de desarrollo social y humano que promueve, acciones intersectoriales para la educación, la salud y la alimentación de familias que viven en condiciones de pobreza extrema”. (Reglas de Operación, Oportunidades, 2010; pág. 12)

“El Sistema Nacional de Desarrollo Social establece que participen los gobiernos municipales, de las entidades federativas y el federal de acuerdo a sus respectivas competencias; determinar las bases para la concertación de acciones con los sectores social y privado; establecer mecanismos de evaluación y

seguimiento de los programas, y promover el establecimiento de instrumentos de acceso a la justicia, a través de la denuncia popular, en materia de desarrollo social. Por ello el Programa de Desarrollo Humano Oportunidades, forma parte de la política de desarrollo social y humano del Gobierno Federal". (Reglas de Operación, Oportunidades, 2010; pág. 13)

Como objetivo del "Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, se propone reducir la pobreza extrema, asegurar la igualdad de oportunidades y la ampliación de capacidades para que todos los mexicanos mejoren significativamente su calidad de vida y tengan garantizados alimentación, salud, educación, vivienda digna y un medio ambiente adecuado para su desarrollo". (Reglas de Operación, Oportunidades, 2010; pág. 17)

PLANTEAMIENTO EL PROBLEMA

Los programas de desarrollo social vigentes en México necesitan transmitir de una manera más eficiente la información que brindan a la población beneficiaria, mediante de mensajes claros, sencillos y actuales, para elevar el nivel de atención a las familias y erradicar las bajas en los padrones. Esta acción tendrá como resultado vínculos de confianza en los procesos operativos.

La comunicación generada por el personal que labora en el Programa de Desarrollo Humano Oportunidades, con las familias beneficiarias, es directa y a través de medios impresos, en algunas ocasiones se hace uso de la tecnología y los medios de comunicación de masas para la distribución de los mensajes.

"Las 273 mil familias activas en el padrón de beneficiarios, pertenecientes a las 6 mil 021 localidades atendidas de los 113 municipios del Estado", las cuales son informadas sobre las modificaciones a las Reglas de Operación por parte de los Promotores Sociales, además de la distribución de dípticos, trípticos y carteles que se entregan los Estados del país. (www.oportunidades.gob.mx)

Oportunidades es considerado por diversos organismos sociales como el principal programa del Gobierno Federal para el combate de la pobreza extrema en el país, por ello es necesario que existan elementos suficientes para el correcto funcionamiento, entre ellos se encuentra la comunicación.

¿Qué estrategias de comunicación utiliza el Programa de Desarrollo Humano Oportunidades para la distribución de mensajes en el Estado de Michoacán?

Debido a la diversidad de usos y costumbres utilizados por los habitantes del Estado de Michoacán, es importante que las personas que laboran dentro del Programa utilicen un lenguaje claro y sencillo, que permita el correcto acceso a la población beneficiaria y que este ligado a la zona de atención en la que se encuentran, con la finalidad de una correcta emisión de mensajes que propicien la permanencia en el padrón Oportunidades.

¿Qué modelos de comunicación implementan en los programas que coordina la Secretaría de Desarrollo Social en Michoacán?

- ***¿Cuáles modelos de comunicación moderna coinciden con la comunicación que existe en el Programa de Desarrollo Humano Oportunidades?***
- ***¿Qué canal es más efectivo para la transmisión de mensajes para la población meta que recibe los apoyos del Programa de Desarrollo Humano Oportunidades?***
- ***¿Qué nivel cultural deben tener los Promotores Sociales que establecen comunicación con las familias beneficiarias?***

Con este análisis se pretende llegar a la respuesta de las preguntas antes planteadas, de esta manera provocar una mejoría en la transmisión de los mensajes emitidos por el Programa de Desarrollo Humano Oportunidades.



JUSTIFICACIÓN

Esta investigación tiene la finalidad de verificar si las estrategias de comunicación existentes en el Programa de Desarrollo Humano Oportunidades son eficientes o no, y por ello un número importante de familias están siendo dadas de baja del padrón de beneficiarios.

Cuando se logre identificar la presencia de problemas de comunicación entre las familias beneficiarias y la distribución de información por parte del personal que labora en Oportunidades, se podrán implementar herramientas que permitan corregirlos y mejorarlas.

La comunicación es la base fundamental del Programa, de ella depende que las familias beneficiarias tengan información correcta que les permita continuar recibiendo los apoyos monetarios de manera bimestral y con ello romper el ciclo intergeneracional de la pobreza en los hogares Michoacanos.

Con este análisis se pretende identificar cuáles son las debilidades en la estrategia de comunicación presentada por parte del personal que labora en campo y la manera en la que se puede mejorar, para brindar un servicio de mayor calidad a las personas que atienden.

Actualmente los mecanismos comunicacionales que utiliza Oportunidades son regulados por la Coordinación Nacional, sin embargo debemos hacer hincapié en las diferencias geográficas de cada Estado y la significación de los signos por zonas de atención.

Es diferente la manera de expresarse con las personas de tierra caliente, meseta purépecha y la capital del estado, por ello es importante que los Promotores Sociales, generen empatía y confianza con las titulares, esta acción disminuirá el número de bajas en el programa.

"Oportunidades es un programa descentralizado de la SEDESOL, sin embargo es importante conocer sobre las estrategias de comunicación que utiliza

este organismo ya que de él depende la infraestructura de los programas de desarrollo social". (Reglas de Operación Oportunidades 2010 pág: 19)

De la misma forma, es necesario obtener una retroalimentación por parte de la población beneficiaria sobre el trabajo que realiza el personal de Oportunidades Michoacán y si esta cumpliendo con las características mínimas necesarias para que exista una comunicación trascendente entre los involucrados.

Asimismo es importante conocer si el material de difusión es claro, sencillo y específico o esta siendo un gasto innecesario y debe ser corregido para alcanzar las metas plasmadas en las Reglas de Operación.

Con este trabajo se pretende mejorar la calidad y calidez de la información que reciben los beneficiarios del Programa Oportunidades, así como conocer si la falta de comunicación es la principal razón para que los índices de bajas en el padrón se incrementen de manera anual.

OBJETIVOS

General:

El programa de Desarrollo Humano Oportunidades tiene como objetivo romper el ciclo intergeneracional de la pobreza, por medio de la entrega de becas educativas, de salud y alimentación, para ello es necesario que los beneficiarios cumplan con sus responsabilidades. Los responsables de informar a los ciudadanos sobre las actividades que deben realizar de manera bimestral para recibir los apoyos son los Promotores Sociales, quienes deben proporcionar información correcta, clara y precisa sobre las acciones a efectuar.

Por esta razón es urgente identificar si los mecanismos de comunicación son los adecuados y si los beneficiarios captan de manera integral el mensaje para que la información sea homogénea para todos, por ello es necesario plantear un objetivo general mediante:

La observación de las estrategias de comunicación que utiliza el Programa de Desarrollo Humano Oportunidades para la distribución de mensajes en el Estado de Michoacán.

Debido al nivel socioeconómico de las familias es necesario un refuerzo a la interpretación de este material y con ello la calidad en el mensaje será mayor y adecuada, con ello se evitará que familias causen baja en el programa por falta de entendimiento de la información.

Particulares:

Para poder identificar si existen carencias de comunicación entre los integrantes del Programa Oportunidades y el personal que labora en la institución es importante señalar los objetivos particulares como:

- ***Identificar los modelos de comunicación que se implementan en los programas que coordina la Secretaría de Desarrollo Social en Michoacán.***
- ***Analizar los modelos de comunicación moderna coinciden con la comunicación que existe en el Programa de Desarrollo Humano Oportunidades.***
- ***Identificar qué canales son más efectivos para la transmisión de mensajes para la población meta que recibe los apoyos del Programa de Desarrollo Humano Oportunidades.***
- ***Identificar el nivel cultural que deben tener los Promotores Sociales que establecen comunicación con las familias beneficiarias es importante.***

SUPUESTO DE INVESTIGACION HIPÓTESIS

Pretendiendo que las preguntas formuladas en esta investigación nos den como respuesta la falta o incorrecta comunicación entre el personal que labora en Oportunidades y las familias beneficiarias podríamos afirmar que:

Debido a la inexacta comunicación que existe entre los Promotores Sociales que trabajan en el Programa de Desarrollo Humano Oportunidades, un importante número de familias son dadas de baja del padrón de beneficiarios, provocando que índice de ciudadanos que viven en pobreza extrema no sea erradicado.

ESTRATÉGIA METODOLÓGICA

El proceso que se utilizará para esta investigación será como método general el hipotético deductivo, porque se va a observar la manera de relacionarse del Promotor Social con las familias beneficiarias del Programa Oportunidades y la calidad en la información que proporcionan.

El método particular será el análisis de lecturas y la realidad del entorno, con el objetivo de verificar y sustentar la teoría presentada por diversos autores que abordan el tema de comunicación, por medio de la técnica e revisión documental y de registros existentes.

“El método científico se compone de principios, reglas y procedimientos que orientan la investigación a fin de alcanzar un conocimiento objetivo de los procesos y fenómenos concretos.” (Rojas Soriano, 2006)

La organización en cualquier proyecto es indispensable para obtener resultados óptimos, es necesario que las herramientas sean las adecuadas para lograr el objetivo que desde un principio se plantea en cualquier trabajo de investigación, todo este proceso es conocido como metodología.

La metodología es la base para planear las actividades que se deben realizar para obtener respuestas sobre las preguntas que surgen de ciertos temas de interés ya sean sociales, económicos, filantrópicos, etc.

Estos procesos nos servirán para evitar los errores dentro de nuestra investigación, además de despejar las dudas que se pudieran presentar con

nuestro objeto de estudio, con estos mecanismos podremos lograr mayor organización en el ejercicio.

Los lineamientos y recursos básicos del método científico deben ser cumplidos a cabalidad porque de ello depende el éxito o fracaso de la investigación.

“El método científico se compone tanto de formulaciones y procedimientos generales como de técnicas e instrumentos precisos que permiten la realización de los diferentes procesos de la investigación.”(Rojas Soriano, 2006)

Como cualquier tarea se requiere seguir pasos que nos marquen la pauta a seguir para obtener la respuesta a las preguntas que se planean, más aún en los análisis científicos como en el caso de este proyecto, por esa razón el autor Rojas Soriano nos comenta algunos de ellos, entre los que se encuentra la delimitación del problema, utilización de teorías, formular hipótesis entre otros.

MARCO TEÓRICO



Para incidir en el fortalecimiento del programa y en la corrección oportuna de las desviaciones detectadas en su operación la coordinación nacional cuenta con una instancia que brinda atención oportuna a los reconocimientos, quejas, denuncias, peticiones y sugerencias que expresan las familias y la población en general vinculadas a la operación del programa.

Estas estrategias se llevan a cabo con el pleno respeto a la cultura y organización social de las comunidades poniendo especial énfasis en los integrantes de los Comités de Promoción Comunitaria.

La Coordinación Nacional es responsable de la integración, operación, validación, mantenimiento, uso y difusión de la información contenida en las bases de datos de levantamiento de encuestas en los hogares y localidades así como el padrón de beneficiarios. (Gobierno Federal, 2010).

Es en este punto donde cada Coordinación del Programa Oportunidades debe reforzar sus estrategias internas de comunicación, para incrementar la efectividad del programa con las familias que se encuentran dentro del padrón activo de favorecidos.

Estas tareas se llevan a cabo garantizando la seguridad e integridad de la información, mediante sistemas de operación y consulta con acceso restringido a las bases de datos, de tal forma que ninguna persona no autorizada pueda realizar modificaciones y/o alteraciones a la información contenida en dichas bases de datos.

La construcción del padrón de beneficiarios se debe realizar con apego a lo establecido en los "lineamientos normativos para la integración, operación y mantenimiento de los padrones de beneficiarios" emitidos por la Subsecretaría de Prospectiva, Planeación y Evaluación, a través de la dirección general de geoestadística y padrones de beneficiarios, que se encuentran publicados en la pagina de Internet de la SEDESOL. (Gobierno Federal 2010).

CAPITULO 1

LA COMUNICACIÓN COMO OBJETO DE ESTUDIO

EL PARADIGMA DEL FENOMENO DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación ha sido analizada por diversas corrientes y estudiosos, quienes defienden el proceso desde diferentes puntos de vista dando matices interesantes con el objeto de acercarse a la realidad social actual.

La integración de tecnologías en el sistema de comunicación, es una novedad impresionante para los científicos, quienes defienden el uso del lenguaje adecuado para una correcta transmisión de ideas y pensamientos que propicien armonía entre los ciudadanos.

En la antigüedad los Sofistas creían que el lenguaje, “confería un gran poder por su capacidad de nombrar lo que se ve y revelar los aspectos de la realidad”, (Fernández y Galguera; 2009) sin embargo esto no puede ser tajante ya que la realidad es diferente para la sociedad, de acuerdo a las experiencias de vida y los significados de cada elemento.

Por su parte, “Lasswell define a la comunicación como un acto intencional de una persona de dirigir un mensaje a otra”, (Fernández y Galguera; 2009) volvemos al mismo punto, la comunicación es tan compleja que en ocasiones la intención del mensaje es malinterpretada por las características socioeconómicas en las que vive la población.

Fernández y Galguera, señala que la comunicación es un proceso porque siempre esta en movimiento y cambiando continuamente, este dinamismo hace más difícil su estudio, es entonces cuando la retroalimentación forma una parte importante para reforzar las ideas y conocer si el mensaje que se transmitió tuvo el efecto esperado.

Los símbolos forman parte fundamental del correcto proceso de la comunicación es imposible un entendimiento social si dos personas definen un

mismo símbolo de manera diferente, por ello se deben homogeneizar los conceptos.

En el tema de las ciencias de la comunicación las investigaciones han tenido que evolucionar debido a los cambios sociales que se han generado en los últimos años, forjados principalmente por la integración de nuevas tecnologías que se han hecho presentes en el quehacer cotidiano.

“La visión positivista, racionalista presente en la teoría de la comunicación que dio origen al paradigma de Laswell, en la actualidad resulta insuficiente para dar cuenta de los cambios que se están produciendo en las relaciones de comunicación, lo cual está obligando a plantear una recomposición del campo de estudio que traspase las fronteras disciplinarias sobre las cuales se había sustentado una teoría de la comunicación que explicaba el fenómeno desde la psicología conductista, la sociología funcionalista, la semiología estructuralista y el marxismo clásico.” (Pineda Alcázar; 2002)

Estos cambios sociales y tecnológicos han provocado que nuevos enfoques y estudios, se realicen en el campo de la comunicación con el único objetivo de mejorar la calidad de la transmisión de información y mensajes.

Los diferentes conceptos que han integrado para el tema, han provocado que las ya clásicas investigaciones sean enriquecidas y con ello mejorar la explicación del proceso comunicacional, que deja abierta la posibilidad para que otro científico retome el tema y logre mejorar el termino de comunicación.

Con los estudios que los científicos han realizado, han nacido también nuevos conflictos que todavía se encuentran en fase de corrección, como indica Migdalia Pineda de Alcázar en el artículo denominado Los Paradigmas de la Comunicación: Nuevos enfoques teóricos-metodológicos.

“Niklas Luhman aporta su teoría que considera a la sociedad como un sistema abierto que comprende no sólo los procesos evolutivos el hombre sino su

proyecto de futuro, como un sistema dinámico pleno de significaciones dialógicas pero acompañado de un desarrollo tecnológico". (Pineda Alcázar; 2002).

"Por tradición intelectual entendemos una forma de ver el mundo o una manera general de pensar que ha sido compartida por una comunidad de académicos", (West y Turner; 2005) esto nos dice que debido a los estudios realizados sobre algún tema en particular los estudiosos han logrado llegar a acuerdos y coinciden en algunos puntos, enriqueciendo o declinando ideas que con las cuales no están de acuerdo.

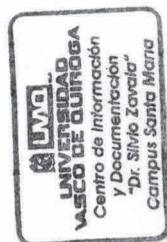
En lo que se refiera a la comunicación los autores West y Turner nos dicen que, "Los paradigmas giran alrededor de tres cuestiones filosóficas concernientes a la investigación: la ontología, preguntas sobre la naturaleza de la realidad; la epistemología, preguntas sobre cómo conocemos las cosas, y la axiología, preguntas sobre lo que merece la pena conocer".

Para que exista un rendimiento eficaz y productivo entre las actividades laborales de cualquier empresa, institución o negocio es indispensable que exista una correcta comunicación entre los integrantes de la organización de lo contrario cualquier trabajo que se realice será infructuoso y generará pérdidas económicas, materiales y humanas.

Por ello es necesario generar vínculos laborales que contengan una correcta convivencia a través de esto se logrará gracias a los canales de transmisión de mensajes adecuados y libres de cualquier contaminación que se pueda generar en el proceso.

West y Turner mencionan en su libro Teoría de la Comunicación Análisis y Aplicación, que "los fallos de comunicación están perjudicando la productividad y llevando a los empleados a una desventaja competitiva".

Cuando un empleado demuestra su capacidad para competir en el terreno laboral, es el reflejo de una correcta capacitación y transmisión de los conocimientos básicos para realizar su trabajo de manera adecuada.



Además West y Turner comentan que la comunicación es “un proceso social en el que los individuos utilizan símbolos para establecer e interpretar el significado en su entorno”, de ahí la importancia en que se homogenice la interpretación de los símbolos, porque de acuerdo al nivel cultural, socioeconómico y geográfico todos los individuos entenderemos cosas diferentes.

Como dice un viejo refrán “no hay palabra mal dada, como la mal tomada”, es tan importante establecer una correcta comunicación entre las personas porque de ello dependerá la actitud de la sociedad, además de evitar los malos entendidos y el establecimiento de una correcta comunicación organizacional.

En este trabajo de investigación se ha tratado de explicar el concepto de comunicación y su evolución con el paso de los años, entre los giros que presenta se encuentran “los cambios de paradigma conceptual de la comunicación y sobre lo popular y las transformaciones y/o surgimiento de actores sociales que, afectados por fenómenos como las concentraciones urbanas, la globalización de la cultura y las nuevas tecnologías, demandaban una nueva forma de comunicación”. (Dubravcic Alaisa; 2002)

Martha Dubravcic comenta que la propuesta de Mattelart estudioso de la comunicación era “devolver al pueblo el control sobre los mensajes que recibe”, mientras que la información sea racionada por una persona o un grupo de personas nunca se podrá obtener una eficacia en el proceso debido a que se estará manipulando el contenido, por ello de ahí la importancia de que los mensajes tengan el mismo significado para todos, sin que exista un intermediario.

Edison Otero en su libro Teorías de la Comunicación, manifiesta que al inicio de los años 60 existía una preocupación por la comunicación y citando a Schramm afirma que “la comunicación no es una disciplina sino un área, un campo de estudio, en consecuencia, no cabe exigirle una teoría única”.

En el mismo texto Bauer otro investigador de la comunicación menciona que es sumamente difícil “distinguir los límites entre problemas de comunicación y

el trabajo hecho de cognición, memoria, influencia personal o grupos de referencia”.

Cuando entablamos una conversación sobre algún tema en específico la posición de las personas cambia de acuerdo a los argumentos que sean presentados, pero la principal razón son los cambios individuales y culturales los que afectan o modifican dichas posturas.

Además las experiencias que tenemos a lo largo de nuestra vida son las que nos permiten enriquecer o limitar nuestros alcances comunicativos, debido a los conocimientos de nuevos símbolos y los significados que de manera geográfica se hacen latentes.

La comunicación puede considerarse “un proceso que cambia a lo largo del tiempo y los interactuantes”. (West y Turner; 2005) cargado de símbolos que nos informan diferentes situaciones.

Los símbolos son “una etiqueta arbitraria” y existen de 2 tipos, los concretos que se refieren a los objetos y los abstractos que son las ideas, los cuales pueden ser positivos o negativos y de ellos dependen la calidad de los mensajes emitidos.

El significado que el ser humano de a los símbolos será la parte fundamental de la comunicación, es lo que la gente extrae del mensaje, un mensaje puede incluir varios significados, de ahí se desprende la importancia de que las sociedades tengan similitudes en este sentido de lo contrario dificultaría la manera de llegar a acuerdos y por el contrario generaría conflictos.

Cuando coincidimos en los significados estamos siendo empáticos con las personas que nos rodean, esto genera un vínculo de amistad y confianza que permitirán que la comunicación sea más abierta y sin interferencias.

Otro de los elementos que permiten que la exacta convivencia es el entorno, el cual debe contar con características similares a las del receptor, para que se pueda tener puntos de referencia similares y de esta manera obtener resultados positivos de comunicación.

Para los científicos de Palo Alto "Uno puede no decir nada y aún así decir algo", (West y Turner; 2005) el comportamiento y la comunicación no verbal es también parte fundamental, en ocasiones no decimos nada con palabras pero con nuestras expresiones damos a conocer nuestra postura ante ciertos temas o problemáticas.

Por esta razón debemos ser coherentes con lo que decimos y lo que hacemos, de lo contrario no podremos jamás enviar mensajes claros y sencillos, confundiendo así a los receptores que percibirán información incorrecta.

Para Shannonun y Weaver la comunicación es un proceso lineal en el cual existe un transmisor del mensaje, esta información debe transmitirse por un canal para llegar al receptor, dentro de este proceso encontraremos problemas como son de significados, términos, ideologías, costumbres, predisposiciones, cansancio, entre otros. (http://portalcomunicación.com/esp/pdf/aab_lec/20/pdf)

Dentro del enfoque interaccional Wilbur Schramm explica que "una persona puede interpretar el papel de emisor y receptor durante una relación, aunque no simultáneamente", (West y Turner 2005), en este sentido estamos hablando de cuando ya existe una respuesta y se entabla una comunicación con otra persona o feedback, que nos ayuda a saber si el mensaje llegó de la manera como se planteo en el origen.

Otra de las características que nos plantea el modelo interaccional es la del terreno de la experiencia personal, en la cual esta presente la cultura, la experiencia y desarrollo personal, elementos que nos permitirán desarrollar una comunicación con estructuras diferentes.

Barnlund, explica que el modelo de comunicación es transaccional y que la emisión y recepción de mensajes es simultánea. Es un proceso cooperativo en el cual las partes involucradas son responsables de la respuesta que se genere de esta comunicación, lo que se busca con el es la comprensión de ambas partes.

TEO El modelo o patrón a seguir dentro de cualquier estudio científico, debe ser cuidadosamente analizado para evitar los posibles errores que pudieran presentarse en el transcurso de la investigación, por ello es necesario conocer las características de cada uno de los procesos.

Con ello se evitará cualquier tipo de contratiempos dentro del estudio, un paradigma también se ocupa de las ideas, pensamientos, creencias incorporadas generalmente durante nuestra primera etapa de vida que se aceptan como verdaderas o falsas sin ponerlas a prueba de un nuevo análisis.

En esta etapa de observación estaremos conociendo las características del objeto a estudiar y basándonos en los estudios que ya realizaron los científicos podremos dar un mayor valor a lo que acontece en el entorno.

Teniendo un modelo o ejemplo a seguir dentro de nuestra investigación será más sencillo llegar al término del estudio, aprovechando al máximo los tiempos y las herramientas que se necesitan para realizar el trabajo en cuestión.

El filósofo y científico Thomas Kuhn dio a paradigma su significado contemporáneo cuando lo adoptó para referirse al conjunto de prácticas que definen una disciplina científica durante un periodo de tiempo."

Para facilitar el camino de un investigador se requiere de sustento para decir cualquier afirmación sin importar el tema de estudio, las historias de la investigación enriquecerán el tema que se analiza.

En el ramo de la comunicación existen diversos autores que han analizado el tema en diferentes espacios de tiempo, algunos han enriquecido el tema y otros tantos han echado abajo las afirmaciones de sus antecesores, sin embargo en cualquiera de los casos hubo un adelanto basado en hechos que ya habían sido observados.

TEORIA COMUNICATIVA

En el libro Teoría de la Comunicación Análisis y Aplicación el autor presenta la descripción del lado oscuro de la comunicación la cual básicamente es aquella en la que los conceptos o resultados del proceso son negativos, existe manipulación o engaño por parte de la persona que da a conocer la información.

Una vez que ya se ubico el objeto de estudio para una investigación y que nos dimos cuenta que en épocas pasadas personajes históricos realizaron alguna actividad que los llevo a tener resultados sobre el tema que nos interesa, es necesario abordar la problemática en una teoría existente.

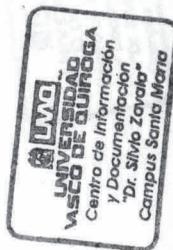
Es por ello que se dice que "las teorías pueden ayudar a alcanzar explicaciones satisfactorias tanto a los interactuantes de cada día como a los investigadores de la comunicación". (West y Turner; 2005)

Una vez que nos adentramos en la temática de la investigación de la comunicación nos daremos cuenta que todo acontecimiento que se nos presente en nuestra vida cotidiana será analizado mediante los mecanismos que los investigadores han plasmado a lo largo de los años, por ello la sociedad se ha vuelto teórica intuitiva, intentando descifrar o responder al porqué actuamos de manera especial.

Una teoría nos ayudará ha dado resultados satisfactorios, se puede replicar para casos similares y se obtendrán nuevos conocimientos que pueden sumarse y con ello enriquecer el proceso de investigación.

En el libro de Teoría de la comunicación el autor señala que "los investigadores son más rigurosos en sus pruebas y más dispuestos a rectificar las teorías, incorporando la información que señala las inconsistencias de la formulación original de la teoría". (West y Turner; 2005)

Una teoría nos permite desarrollar ideas que permiten una explicación lógica de cómo y porqué ocurren los sucesos, nos da la respuesta a la



incertidumbre que nos planteamos al momento de observar nuestro objeto de estudio.

Teorizar es el proceso de formular y organizar ideas para comprender los fenómenos, es seguir un esquema que mejorara las condiciones con las que se trabajarán en un proceso de estudio o análisis de un evento en particular.

De igual manera los autores West y Turner indican que existen elementos que componen una teoría entre ellos se encuentran los conceptos y las relaciones, con los cuales podremos definir y organizar los resultados que se presenten dentro del proceso de investigación.

Entre los conceptos nominales se encuentran la democracia y el amor, los cuales únicamente se pueden sentir, pero no ver y los reales los cuales son observables como la distancia y el ruido y las relaciones nos describe las formas en las que los conceptos se combinan en la teoría.

Entre los objetivos de una teoría se encuentran la verificación sustentada de una explicación, la comprensión, la predicción y el cambio social, somos capaces de desarrollar un motivo por el cuál suceden las cosas cuando tenemos los elementos necesarios que nos lleven a una respuesta, cuando entendemos lo que pasa, cuando nos damos cuenta de que cierta acción tendrá consecuencias conocidas y por ende cuando existen movimientos en el acontecer diario de un pueblo.

Como ya lo hemos comentado a lo largo de este análisis, la comunicación ha sido estudiada por diversas corrientes y bajo diferentes esquemas, algunos de estos investigadores indican que la comunicación tiene el poder impresionante de reflejar únicamente lo que los individuos quieren expresar, no importa la manera en que se haga.

Por su parte miembros de la escuela de Cornell, indicaban que el buen juicio debe sustituir el conocimiento de formulas simples y se profundizará en la comprensión humanista de la oratoria, argumentaban que la investigación



científica no es un mecanismo factible para poder llevar a cabo una conversación de manera sencilla, en pocas palabras decían que dificultaban este proceso.

De igual manera Lasswell define a la comunicación como “el acto intencional de una persona de dirigir un mensaje a otra”, (Fernández y Galguera; 2009) es el hecho entablar relaciones de cordialidad con otras personas y estas a su vez mejorar las condiciones de vida por el simple hecho del intercambio de mensajes.

Claude Shannon y Warren Weaver indicaron que lo importante era seguir el mensaje, ubicar los canales por donde se transmiten y verificar los resultados que se obtienen mediante este trabajo, al sumar el circuito de retroalimentación del destino hacia la fuente.

Estos estudiosos de la comunicación indican que es un proceso continuo y complejo que no puede ser arbitrario ni aislado, siempre esta en movimiento y cambiando debido a la sociedad que la maneja, requiere de retroalimentación, para conocer si lo que se informó ha sido captado de manera correcta, es simbólica porque requiere de etiquetas que nombran a los objetos.

Según lo explica Fernández y Galguera en el apartado titulado “Las Tradiciones de la Teoría de la Comunicación”, el estudio de los signos es propio de la semiótica y forma parte importante del pensamiento dentro de las teorías de la comunicación, debido a que la representación de las cosas a través de los signos es muy amplia y logra captar los elementos necesarios para el correcto uso de los mensajes.

“Al ver la comunicación como un proceso a través del cual se conectan los mundos privados de cada individuo, la tradición semiótica se vuelve una herramienta especialmente adecuada para tratar los problemas de las divergencias y los malos entendidos que podrían resolverse mediante el lenguaje común”. (Fernández y Galguera; 2009)

Esto nos dice que por medio de los signos la comunicación es más sencilla de expresar porque se hace universal, todo el mundo entenderá el significado de un objeto de la misma manera, en cambio por medio del lenguaje es más factible la confusión.

Las palabras toman el significado del contexto en el que se emplean o mejor dicho de la zona geográfica en la que se establece la comunicación, debido a los modismos existentes en cada región del país.

Otra de las tradiciones de la comunicación es la fenomenológica, la cual se refiere a la experiencia de las personas, en la cual se les da un significado a las cosas de acuerdo al uso de la región o de acuerdo a la manera en la que los seres humanos llegan a comprender el mundo.

Existe también otro tipo de comunicación la tradición cibernética, la cual se basa en los núcleos sociales, familiares, de amistad entre otros que formamos los seres humanos, los cuales se rigen a las coincidencias de vida de cada grupo.

La tradición socio psicológico se refiere al proceso de expresión que tiene cada individuo, la cual se basa en los procesos psicológicos, como el carácter, el sentimiento entre otros, en este caso los mensajes estarán cargados de la información que ese momento el estado de ánimo de la persona destine.

Como lo mencionan Hovland sus colegas en el libro de Fernández y Galguera, "un mensaje proveniente de una fuente de alta credibilidad producía grandes cambios en la opinión, a diferencia de un mismo mensaje proveniente de una fuente escasa de credibilidad". (2009)

Cuando una persona influye dentro de un grupo o sociedad se debe principalmente, porque consideran que el individuo tiene los conocimientos necesarios para enfrentar problemas y apoyarlos a solucionar los propios, además de tener buenas costumbres y relaciones personales.

"Los teóricos socioculturales contemporáneos afirman que la realidad se produce, se mantiene, se repara y se transforma mediante el proceso

comunicativo," (2009), esto se debe a que ambas partes comparten conocimientos, experiencias a través del habla, cuando dejan de hacerlo la relación sociocultural, simplemente deja de existir.

Dentro de la tradición crítica se pretende entender los sistemas de poder, la manera en la que los mecanismos de comunicación presentes en una sociedad ejercen una manipulación, con el uso del lenguaje se pueden ganar afectos y odios.

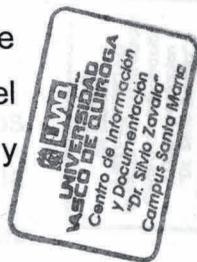
Finalmente en la tradición retórica, también podemos observar una manipulación por conducto del habla, de acuerdo al manejo de los discursos se puede influenciar la manera de pensar de las personas, para que actúen de una manera conveniente para aquel que da el mensaje.

La comunicación es creada con el objetivo de la relación entre los individuos a través del lengua mediante el manejo de los signos, por medio de experiencias, lo que nos lleva a un proceso de información y de expresión en el grupo social en el que se desarrollan para finalmente poder reflexionarla y retroalimentar el proceso.

Los problemas de comunicación se encuentran dentro de la exigencia social, falta de entendimiento por el uso de signos inadecuados, no saber compartir con la sociedad los conocimientos obtenidos en el transcurso de la vida, falta de conocimientos, manipulación.

Aunque los procesos de comunicación son complejos y requieren de diversas herramientas para que funcione de manera correcta, es necesaria para el desarrollo individual y colectivo dentro de cualquier sociedad.

Las diversas teorías existentes que hablan de comunicación coinciden en la necesidad de presentar mensajes que toda sociedad interprete de una manera clara y precisa para evitar los malos entendidos, por ello esta temática ha sido por décadas un elemento importante dentro de las diferentes culturas.



“Los textos y las imágenes van existiendo a medida que el lector o el espectador los usan e interpretan”, indica Umberto Eco en el libro de Néstor García Canclini, *Lectores, Espectadores e Internautas* (2007).

Puede existir una misma imagen o texto, pero diferentes maneras de entenderlo por las personas, acción que marca la eficacia de los mensajes al momento de transmitirlo, por ello es indispensable que las interpretaciones sean iguales para que la información tenga el éxito esperado.

Nuevamente nos encontramos en el dilema de las diferentes sociedades y culturas que cuentan con diversos usos y costumbres que serán determinantes para que una conversación surta el efecto esperado.

Ahora a toda la problemática de la comunicación le sumamos las nuevas herramientas que usa la comunicación y la transferencia de mensajes por líneas novedosas y tecnológicas que están presentes en nuestra vida cotidiana.

Con los diferentes estudios de la comunicación se han planteado nuevos retos tecnológicos que refieren de manera directa al correcto uso del lenguaje y la emisión de mensajes que permitan conocer más acerca de las actividades sociales, económicas y lingüísticas utilizadas.

Al respecto el creciente uso del internet y otros medios masivos de comunicación es probable que algunas personas se sientan ajenas con el uso y práctica de este elemento comunicacional, debido a que es una herramienta nueva que representa un reto para la sociedad.

“Conocemos con facilidad de los internautas para sociabilizar desde posiciones indefinidas, incluso simuladas, inventando identidades”. (García Canclini; 2007), aplicado para las nuevas generaciones que han crecido inmersos en esta nueva tecnología, sin embargo para las generaciones que no pudieron acceder a este medio debido a su novedad se han quedado rezagados de los beneficios que los adolescentes manifiestan.



Esto ha generado un sentimiento de ausencia y desinterés por parte de estas sociedades que se sienten viejas e inmaduras para utilizar este medio de comunicación, lo que genera una barrera dentro de un dialogo intercultural y de nuevos conocimientos.

Debido a la rapidez que representa el internet para diferentes culturas, se ha generado una perspectiva más amplia sobre el quehacer y uso del conocimiento aplicado a las nuevas técnicas de comunicación que presentan las sociedades modernas y avanzadas, pero que requieren del entendimiento de estos nuevos modelos de relacionarse.

Para el hombre es tan normal e imprescindible comunicarse como respirar, porque es una actividad que ven común dentro de la sociedad en la que se desarrolla, sin embargo no se da cuenta de la importancia que esta tarea tiene dentro de la actividad de comunicación, es una responsabilidad proporcionar los mensajes claros y sencillos.

En la actualidad este proceso ha ido evolucionando con la integración de diversos mecanismos que no lo han simplificado, al contrario han integrado matices de dificultad que en ciertos momentos parece ser que no habrán resultados favorables para esta actividad.

La comunicación es un fenómeno en el que influyen muchos aspectos, tanto sociales, como tecnológicos, por ello es aún más complejo su tratamiento, las ideologías y la integración de aparatos novedosos, hacen del proceso algo complicado.

Entre los estudios que han realizados los especialistas en la comunicación, abordaron el tema de los efectos que surgen dentro de la actividad comunicacional, en la cual se presentaba el pesimismo en la época de los 50's debido a la problemática social que se vivía en el momento, lo que generaba que los individuos tuvieran poco entusiasmo en emitir mensajes que alentarán a la población.

“Estamos en condiciones de confirmar por tanto, que el pesimismo referido por Kappler dice directa relación con la imposibilidad de confirmar cabalmente, hasta ese momento, los efectos considerados en la definición de Laswell.”(Otero Bello; 1997)

Para el autor Edison Otero Bello la comunicación masiva no sirve como causa necesaria y suficiente de defectos de audiencia, sino que funciona más como influencia mediatizadora, estos efectos encaminan a la comunicación dependiendo del interés del emisor.

En otras palabras la comunicación de masas va en busca de una recompensa, necesita saber que obtendrá un beneficio para continuar trabajando con el grupo al cual le proporciona los mensajes de lo contrario pierde el interés.

A pesar de todos estos estudios que han realizado diferentes científicos, todavía quedan puntos por resolver y es necesario seguir en el estudio de estos cambios fenomenológicos en el proceso de la comunicación.

Los teóricos seguirán buscando la manera en la que puedan mejorar o simplificar los mecanismos comunicativos y para ello requieren de la observación de resultados y de la evolución que tengan los mensajes dentro de las diferentes sociedades modernas, en donde lo principal es mejorar la calidad al de emitir mensajes.

Otra de las preocupaciones de estos científicos, fue el identificar quién y cómo se transmiten los mensajes, para que la comunicación sea más directa y poder darle el peso necesario al uso del lenguaje.

TEORIAS DE LA COMUNICACIÓN MASIVA

Hablar de medios masivos de comunicación en la actualidad, lleva necesariamente a hablar de educación, pues en la sociedad moderna los medios masivos ejercen gran influencia ya que ofrecen a niños y jóvenes una educación

informal que en ocasiones consideran más llamativa e interesante que la obtenida en la escuela.

En la actualidad los medios de comunicación tienen mayor poder en la educación de las nuevas generaciones, son ellos quien moldean y manejan la opinión de los usuarios, de ahí que la responsabilidad de los medios de comunicación sea aún más importante.

Con este gran peso que tienen los medios de comunicación en la época actual es urgente que se genere responsabilidad para todos aquellos que hacen uso de los micrófonos, la mejor manera para ello es haciendo uso de un lenguaje apropiado, en donde los signos sean entendidos de una manera general para evitar las confusiones.

La influencia que ejercen los medios de comunicación para la sociedad es en todos los sectores, social, político, económico, cultural, religioso, etc., debido a que un comentario expresado a las sociedades de consumo puede generar un cambio de idea negativo o positivo.

Actualmente es posible obtener grandes cantidades de información y noticias con gran rapidez sin importar en el momento en que surgieron. "La digitalización incrementa los intercambios de libros, revistas, espectáculos, pero sobre todo está creando redes de contenidos y formatos elaborados a partir de la circulación mediático-electrónica."(García Canclini; 2007)

Debido a la presencia de la tecnología también se han hecho presentes nuevas maneras de expresión para los jóvenes, quienes hacen uso del habla y la escritura de una manera diferente, "se caracterizan por modulaciones lingüísticas compartidas, presentan códigos estilísticos y, de autorreconocimiento semejantes". (García Canclini; 2007)

Estos nuevos usos lingüísticos han generado grupos más selectivos, en donde los usuarios deben contar con caracteres con demasiadas similitudes para poder entablar una relación de cercanía con otras personas.

La era del internet es sin duda un avance tecnológico invaluable para la humanidad, porque nos acerca a un mayor número de información de manera simultánea y en diferentes partes del mundo.

Para las nuevas generaciones es imposible adaptarse a un mundo donde no exista la presencia tecnológica, como la televisión, internet, radio, prensa y cine, mientras que nuestros antepasados podían adaptarse sin mayor problema a las sociedades únicamente leyendo los diarios locales.

“Las redes virtuales cambian los modos de ver y leer las formas de reunirse, de hablar y escribir, de amar y saberse amados a distancia, o acaso imaginarlo.” (García Canclini; 2007), no por ello debe ser mejor la forma de expresarse, se requieren de nuevos mecanismos que apoyen la manera en la que se dan a conocer los mensajes.

La comunicación masiva era menos importante cuando las relaciones sociales eran más cercanas, los el contacto era más personal formaban una relación humana, íntima, entrañable, actualmente las sociedades se han vuelto de información.

De la misma forma, el alcance de la información se ha hecho peligroso para las sociedades, ahora existen grupos delincuenciales que tienen mayor poder de organización para cometer fechorías, debido a que los mensajes se pueden dar de manera rápida y sencilla.

Otra de las inquietudes que expone Néstor García Canclini en su libro, Lectores, espectadores e internautas, es el declive del interés de las personas por leer un libro, debido a que prefieren tener acceso a la información a través de internet y asegura que ha cambiado la forma de leer.

Los medios de comunicación acompañan los procesos de sociabilización, ofrecen referentes de conocimiento muy importantes, imágenes del mundo exterior y de personajes que constituyen parámetros de interpelación, modelos étnicos y

sociales de éxito y fracaso, que interactúan con los que vienen de su familia, barrio o el entorno social inmediato.

La cercanía de diferentes culturas a través de la música son otro nivel de comunicación que se logra gracias a la inclusión de nuevas tecnologías en el terreno de la transmisión de información.

“Músicos independientes saltan las fronteras de cada ciudad y cada región a través de radios, canales de televisión cultura, discos y videos, festivales, blogs e intercambios entre ordenadores”. (García Canclini; 2007)

Por medio de la música también se pueden expresar características culturales y sociales de diferentes países, más aún cuando los elementos pueden ser adquiridos por los individuos de una manera rápida y precisa que genera una mezcla de costumbres propias de las regiones.

Los medios de comunicación masiva son tan representativos del sentir social, que son la pantalla más importante en la cual podemos representar las problemáticas que suceden en la vida diaria.

Sin duda alguna, los medios masivos de comunicación que tienen mayor influencia en la actualidad y sobre todo en la educación son la televisión, por ser el medio de entretenimiento más difundido, que forma un papel importante en la formación de la conciencia y el internet ya que es el elemento novedoso al que todos quieren acceder.

Por otro lado la cuestión cultural es indispensable para que los medios de comunicación masiva cumplan con objetivo, el de entretener, informar y divertir de manera correcta utilizando las herramientas necesarias para que el mensaje sea explícito y no tenga que ser descifrado.

“La cuestión cultural es, en síntesis, trabajar con aquello que en la globalización no es literatura policial.” (García Canclini; 2007)

Los medios de comunicación masiva contribuyen a formar ideologías sociales, determinando con ello hábitos y costumbres que se hacen cada vez más generales debido a la integración de las tecnologías que permiten mayor penetración social.

“El conocimiento de las estrategias de comunicación de los propios agentes sociales condiciona también la propia comunicación dentro del sistema.”
(<http://www.infoamerica.org/teoria/berlo1.htm>)

Dependiendo de un correcto entendimiento de los símbolos, será la integración que tengan las diferentes personas, el correcto uso del lenguaje será la pieza clave para poder armonizar en sociedad.

Los medios de comunicación masiva proporcionan diversidad de imágenes una realidad ya hecha y anticipada a la experiencia, que puede inducir a la reproducción de estereotipos.

La comunicación social y la formación de opinión pública son dos actividades que van ligadas y son las permiten poner etiquetas a las personas debido a la influencia de la información que se da a conocer, por ello se hace cada vez más énfasis en brindar a la población mensajes objetivos y llenos de responsabilidad.

“Los medios en sí constituyen un extraordinario avance; pero el problema radica en su operación y en el contenido de los mensajes que transmiten. Cuando algún periódico se ha ufano de que “forma de opinión pública”. Hay que comenzar a preocuparse en serio y meditar.” (www.robertexto.com)

Los medios de comunicación masiva están experimentando dramáticos cambios en sus contenidos, la modernidad y el uso de las tecnologías son un arma de doble filo que puede perder el objetivo de manera rápida y generar acciones negativas para la sociedad.

“No puede hacerse mucho más que explorar la índole de los problemas mediante métodos que, en el transcurso de muchas décadas, proporcionaran en

definitiva el conocimiento que buscamos. Aunque este preámbulo no es nada alentador, ofrece un contexto necesario para evaluar las conclusiones investigativas y tentativas de quienes nos interesamos profesionalmente por el estudio de los medios masivos de comunicación." (www.robertexto.com)

La opinión pública es aquella que forma las diferentes personalidades de los actores sociales, será ella quien se encargue de brindar las características positivas y negativas según sea el interés del grupo de poder, "Actor al que se adjudicará alternativamente roles positivos y negativos y que esta dispuesto, en forma indiscutible, a transmitir mensajes coercitivos aunque fueran contradictorios." (Matelart; 2005)

"La comunicación de masas es un sistema de comunicación que transmite mensajes a individuos que negocian sus significados dentro de un complejo de relaciones sociales e interpersonales."(K. Readon; 1991) Es el proceso en el cual los mensajes son distribuidos para un grupo social que tiene la decisión de creer o no lo que le dicen y que debido a su nivel educativo podrá verse o no manipulado por la información.

En el momento que compartimos nuestro punto de vista sobre algún tema con otras personas, estamos generando opinión pública de esa información masiva que nos fue presentada a través de los canales oportunos para ello, estos pueden enriquecer la actividad social pero también deshacerla.

Debido al crecimiento de los medios de comunicación y la integración de nuevas disciplinas, métodos, tecnologías, los procesos de comunicación han cambiado de manera radical pueden ser totalmente efectivos o no.

Aunque en algunos aspectos la comunicación ha mejorado, por ser más rápida, sencilla de transmitir y un mayor número de personas tienen acceso a los

medios, la complicidad recae en el uso del lenguaje y dispersión de mensajes que permitan un claro entendimiento de los problemas.

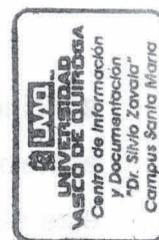
La principal preocupación social recae en la manipulación de la información y donde el nivel educativo es esencial para evitar que la población sea el blanco perfecto para que los sectores de poder se aprovechen de eso.

La población joven esta viviendo el uso de los celulares y el internet como una nueva manera de expresarse, pero además de tener mayor acceso a información que en épocas pasadas, no podrían ser posibles si no eran expresadas por la radio, televisión o el periódico.

Cualquier acontecimiento actual esta siendo no solo analizados sino comentado y publicado minutos después de lo sucedido, un par de años atrás esto no podía ser posible hasta que no se registraba todo un proceso de manufactura.

Esta rapidez también ha generado menos asombro por parte de la ciudadanía que es más fría ante los hechos registrados, la responsabilidad de los medios de comunicación ahora recae en recobrar ese sentimiento de hermandad entre las sociedades.

Abordando el tema de las sociedades de conocimiento el nivel intelectual de los espectadores es importante para poder generar pobladores con sentido crítico justificado en bases sustentables.



CAPITULO 2

LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

EL FLUJO DE LA INFORMACION EN LAS SOCIEDADES MODERNAS

La sociedad moderna se enfrenta diariamente a nuevos desafíos que por su novedad no han sido fáciles de resolver, pero que con la aplicación de mecanismos actuales han logrado llevar a buenos términos, el responsable de ello ha sido el uso de métodos científicos que ha provocado mayor estabilidad para los fenómenos.

“Para considerar como autentico conocimiento a los resultados de las prácticas científicas no se requiere de juzgarlos en función de los valores económicos” (Morett León;), sin embargo en las sociedades modernas la manera de medir los resultados es a través de las ganancias que se obtienen.

Con esta afirmación el autor nos confirma el motivo por el cuál el uso de la tecnología ha crecido en los últimos años, porque además de facilitar algunas actividades en la vida cotidiana las ganancias financieras van en aumento.

La innovación es otro de los temas claves para las sociedades modernas, en las cuales el uso de la tecnología es esencial para obtener beneficios dentro de los niveles de conocimiento, esto no quiere decir que todo lo que los estudiosos nos presenten como nuevo es lo correcto.

“Los científicos tienen responsabilidades ante la sociedad de dar opiniones bien fundadas sobre las ventajas y los riesgos de la aplicación de ciertos conocimientos” (Morett León,), esto básicamente por ética, para que la gente este bien informada sobre los pros y los contras al llevar a cabo cierto tipo de actividad.

Algunos de los conocimientos novedosos tienen fundamentos en estudios que ya se habían realizado con anterioridad, con ello se enriquecen y logran obtener mayores beneficios para los involucrados.

El valor que se les otorga a las actividades relacionadas con el conocimiento tiene como base los resultados que reflejan los sectores económico, social, ideológico o militar, se observan básicamente en actividades de propaganda, publicidad, en donde se pueden contabilizar los efectos.

La forma en que se dan a conocer estos avances tecnológicos será la manera en las personas interpreten los mensajes que se dan a conocer por ello es importante la sencillez de ellos, de esta actividad dependerá el éxito o el fracaso de la comunicación.

Para generar un mejor entendimiento de los mensajes enviados los científicos opinan que "Una respuesta general es que deberíamos perseguir políticas en el terreno educativo, así como en la ciencia y tecnología, que promuevan las capacidades de las personas para incorporarse y participar en las prácticas generadoras y transformadoras del conocimiento" (Morett León,)

En los procesos de creación todo es primicia, todo es desconocido para el individuo que tendrá acceso a estos conocimientos, el que innova será el responsable de nombrar las cosas y brindar los significados que él considere necesarios.

Por ello León Olivé Morrett, en su libro Tecnologías de la Información y Comunicación, indica que es necesario tener en cuenta la diversidad cultural y tradiciones de cada población, para que se puedan homogenizar los conceptos y evitar las problemáticas a futuro.

Los actores sociales serán los que dictaminen si las innovaciones son efectivas o no, por el grado de entendimiento que puedan generar a las comunidades, algunos autores opinan que la cultura es "la información transmitida por medio del aprendizaje social" (Morrett León,)

La información puede ser expuesta de manera verbal y no verbal a través de libros, de las conversaciones, los medios de comunicación, entre otros, pero la

manera en la que se interpreta el mensaje es lo más importante de todo el proceso.

Estos elementos presentes en la cultura tienen una manera de organizarse para facilitar el entendimiento, como las reglas y normas de conducta, los valores, que han permitido que los seres humanos socialicen sin mayores problemas, pero las cuales varían de un grupo social y otro.

Asimismo León Olivé Morett comenta que es necesario tener experiencia sobre algún tema en especial así como de la integración de la tecnología y de los reglamentos que se requiere para su aplicación, de esta manera el uso de la tecnología será más eficaz.

Es necesario tomar en cuenta los niveles culturales de las sociedades, para poder que la operación de los sistemas tecnológicos sean adecuados, no serán registrados avances si no existe la preparación idónea para poder ejecutarla.

El uso de la tecnología es importante, pero se debe sustentar mediante los resultados obtenidos, verificar las bondades y desaciertos que pueden presentar para un grupo social.

Lo más importante para León Olivé Morett, es que las sociedades tengan la capacidad de asegurar las relaciones sociales y culturales, no nada más se preocupen por saber usar una computadora, el internet y manejar redes sociales, al contrario saber conservar los vínculos sociales con la población.

“El objetivo a largo plazo de las políticas debe ser construir auténticos sistemas de innovación, sensibles al contexto cultural”, (Morett León,), tener en cuenta los elementos que organizan a la sociedad e involucrarlos en los terrenos tecnológicos con el objetivo de no agredir las ideologías.

Para que exista un correcto uso de la tecnociencia, es necesario un correcto sistema de comunicación que permita vínculos interesantes entre culturas diferentes, esta comunión será el puente para un desarrollo social, económico, educativo.

“Al analizar los efectos culturales de la tecnología se debe considerar a los agentes intencionales, que constituyen la médula de los sistemas tecnológicos y científicos, así como las practicas sociales.” (Morett León,), esto quiere decir que en ocasiones los seres humanos se ven obligados a realizar cierto tipo de acciones por obligación, por ello se requieren de políticas que normen las acciones tecnocientíficas.

La finalidad del uso de la tecnociencia es que los individuos puedan sustentar sus conocimientos y decidir que hacer y que no, analizar alternativas que permitan fortalecer la cultura tecnológica.

Esto quiere decir que se unàn los esfuerzos para alcanzar resultados positivos en el ámbito tecnológico y científico pero también en políticas justificadas para el enriquecimiento de la educación, la cultura y la economía.

Una vez que se haya puesto en marcha la combinación de esfuerzos, el panorama para analizar las diferentes temáticas será mayor y se habrá involucrado en el proceso a diferentes expertos en la materia.

Los profesionistas que se puedan mezclar en el operativo, serán elemento clave para alcanzar fondos de inversión, una correcta administración, podrán ser mediadores no solo difusores del conocimiento.

Será gente con capacidad de comprender las diferentes vertientes de las temáticas y de esta manera poder plasmar con mayor facilidad las necesidades y demandas de los sectores sociales.

Al contrario de lo que se podría pensar como lógico en los procesos de comunicación y la inclusión de la tecnología, se ha generado un distanciamiento entre los seres humanos, generados por el miedo o desconfianza de los elementos modernos.

Los seres humanos que crecieron antes de que la tecnología que fuera un factor indispensable para la comunicación de las nuevas generaciones, no confían

en que el uso del internet sea el adecuado para generar nuevos vínculos y menos que se genere comunicación alguna.

La inclusión de nuevos conocimientos para aquellas personas que se pueden considerar como analfabetas tecnológicos es indispensable, para que puedan relacionarse de una manera adecuada a lo que se esta viviendo actualmente.

La ciencia del conocimiento apuesta a la integración de elementos que normen y regulen el hecho de comunicación y puedan presentarse características favorables para las sociedades.

Para ello se requiere que los involucrados en los procesos de comunicación estén dispuestos a involucrarse en las acciones y contribuyan al correcto desarrollo de la comunidad

La tecnología de la información obviamente tiene sus bondades dentro de las sociedades modernas, porque ha agilizado los trámites en los diferentes sectores, puede contribuir a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, siempre que estos estén bien fundamentados.

“Las aplicaciones de las tecnología de la información y comunicación entregan nuevos instrumentos para mejorar la información y compartir el conocimiento.” (Andreas Credé,)

Los científicos, médicos, políticos, entre otros, hacen uso de la tecnología de la información para comunicarse y que no interese la distancia, con el objetivo de compartir conocimientos.

Los medios que utilizan para compartir conocimientos son los servicios de red incluyendo, el uso del correo y las conferencias multimedios, elementos que soy requeridos dentro de sus trabajos que les facilita el contacto que pueden tener unos con otros.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y OPINIÓN PÚBLICA

Los medios de comunicación son una influencia importante en la toma de decisiones de las sociedades, por ello tienen una gran responsabilidad al presentar la información y dar mensajes erróneos.

La opinión pública está manipulada por los mensajes que los medios jerarquizan según la importancia de la línea editorial de la empresa, por ello le dan mayor importancia a los temas que de alguna manera serán benéficos para ellos.

Los medios de comunicación son los que influyen de manera directa en la opinión pública, debido a que son ellos los que deciden el material informativo que van a presentar así como el tratamiento que le van a dar el contenido.

“El carácter unidireccional de los medios y los intereses político-económicos que mueven a las empresas mass mediáticas, entre otros factores, convierten a la opinión publicada en una visión parcial e incompleta del entorno social” (Guillermo López García;), debido a la selección de la información es menos probable que la información transmitida sea fidedigna.

Cuando un individuo no está informado de manera clara y sencilla simplemente no se dará cuenta de la realidad en la que vive y si los medios de comunicación son los que tienen el poder de brindar el conocimiento a la sociedad tienen una responsabilidad muy grande que repercute en su desarrollo. “Una multitud ciega casi nunca sabe lo que quiere, porque sólo rara vez sabe lo que es bueno para ella.” (noviembre 2009- enero 2010; Meyer Rodríguez)

Cuando las personas están mal informadas sobre algún tema específico es más fácil la manipulación, porque le pueden proporcionar cualquier herramienta que representará un elemento decisivo en la toma de determinaciones que tengan que ver con el crecimiento de la comunidad.

La participación ciudadana en el proceso de formación de opinión pública es importante y “aquella que no responde a la imposición de una conducta, porque su conocimiento cultiva la certeza de que es necesario tomar parte en la vida

pública de forma voluntaria para provocar beneficios en la comunidad” (noviembre 2009- enero 2010, Meyer Rodríguez)

La opinión pública va en busca del bien común, el cual se presenta únicamente cuando se ejerce de manera inteligente, con sustentos importantes que le permitan una crítica con conocimiento de causa y en el entendido de mejorar las condiciones de vida.

Cuando tenemos conocimientos sustentados en la realidad, pocas veces seremos blanco fácil para ser manipulados, cuando tenemos bases sobre algún tema en específico podremos esquivar los comentarios mal intencionados que buscan un bien personal o de un grupo y no general.

La opinión pública constituye una unidad de pensamiento, convicciones, emociones, tendencias o metas, que se producen bajo determinados factores sociales.

Algunos autores creen que los medios de comunicación tienen el poder de cambiar la opinión pública y hasta cierto punto tienen razón porque presentan alternativas para generar un conductas orientadas hacia diversos pensamientos, lo lamentable es cuando lo hacen con un la finalidad de manipular y la información que presentan no es realmente verídica.

“No es casualidad que los políticos aparezcan en nuestras radios, periódicos, televisores y hoy por hoy, tengan su propia página web” (Mayo 2000, <http://rehue.csociales.chile.cl/publicaciones/mad/02/paper06.htm>), hay un trasfondo quieren que las buenas actividades que realicen a favor de algún grupo social sea de conocimiento público para hacerse de más seguidores, pero quizá la realidad no es congruente y es ahí donde se generan los conflictos.

“Las encuestas y los hábitos en la investigación social parecen señalar cambios en la actitud de los individuos respecto a un tema que directa o indirectamente los afecta según la influencia de los medios de comunicación masivos”. (Mayo 2000. Antes de presentarse algún tipo de propaganda o difusión

de ciertos acontecimientos, las personas tienen una resolución definida, pero cuando comienzan a fluir los mensajes, toda perspectiva cambia. (Mayo 2000., <http://rehue.csociales.chile.cl/publicaciones/mad/02/paper06.htm>)

Los medios de comunicación masiva cambian los procesos de opinión pública, aunque estos efectos no son del todo planificados o controlables y el cambio puede ocurrir tanto por lo que se hace como lo que se deja de hacer.

De igual manera la forma de interpretar los contenidos de los mensajes se basará en el nivel educativo de la persona, por ello se debe considerar este detalle y tener conocimiento de lo que un comentario enviado al auditorio puede generar.

La influencia de los medios de comunicación en la sociedad debe tomar en cuenta la ideología, estatus socioeconómico, religión y geografía para emitir los mensajes, porque de ellos dependen los cambios de conducta de las personas.

“Lemert en su revisión acerca del tema de opinión pública, asegura que históricamente los estudios acerca de la actitud y sus cambios se han preocupado de la actitud centrada en temas, entendiendo a estos tópicos como objetos de la actitud”.(Mayo2000.<http://rehue.csociales.chile.cl/publicaciones/mad/02/paper06.htm>.) Por ello es importante distinguir entre el cambio de actitud y conducta, en el primer ejemplo será el como reacciono hacia el mensaje y la segunda es cómo realizó la acción después del mensaje.

El acceso a los medios de comunicación ha crecido debido a la integración de la tecnología, esto quiere decir que los ciudadanos tienen mayor contacto con la información pero también esta expuesto a las mentiras y manipulación.

“El videopoder ha afectado a la democracia de manera similar que lo han hecho los monopolios”, (noviembre 2009- enero 2010, Meyer Rodríguez), debido a que sus mensajes no son los correctos y generan una transformación negativa en la persona, lo que no permite un voto limpio.



Cuando la opinión pública se ve monopolizada ya no esta generando información fidedigna sino desviada hacia los intereses de aquellos que ejercen el poder, para continuar teniéndolo sin ningún problema.

Con la generación de opinión pública se pueden enriquecer los hechos que acontecen en la vida cotidiana, pero es indispensable que para ello exista una responsabilidad de aquellos que ejercen este elemento, con el único objetivo de crear conciencia social y poder manejar los mensajes de manera adecuada.

A la opinión pública se le han agregado elementos que logran vender ideas o productos, mediante la integración de personajes que han realizado actividades representativas en la sociedad y que en cierto grado son un ejemplo a seguir, además de que cuentan con una credibilidad impresionante por lo que pueden hacer cambiar la manera de sentir de los individuos.

Ahora bien, también existe opinión pública dañina que no permite el crecimiento de la sociedad, al contrario lo sumerge en un círculo vicioso de rencor y frustración.

Será hasta que los representantes de los medios de comunicación se comprometan a presentar mensajes que efectivamente sean una herramienta que le permita al ser humano formularse juicios consientes sobre el quehacer social, cuando se ejerza una opinión pública efectiva.

“El autoritarismo mexicano desarrollo una extraordinaria capacidad para administrar las vertientes de la opinión pública agregada para fijar la agenda política del país que fue réplica de la agenda presidente.” (Esbobedo, julio-diciembre 2003) El interés que se tenía era que el mismo partido que gobernaba continuara haciéndolo y con ello presentaban al público únicamente las actividades sobresalientes para que esto se efectuará.

Lo importante para cualquier régimen gubernamental radica en el control de la participación, por ello solo presentan temas de los que les conviene se hable, las voces que implican movilizaciones y demandas están fuera de la legalidad.

Los estudios de opinión pública son de gran valor, contribuyen a establecer las expectativas y dar valor a la legitimidad de las elecciones, además de generar mayor estabilidad al peso de las encuestas.

Las encuestas permiten conocer la evolución de las campañas no importa de qué índole se trate y los posibles resultados, además de que permiten conocer un poco más sobre el pensamiento de las sociedades y sus preferencias generando con ello una opinión pública asertiva.

Los medios de comunicación se han convertido actualmente en el foco de atención del acontecer público nacional por el sentido de oposición que han desplegado frente a algunos temas de interés.

De la misma forma, los medios de comunicación tienen un el poder de cambiar la forma de pensar de las personas "esto es lo que produce una intención periodista, desde el deseo inconsciente de favorecer o perjudicar con la información en el caso de los profesionales honestos, hasta las estrategias preconcebidas de quienes tienen carencias éticas y que pretenden con ella producir cambios que coincidan con su visión política."(Mauricio Ramos, julio-septiembre 2002)

De acuerdo a la función que tienen los medios en el desarrollo social de la sociedad, contribuyen en la formación de conceptos reales, dando como resultado que al interior de las comunidades existan diferentes formas de concebir e interpretar los acontecimientos de carácter, social, político, civil, etc.

Cuando un medio de comunicación cuenta con la credibilidad, será un medio al que recurra la sociedad con frecuencia en busca de opinión pública, con el objeto de verificar la postura de las personas a las que consideran tienen amplios conocimientos.

Un medio de comunicación es que el debe expresar la opinión pública pero de la misma forma lo crean, la información repetitiva que aparece a cuadro es la

que las personas que tienen el poder consideran importante y hacen que la población lo piense de esa manera.

La diversidad de opciones que los medios de comunicación presentan a la comunidad es lo que enriquecerá la opinión pública, lamentablemente las condiciones socioeconómicas del país ejercen un elemento importante que limita los alcances.

No significa lo mismo para una persona que tiene acceso a los noticieros por antena área, que para aquellas familias que tienen un mayor alcance de información por poder solventar un gasto de contratación televisiva.

Las personas que cuentan con un contrato con alguna compañía de cable, tienen más opciones de información, porque alcanzan más mensajes que los pueden comparar con la vida real.

Acción que no ocurre con las personas que no cuentan con recursos suficientes para la contratación de cable, tienen que conformarse con escuchar lo que les presenten sin alcanzar a criticar y contraponer diferentes ideologías.

El simple hecho de que algún acontecimiento se divulgue a través de los medios, de comunicación, se convierte en pública y la mayoría de las veces, no deja de ser la opinión de unos pocos.

La credibilidad que ofrecen los medios de comunicación y la influencia que ejercen los líderes, que hablan a través de esos medios, sobre la opinión de otros, lo convierte en un derivado de la táctica que utilizan.

“Según Giovanni Sartori, hay tres problemas básicos de la información periodística: la insuficiencia cuantitativa, la tendenciosidad y la pobreza cualitativa.” (Ana María Miralles, 2001) Lamentablemente no se puede llevar un conteo de lo práctico o no que resulta ser un mensaje.

Solamente los líderes de opinión tienen un espacio y desarrollan una relación con los medios, porque suministran el material atractivo para el consumo de de la población.

Con la creciente influencia que ejercen los medios de comunicación en la sociedad actual, se puede mencionar que la población cuenta con más elementos que le permiten emitir sus puntos de vista sobre cualquier tema, sin embargo necesitamos gente educada, crítica y con conocimientos para poder identificar lo verdadero de lo efímero.

Los gobiernos y empresas utilizan los sondeos para conocer la opinión pública sobre cuestiones de interés y de donde puedan alcanzar ventajas si implementan novedades, pero para ello es necesario conocer el sentir de los usuarios.

Dentro de las diferentes teorías que sustentan el proceso de opinión pública como el del espiral del silencio, desarrollado por Elisabeth Noelle-Neumann en la que establece que “los medios de comunicación, en especial la televisión, influyen directamente en la audiencia y pueden reflejar y transformar la realidad e influir en el clima de opinión y como mediadores en el espacio público” (Valentín Hereira, 28/04/07, www.aporrea.org/medios/a33878.html), con ello hacen creer a la población que la imagen que difunden es un reflejo fiel de la realidad.

Ahora bien un clima de opinión representa los cambios de percepción colectiva que se pueda tener de un tema cualquiera, puede ser de índole política, económico, social, deportivo, entre otros.

Los medios de comunicación están ligados con lo recursos como información, influencia y control ideológico, porque ejercen autoridad entre la sociedad debido a los contenidos que presentan y a la credibilidad del presentador.



Los medios masivos, que conforman un sistema único de comunicaciones en forma armónica y sincrónica que están dirigidos al mismo auditorio, tienen como meta complementar la opinión pública o bien generarla.

La influencia de la televisión ha sido bien utilizada por sus dueños, quienes a través de la presentación de imágenes reafirman el discurso que presentan y con ello logran una manipulación más a fondo entre la sociedad.

Dentro de nuestra sociedad la información impartida por los medios masivos de comunicación no va dirigida a unas clases sociales determinadas, pues para los dueños de los medios estas no existen estrictamente. En el sistema individualista típico del capitalismo, la información llega a los individuos y no a los grupos, presentando el acontecer diario como una suma de hechos independientes sin relación entre ellos.

EL PODER DE LA COMUNICACIÓN MASIVA

Los medios de comunicación llegan a gran cantidad de personas de manera rápida y efectiva, son una característica de la vida moderna, existen de diferentes tipos como la radio, la televisión, los periódicos y el internet, cine, revistas, música, teatro, anuncios publicitarios entre otros, que pueden enviar mensajes a miles de personas de manera simultánea.

Los medios de comunicación masiva despiertan posiciones extremas, como sentimientos de optimismo, poder, consumismo, manipulación de la opinión pública, miedo, felicidad pero también son generadores de conciencia, información, educación, por ello es necesario que los mensajes sean tomados por la sociedad de una manera clara y sencilla, para no confundirlos.

Es por este poder que tienen los medios de comunicación masiva en la sociedad que pueden ser un factor poderoso para el desarrollo de la comunidad o lo contrario, dependiendo de los mensajes que se den a conocer.

La industria y la tecnología moderna, han alterado la forma de comunicación humana, para la comunicación masiva el receptor es mudo y pasivo, el auditorio acepta sin decir nada más la información que los medios le dan a conocer.

“En las tres últimas décadas, el uso de estos medios han permitido llegar, como nunca antes en la historia de la humanidad, a públicos tan numerosos provocando reacciones generalizadas”, (www.robertexto.com) por ello ya sean positivos o negativos estos sentimientos, los resultados se pueden apreciar y en consecuencia llegar a soluciones definidas.

Al abordar el papel que tienen los medios de comunicación social actual, se puede decir que es de poder que tienen para transmitir los contenidos, percepciones y referentes de todo tipo que los ciudadanos toman en cuenta para el actuar cotidiano, por ello es necesario entrar en el mundo de la comunicación, con una postura crítica, que haga reflexionar al individuo.

Con el surgimiento d los medios de comunicación y las nuevas capacidades tecnológicas, se ha ampliado su cobertura informativa, su gran penetración en el pensamiento de los usuarios, su rápida capacidad de difusión, su enorme versatilidad semiótica, le han dado un poder impresionante ante la sociedad.

“Este creciente poder los de los medios sobre la sociedad y los individuos ha creado, cada vez más, una sociedad mediática que ha producido una nueva atmósfera cultural colectiva, que ha ocasionado que el conjunto de las principales instituciones de gobernabilidad ahora funcionen a distancia por intermediación de los canales de información, especialmente electrónicos.” (www.razonypalabra.org.mx)

Actualmente se puede decir que no hay medios de comunicación más efectivos que la radio y la televisión, debido a la gran cantidad de personas que tienen acceso a ellos, además de su funcionabilidad, ya que pueden estar haciendo otra cosa a la vez.

“La construcción o deconstrucción de la realidad masiva cotidiana, es decir, de lo que existe o no existe de lo que es bueno o es malo, de lo que hay que recordar o que hay que olvidar, de lo que es importante o no, de lo que es verdad o mentira, de lo que son valores o antivalores, de lo que hay que hablar o silenciar, se elabora, cada vez más, especialmente en grandes ciudades, desde los medios colectivos de difusión.” (www.razonypalabra.org.mx)

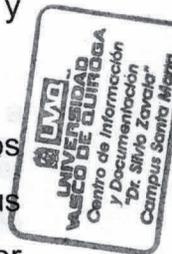
La representación de los canales de información masiva ha crecido de manera importante, debido a que son los medios los que contribuyen sustancialmente a construir la realidad social, no podemos hablar de política sin la presencia y la persuasión de los medios de comunicación.

“La comunicación de masas se refiere al proceso en donde una organización compleja con asistencia de una o más máquinas produce y transmite mensajes públicos que están dirigidos hacia audiencias grandes, heterogéneas y dispersas.” (08/11/2007, <http://apuntesalmargen.com>)

Según la definición que nos brinda esta página de internet, podemos darnos cuenta del poder de los medios de comunicación, son ellos quienes tienen en sus manos el decir qué, cómo, cuándo, dónde y por cuánto tiempo se dará a conocer la información y con ello provocar un cambio de pensamiento de los interesados.

El poder que han ganado los medios de comunicación en la sociedad es impresionante no solo para el cambio de ideas sobre algún tema en particular, sino también para crear comunidades de consumo, que se dejan llevar por mensajes mercadológicos atractivos, en donde el uso de un personaje famoso y bonito, hace que los individuos se identifiquen con el mensaje y piensen que ellos también pueden alcanzar ese nivel de vida.

“La ubicua presencia de esos medios y la fascinación que consiguen ejercer sobre sus públicos induce a sospechar sobre la privación del juicio libre y racional, con la consiguiente manipulación de las conciencias de los receptores, que potencialmente son la inmensa mayoría de los habitantes del globo” (http://www.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/C/comunicacion_masas.pdf)



Referente al potencial persuasivo de los medios, Peña Marín menciona que es difícil medir cuál es poder real de los medios de comunicación, pero los efectos que generan es el consumismo o la falta seriedad en temas relacionados a la política social del país.

Las críticas básicas a los medios de comunicación forman parte del sentir de la sociedad, incluso son muchas veces sumadas a las de los propios medios, que con su voracidad característica, arrasan con todo lo que esta su paso:

El principal problema nos dice el autor de la universidad Complutense es que los medios nos ven como una masa, debido a que un mismo mensaje es recibido por miles de personas con diferentes características.

Las maneras en que trabajan los medios de comunicación para formular sus mensajes son un mecanismo de refuerzo y aceptación lo que ya esta asentado como norma, no lo cuestionan como algo que se analice para hacerlo.

“Un mensaje cualquiera de la comunicación social puede ser sometido a una multiplicidad de lecturas. Un fragmento de material escrito, puede ser considerado simplemente en términos de la información manifiesta que transmite sobre los hechos.” (www.geocites.com/nombrefalso)

Al hablar de medios de comunicación de masas y su influencia social, debemos tomar en cuenta la participación de los dirigentes, trabajadores y los consumidores, que son todo un conjunto diverso que propicia el avance de la información de acuerdo a los intereses de la empresa.

Actualmente nos encontramos con medios que presentan una clara intención comercial, que se sirven de la tecnología como herramienta para la expansión y que cuentan con trabajadores mucho más especializados, competentes y productivos.

Los ciudadanos conocen lo que ocurre en su ciudad, país o comunidad gracias a la presencia de los medios de comunicación, para algunos la televisión, los periódicos y la radio, forman parte de su ambiente cotidiano para mantenerse

informados, aunque en ocasiones se apropian de la opinión pública y logran manipular al receptor a su antojo.

“Salvo aquellos de propiedad pública, los medios de comunicación de masas son empresas privadas que sobreviven en función de la lógica del mercado, es decir, según sea su capacidad de venta.”

(<http://campus.usal.es/dpublico/areacp/materiales/mediosdecomunicacion.pdf>)

Cuando son propiedad pública, la información que se presenta tiende a ser de favoritismo de lo que el gobierno en turno quiere que los ciudadanos conozcan, en los privados, gira alrededor del mejor postor, la realidad es que en cualquiera de los casos, los ciudadanos son espectadores, con poca capacidad de interacción y cambio.

Según comenta Flavia Freidenberg, en su artículo publicado en internet, los medios de comunicación de masas pueden ser considerados como extensiones de las propias facultades sensoriales del individuo o como el sistema nervioso de la comunidad en la que se encuentran.

Se refiere a que los medios logran captar las situaciones que acongojan a una sociedad y los adquieren para presentarlos a miles de personas que están pasando por problemas similares y que de manera general les proporcionan las soluciones más factibles a sus casos.

Los medios de comunicación ejercen tanto poder en los individuos debido a que son mediadores políticos que canalizan y crean opinión pública, cultura y son un elemento que difunde la información.

Los medios se han convertido en actores centrales para el funcionamiento de los sistemas sociales y son claves para comprender las dinámicas que se dan en él y en el modo en que los ciudadanos se vinculan con las instituciones políticas.

En seguimiento a lo que indica Flavia Freidenberg indica que existen tres funciones clásicas de los medios de comunicación de masas relacionadas con la sociedad; vigilancia, correlación y transmisión de la cultura.

Referente a vigilancia la autora comenta que el apartado está dirigido al servicio periodístico, recoger, procesar y difundir la información, además los medios también proporcionan explicaciones e interpretaciones para ayudar a los ciudadanos a comprender el significado de lo que se ha dado a conocer.

Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental como transmisores de información, creadores de opinión y agentes de socialización, por ello su responsabilidad social es importante, ya que de ellos depende el seguimiento de conciencia entre los ciudadanos.

“Los medios de comunicación son actores políticos que expresan o articulan intereses de diversos sectores económicos y sociales ligados a los mismos.” Además son los que marcan la pauta para que los ciudadanos modifiquen sus ideologías respecto a ciertos temas.

<http://campus.usal.es/dpublico/areacp/materiales/mediosdecomunicacion.pdf>

La información que las personas encuentran más accesible para juzgar políticos y candidatos proviene de diferentes fuentes, entre ellas se destacan los medios de comunicación porque tienen la capacidad de favorecer a ciertos elementos que son de interés para la población.

La importancia de los medios de comunicación de masas se debe a la persuasión que ejercen en la población y en la credibilidad que le inyectan a sus contenidos, cuando las personas dejan de confiar en la información dada a conocer lo más probable es que cambien sus preferencias y es un golpe para la economía del medio como empresa.

“Las teorías de los efectos negativos en los medios de comunicación de masas sostienen que las prácticas habituales de los medios impiden el

compromiso cívico, entendiendo por éste el aprendizaje acerca de los asuntos públicos, la confianza en el gobierno y el activismo político.”

(<http://campus.usal.es/dpublico/areacp/materiales/mediosdecomunicacion.pdf>)

CAPÍTULO 1

Los medios de comunicación cambian de manera constante en la medida que mejoran las tecnologías, lo que permite nuevas oportunidades para que la sociedad tenga el poder, sin poner niveles en este mandato.

CAPITULO 3

TECNOLOGIAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

LA ALFABETIZACION DIGITAL DE LA SOCIEDAD

Es importante para el crecimiento de la sociedad, que sus integrantes tengan conocimientos del uso y aplicaciones de las nuevas tecnologías, para que puedan integrarse de manera adecuada y puedan desenvolverse con soltura en los entornos de la información.

Las sociedades que cuentan con una mayor preparación académica avanzan más y de una mejor manera, teniendo como resultado el progreso de su población, lamentablemente esta situación no es equitativa, existes países en donde sus ciudadanos se han quedado rezagados y por ello se marca una diferencia enorme, en la distribución de la riqueza.

Existen países donde la analfabetización digital por parte de sus habitantes es impresionante, lo que ha generado una desinformación social, además del alcance a posibilidades de empleo por desconocimiento de las técnicas que usualmente se requieren para trabajos sencillos.

La sociedad de la información y conocimiento debe ser considerada como una sociedad de educación, en la cual cada uno de sus integrantes debe ser compartido y mostrar a los demás aquello importante para el desarrollo intelectual.

Para que esta situación se lleve a cabo es necesario un cambio cultural que permita aceptar la intervención de la tecnología y obtener mayor capacitación en aquellos temas que son importantes en la época moderna, con ello se estará dotando de herramientas novedosas a los pobladores.

CAPITULO 3

TECNOLOGIAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

LA ALFABETIZACION DIGITAL DE LA SOCIEDAD

Es importante para el crecimiento de la sociedad, que sus integrantes tengan conocimientos del uso y aplicaciones de las nuevas tecnologías, para que puedan integrarse de manera adecuada y puedan desenvolverse con soltura en los entornos de la información.

Las sociedades que cuentan con una mayor preparación académica avanzan más y de una mejor manera, teniendo como resultado el progreso de su población, lamentablemente esta situación no es equitativa, existes países en donde sus ciudadanos se han quedado rezagados y por ello se marca una diferencia enorme, en la distribución de la riqueza.

Existen países donde la analfabetización digital por parte de sus habitantes es impresionante, lo que ha generado una desinformación social, además del alcance a posibilidades de empleo por desconocimiento de las técnicas que usualmente se requieren para trabajos sencillos.

La sociedad de la información y conocimiento debe ser considerada como una sociedad de educación, en la cual cada uno de sus integrantes debe ser compartido y mostrar a los demás aquello importante para el desarrollo intelectual.

Para que esta situación se lleve a cabo es necesario un cambio cultural que permita aceptar la intervención de la tecnología y obtener mayor capacitación en aquellos temas que son importantes en la época moderna, con ello se estará dotando de herramientas novedosas a los pobladores.

Con la integración de diferentes mecanismos tecnológicos, se tuvo que formalizar un lenguaje preciso, que nos indicará del objeto del cual se habla, para ello el vocabulario si bien aún sigue siendo desconocido para algunas personas, se ha integrado en el entorno social y ha hecho más fácil su uso.

La familiarización de los términos tecnológicos, en un principio genero problemas debido al desconocimiento, sin embargo, con el paso del tiempo y el uso cotidiano se volvieron tan comunes que la población se hizo cada día más abierta al conocimiento de los mismos.

Un ejemplo claro es el que nos da a conocer Mariano Cebrián Herreros en el artículo "Pantallas para los libros digitales" (Cebrián Herreros, noviembre-diciembre 2009 enero-febrero 2010), quien mencionó que "El mundo editorial se transforma." Debido a la inclusión de tecnologías que hacen más fácil el acceso a la información y en menor tiempo.

Como ya se sabe, la comunicación es una combinación de símbolos que nos permiten entablar un lenguaje común y de esta manera lograr un entendimiento global. Lo mismo ocurre con la tecnología, que se ha ido integrando y que ha formulado un conjunto de símbolos que faciliten el manejo de los mecanismos necesarios.

La conjunción de estos elementos ha permitido que cada vez sean más prácticas las habilidades de los mensajes digitales, debido al crecimiento de las capacidades para utilizar los símbolos gráficos que representan el lenguaje.

La alfabetización digital básicamente se refiere al conocimiento tecnológico, es ejecutar de manera diestra las actividades que han venido a innovar en el uso de la comunicación y la que tiene acceso la sociedad.

La alfabetización digital implica la apropiación de los nuevos conocimientos a partir de aprender a utilizar los componentes computacionales, que pueden aminorar la carga de trabajo, pero también pueden generar problemas generados por el desconocimiento.

“La introducción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, es aún muy limitada, aún cuando estas pueden ofrecer oportunidades muy importantes para garantizar el acceso, la circulación de la información y el uso de nuevas herramientas complejas para apoyar los procesos del aprendizaje.” (http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol13_1_05/aci04105.htm)

Las bondades de las tecnologías de la información y comunicación para cada uno de los aspectos de la sociedad moderna, se basa principalmente en el entendimiento de los mensajes emitidos a través de las herramientas tecnológicas que nos permiten una mayor rapidez del flujo de la información.

La capacidad de penetración de las tecnologías de la información y comunicación, alcanza a la mayor parte de la actividad humana planteando nuevas necesidades de educación.

Para algunos autores la alfabetización es saber leer y escribir, pero además comprender oraciones simples, más aún cuando el conocimiento es digital, el usuario debe saber manipular el aparato, pero además saber el motivo por el cuál se realiza de tal o cual manera.

Con toda esta revolución de innovación, lo único que se busca es generar ciudadanos más críticos, pero que tengan que sustentos claros de lo que están diciendo, para que de esta manera puedan formular conceptos claros.

“La determinación de los componentes de una alfabetización funcional se debe hacer de manera coherente con el contexto social donde una persona se desarrolla.” (Ortoll Espinet, 2007)

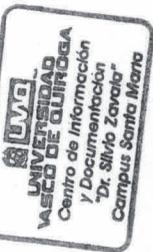
“De lo que estamos hablando es de competencia comunicativa, es decir, de un conjunto de saberes, puestos en práctica reflexiva y movilizados por el sujeto para desenvolverse de forma eficaz en el proceso de comunicación.” (Tejedor Calvo, 2007) La alfabetización en el área de comunicación esta entendida por parte de los integrantes de los medios masivos, quienes se enfrentan a un reto mayor debido a la integración de los procesos tecnológicos.

El reto es muy grande para los medios de comunicación, porque tienen la responsabilidad de informar a los ciudadanos de una manera respetuosa, pero además deben tener el conocimiento necesario para saber utilizar los mecanismos tecnológicos actuales.

Para la sociedad obviamente es importante saber reconocer la información y filtrarla según sus intereses, pero también deben conocer el uso de las herramientas novedosas que permiten una manipulación rápida y eficaz de los mensajes.

La informática es un elemento importante para el desarrollo de la comunicación, porque será a través de imágenes, símbolos y mensajes la manera en la que se logre mayor penetración en la sociedad.

Esta sociedad debe estar preparada para captar los mensajes de una manera clara y obviamente tener conocimientos sobre los procesos tecnológicos que permitan tener criterios sustentados para su crecimiento personal sin dejar que sean manejados según los intereses ajenos.



Para que la sociedad acepte la integración de la alfabetización digital, es necesario que las personas que jamás han tenido contacto con la tecnología y que tienen temor al hacerlo, busquen la manera en que este tema sea fácil de llevar y que no genere conflictos internos entre los involucrados.

Los tiempos de cambios en los que vivimos han respaldado las modificaciones en el uso del lenguaje, formas de comunicar y la emisión de mensajes, por ello la sociedad debe prepararse para poder comprender lo que le están dando a conocer y de la misma forma poder responder.

Para que un mayor número de personas se integren a esta evolución tecnológica y evitar el rezago en la era digital, los gobernantes tienen una responsabilidad social, con el objetivo de motivar a la población y poner en alcance los medios suficientes para que puedan hacer uso de los mecanismos digitales.

El desconocimiento de las nuevas tecnologías de la comunicación produce un rezago digital, que genera desigualdad en el acceso y su uso, para evitar esta situación es necesario buscar un método para que un mayor número de personas tengan a su disposición las herramientas necesarias.

El nivel socioeconómico de la población, repercute de manera directa en el uso de las nuevas tecnologías, porque no cuentan con un aparato digital que les permita conocer su uso y lenguaje, por lo que el problema principal de un país es vencer la pobreza.

Para Rafael Casado Ortiz, la alfabetización digital sería “el proceso de adquisición de los conocimientos necesarios para conocer y utilizar adecuadamente las infotecnologías y poder responder críticamente a los estímulos y exigencias de un entorno informacional cada vez más complejo, con variedad y multiplicidad de fuentes, medios de comunicación y servicios.”
(<http://lastrobiand.blogspot.com/2007/05/alfabetizacin-digital.html>)

De igual manera todos estos cambios han repercutido en la educación, en la manera en la que los estudiantes reciben los conocimientos, porque les están promoviendo que sean autodidactas y que busquen la manera de obtener respuestas a sus dudas.

Con ello cada vez es mas frecuente el uso de los cursos en línea, en donde los alumnos aprenden de una manera diferente de manera práctica y con mayor rapidez en el acceso de la información.

Las competencias y habilidades que desarrollan son de gran importancia para la adquisición de conocimiento, porque proporciona al individuo un crecimiento intelectual y de vida.

Un nuevo escenario entra en el juego, con el uso de la tecnología de la información y comunicación, en el sentido de adaptación al cambio y el dominio de las novedades tecnológicas.

Al parecer el responsable de la actualización de esta actividad es el sector educativo, los profesores se convierten en las personas indicadas para la enseñanza, que brindará habilidades y competencias tecnológicas, que aplicarán de manera selectiva en su entorno laboral, social y personal.

Para las sociedades actuales el principal desafío al que se enfrentan es distribuir la información, para que esta llegue a todas las personas, más aún ahora que la tecnología permite el acceso a través de diferentes medios, el problema es que los individuos desconocen su uso.

Hasta en países con altos niveles de desarrollo se presentan problemáticas debido a la falta de conocimientos para el uso de las novedades tecnológicas, por ello es importante que la alfabetización en la información sea introducida en todos los ámbitos académicos, en la sociedad y las diferentes culturas existentes.

“El reto no es que la información y la tecnología se sumen a un mayor equilibrio social, sino que los avances de la tecnología digital y de telecomunicación puedan ser utilizados para reducir las desigualdades de los grupos históricamente excluidos y así desvanecer la brecha para evitar el riesgo de producir la digital división”.

(RamírezLeyva, http://www.cerlalc.org/redplanes/secciones/biblioteca/nuevas_tecnologias_alfa.pdf)

Para que la era de la información funcione de una manera adecuada es necesario homogenizar todos los procesos, para que los pobladores cuenten con los mismos datos y evitar las confusiones que pudieran presentarse en el proceso.

Tendría que ser conformada una nueva cultura de la información, en donde los gobiernos e instituciones públicas y privadas garanticen la disponibilidad y el acceso de los mecanismos necesarios, además de capacitar a los ciudadanos para el uso y máximo aprovechamiento.

LA INFORMACIÓN MULTIMEDIAL

“Se ha emprendido la carrera para crear bibliotecas digitales hasta llegar a la ambiciosa biblioteca digital universal”, indica el autor Mariano Cebrián Herreros en su artículo Pantallas para libros digitales, en donde nos explica de manera sencilla la transformación que ha tenido la información en la manera de ser presentada a la población.

Es muy fácil y rápido darnos cuenta de la evolución tecnológica por la cual ha pasado la información sin que el contenido cambie, simplemente los canales por los cuales se transmite.

Si bien actualmente es más sencillo obtener datos de diversas temáticas, también es cierto que los ciudadanos no han valorado la presentación que se le ha dado a la información, aunque se han vuelto consumidores potenciales de las tecnologías.

“La expansión del libro recorre dos caminos: el del e-book o libro electrónico y el del i-book o libro por internet”. Estos dos nuevos mecanismos de acceso de información son prácticos porque le dan al lector alternativas de lectura en cualquier lugar en el que se encuentren.

Aunque tanta libertad puede ser negativa, debido a los excesos que representa, como la piratería, a explotación en la distribución sin permisos por parte del autor, entre otros.

Con la llegada de aparatos tecnológicos, también podemos observar una batalla comercial, en donde los productores compiten en el mercado por alcanzar las mejores ganancias y cubrir las necesidades de los clientes.

Sin embargo, esta situación ha generado competencia en el mercado que ha logrado que los costos bajen y las personas puedan obtener estas herramientas de manera más simple.

El concepto de intercreatividad constituye una pieza clave desde los orígenes de Internet. Desarrollado en la teoría por Berners-Lee (1996), es la suma de dos palabras muy asociadas al fenómeno evolutivo de Internet: interactividad más creatividad. Utilizado desde las primeras comunidades *hackers* existentes en la Red, como motor de desarrollo del medio este concepto resultó imprescindible en el camino hacia la red mundial que hoy existe.

La intercreatividad propicia los mecanismos necesarios para que toda la comunidad pueda aportar su conocimiento al producto desarrollado, en forma horizontal y organizada (Pardo Kuklinski, 2005,2).

Para explicar esta idea Berners-Lee (2000: 156) señala: "Deberíamos ser capaces no sólo de encontrar cualquier tipo de documento en la Web, sino también de crear cualquier clase de documento fácilmente. Deberíamos no sólo poder interactuar con otras personas, sino crear con otras personas. La intercreatividad es el proceso de hacer cosas o resolver problemas juntos".

El concepto de intercreatividad se aproxima desde una perspectiva tecno-social al potencial colaborativo que está tras el uso de las tecnologías en red, ya que lo que se construye es un ciberespacio para compartir el conocimiento entre personas, a través de *networks* de cooperación recíproca.

Berners-Lee explica que la noción de intercreatividad no hace solamente referencia a al acto interactivo sino que describe el valor sustantivo que ofrece la evolución de Internet y su potencial social, a través de la consolidación de redes de gestión del conocimiento.

Este concepto no sólo refuerza la capacidad de transferir datos, sino que va mucho más allá, asignando un valor estratégico al proceso social de intercambio y a la construcción colectiva del saber. Fue este mismo fundamento el que impulsó a Berners- Lee a crear la WWW.

Este principio es fundamental para el espíritu de colaboración abierta de las comunidades *hackers*. Es decir, la intercreatividad sustenta sus bases en la firme

convicción que tras esta metodología de intercambio creativo es posible alcanzar un grado de conocimiento cooperativo que beneficia y enriquece a todos los que participan de esta interacción.

En 1997 Pierre Lévy publicaba *Inteligencia Colectiva: por una antropología del ciberespacio*⁴, cuya tesis central giraba en torno a la existencia de un saber colectivo. En su trabajo explica que es necesario reconocer que esta inteligencia colectiva está distribuida en cualquier lugar donde haya humanidad y que ésta puede potenciarse a través del uso de los dispositivos tecnológicos. La inteligencia colectiva puede entenderse como la capacidad que tiene un grupo de personas de colaborar para decidir sobre su propio futuro, así como la posibilidad de alcanzar colectivamente sus metas en un contexto de alta complejidad.

La obra de Lévy se gestó de manera simultánea a la masificación de Internet en los años '90, época en que el desarrollo de la Red estaba primordialmente enfocado al ámbito comercial y en que las dinámicas de interacción de usuarios estaban restringidas al correo, chat y los BBS (*bulletin board system*). Entonces, este autor anticiparía la necesidad de crear herramientas tecnológicas que permitieran la construcción cooperativa de conocimientos de muchos con muchos, sin que existiera la voluntad expresa de crear un saber colectivo. En su trabajo plantearía, que si las tecnologías se orientaban a ser mediadoras entre las inteligencias de los individuos de la sociedad, éstos realmente podrían ver potenciadas sus capacidades creativas⁵. Desde esta perspectiva la sociedad puede entenderse como un sistema que alcanza un nivel superior de inteligencia colectiva que trasciende en tiempo y espacio a las inteligencias individuales que la conforman.

Este intelecto colectivo, explica Lévy, es una especie de sociedad anónima a la que cada accionario aporta como capital su conocimiento, sus conversaciones, su capacidad de aprender y enseñar. Esta suma de inteligencias no se somete ni se limita a las inteligencias individuales, sino por el contrario, las exalta, las hace fructificar y les abre nuevas potencias, creando una especie de *cerebro compartido*. Lévy, así como otros autores, plantea que en el contexto

virtual se enriquece esta idea del diálogo y cooperación, cuyo resultado es un saber enriquecido por las individualidades de cada participante. "La web del futuro expresará la inteligencia colectiva de una humanidad mundializada e interconectada a través del ciberespacio." (Lévy, 2003)

Desde un punto de vista teórico, la inteligencia colectiva parte del principio de que cada persona sabe sobre algo, por tanto nadie tiene el conocimiento absoluto. Es por ello, que resulta fundamental la inclusión y participación de los conocimientos de todos. Desde esta perspectiva, el ciberespacio por sus propiedades (entorno de coordinación sin jerarquías que favorece la sinergia de inteligencias) es el ambiente perfecto para reconocer y movilizar las habilidades-experiencias-competencias de todas las personas (Lévy, 1997).

Rheingold es otro autor que ha desarrollado investigaciones en esta línea. Entre sus publicaciones destaca: *Smart Mobs: The Next Social Revolution (Multitudes Inteligentes: La próxima revolución social. 2002)*. En este trabajo explica que la comunidad virtual es algo parecido a un ecosistema de subculturas y grupos espontáneamente constituidos. Bajo esta idea un nuevo tipo de red social se está extendiendo en los últimos tiempos dentro del espacio cibernético al que todo el mundo puede acceder usando su teléfono, computadora u otros dispositivos móviles.

El autor señala que esta comunidad virtual conforma una especie de ecosistema de subculturas y grupos espontáneamente constituidos que se podrían comparar con cultivos de microorganismos, donde cada uno es un experimento social que nadie planificó y que sin embargo se produce.

Johnson (2001) aborda esta idea al señalar que los sistemas descentralizados, como el caso de las colonias de hormigas, por ejemplo, hacen que los encuentros arbitrarios permitan a los individuos calibrar el macroestado del sistema. Sin esos azarosos encuentros, la colonia no sería capaz de adaptarse a nuevas condiciones medioambientales o ir detrás de nueva comida. Otro ejemplo que funciona bajo esta idea –que él denomina inteligencia emergente– es el de las

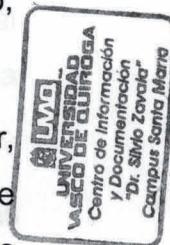
células. Éstas según explica, hacen mucho más que seguir los dictados del ADN. Ellas aprenden de sus pares. Este aprendizaje colectivo emerge porque cada célula mira a sus vecinas para saber cómo comportarse.

Johnson agrega que las ciudades poseen un tipo de inteligencia emergente. Es decir, una habilidad para almacenar y recuperar información, de reconocer y responder a los patrones del comportamiento humano. "Nosotros contribuimos a esa inteligencia, pero es casi imposible para nosotros percibir esa colaboración, porque nuestras vidas se extienden en una incorrecta escala." (2001:100) Rheingold, en concordancia con esta idea de la inteligencia emergente, explica que la actual apropiación de las tecnologías digitales tiene directa incidencia en la conformación de nuevas dinámicas de construcción del capital social (conocimiento colectivo) en el contexto de la sociedad del conocimiento (Cobo, 2006).

Al respecto, Rheingold (2001) analiza el caso de los *Flash Mobs*, es decir, aquel fenómeno social en que agrupaciones de personas organizadas a través de dispositivos digitales se manifiestan colectivamente de manera presencial, lo que se conoce también como movilizaciones instantáneas. En su trabajo, el autor explica que el uso de las plataformas tecnológicas digitales es la columna vertebral de este movimiento, ya que toda la interacción se produce a distancia y funciona a través de la distribución de mensajes por medio de redes sociales.

En esta línea, Castells (2006: 381) explica que "Con la difusión del acceso inalámbrico a Internet, así como a redes de ordenadores y sistemas de información situados en cualquier parte del mundo, la comunicación móvil se define mejor por su capacidad para la conectividad ubicua y permanente que por su movilidad potencial".

Castells (2006) plantea que entre las principales tendencias surgidas desde la irrupción de la telefonía móvil, destacan aspectos como: la autonomía; el consumismo, la conectividad permanente; la formación de comunidades instantáneas; el desdibujamiento del contexto social en la práctica individual; el



acceso a la red inalámbrica como fuente de valor personal y como derecho social, la producción de contenidos y de servicios por parte de los usuarios; la transformación del lenguaje; la influencia de las redes de información y sus efectos en el ámbito sociopolítico. Un análisis sobre las implicancias de un acceso ubicuo a Internet.

En concordancia con los autores anteriores, Rheingold postula que la convergencia de tecnologías tiene profundas repercusiones de carácter social porque las personas utilizan herramientas que les permiten adoptar nuevos formatos de interacción, coordinación y cooperación. Por ejemplo, señala este autor que la integración de la computadora y del teléfono hizo posible la creación de Internet impulsando la comunicación horizontal.

La integración de los ciclos de desarrollo tecnológico y su apropiación social generaron las condiciones para que existieran las multitudes inteligentes, explica Rheingold (2002).

Finalmente, señala que estas nuevas formas de interacción posibilitadas por las tecnologías favorecen el intercambio de conocimiento colectivo y la construcción de un capital social, que se genera cuando se comparten las redes sociales, la confianza, la reciprocidad, las normas y valores para promover la colaboración y la cooperación entre las personas (Rheingold, 2005).

Antes de describir las aplicaciones Web 2.0, cuyo uso puede beneficiar al campo de la enseñanza, se analizan algunos de los principios que contribuyen a conceptualizar el aporte específico que brinda la web social al mundo de la educación. Sin duda, que el principal valor que ofrecen las aplicaciones Web 2.0 es la simplificación de la lectura y escritura en línea de los estudiantes. Esto se traduce en dos acciones sustantivas del proceso de aprendizaje: generar contenidos y compartirlos. Podría plantearse que este "Aprendizaje 2.0" se apoya en dos principios básicos de la actual Web: contenidos generados por el usuario y arquitectura de la participación.

Bajo este panorama se consolida una Web que permite innovar hacia un modelo más rico en herramientas, espacios de intercambio y pedagógicamente más prolíficos, donde estudiantes y docentes pueden aportar sus conocimientos. Gibbons, Limoges, Nowotny, Schwartzman, Scott y Trow (1994) analizan la idea de un “conocimiento socialmente distribuido”, potenciado por el uso de aplicaciones que favorecen el acceso, el intercambio de información y la generación colectiva de contenidos. Es decir, un conocimiento intercambiable, acumulativo, colaborativo, que puede ser compartido, transferido y convertido en un bien público. Johnson (1992), por su parte, agrega que el conocimiento siempre se genera bajo una continua negociación y no será producido hasta que los intereses de varios actores estén incluidos. Este autor propone tres tipologías diferentes de aprendizaje.

1) Aprender haciendo [*learning-by-doing*]: Para este tipo de aprendizaje resultan de especial utilidad aquellas herramientas que permiten al estudiante y/o docente la lectura y la escritura en la Web, bajo el principio de “ensayo-error”. Por ejemplo, los estudiantes pueden aprender sobre ecología generando presentaciones en línea⁵ (de texto, audio o video) sobre cómo se trata este tema en diferentes naciones del mundo. Luego el profesor lo revisa y corrige aquellos aspectos mejorables. Este proceso de creación individual y colectiva.

2) Aprender interactuando [*learning-by-interacting*]: Una de las principales cualidades de las plataformas de gestión de contenidos es que además de estar escritas con hipervínculos, ofrecen la posibilidad de intercambiar ideas con el resto de los usuarios de Internet.

Bajo este enfoque, el énfasis del aprender interactuando está puesto en la instancia comunicacional entre pares. Algunos ejemplos de interacción son: agregar un *post* en un *blog* o *wiki*, hablar por *VoIP*⁶, enviar un *voice mail*⁷, y actividades tan coloquiales como usar el *chat* o el correo electrónico.

3) Aprender buscando [*learning-by-searching*]: Uno de los ejercicios previos a la escritura de un *paper*, trabajo, ensayo o ejercicio, es la búsqueda de

fuentes que ofrezcan información sobre el tema que se abordará. Ese proceso de investigación, selección y adaptación termina ampliando y enriqueciendo el conocimiento de quien lo realiza. En un entorno de gran cantidad de información disponible, resulta fundamental aprender cómo y dónde buscar contenidos educativos.

Lundvall (2002), agrega a esta taxonomía un cuarto tipo de aprendizaje, que representa el valor esencial de las herramientas Web 2.0 y que está basado en la idea de compartir información, conocimientos y experiencias:

4) Aprender compartiendo [*learning-by-sharing*]: El proceso de intercambio de conocimientos y experiencias permite a los educandos participar activamente de un aprendizaje colaborativo. Tener acceso a la información, no significa aprender: por esto, la creación de instancias que promuevan compartir objetos de aprendizaje contribuyen a enriquecer significativamente el proceso educativo. Internet cuenta con una gran cantidad de recursos para que los estudiantes puedan compartir los contenidos que han producido.

Por ejemplo, plataformas para intercambio de diapositivas en línea¹⁰, *podcasts* o videos educativos, entre otros. La idea de “aprender compartiendo” es analizada por diferentes autores. Trabajos como los de Maes, Thijssen, Dirksen, Lam, y Truijens (1999) o Collazos, Guerrero y Vergara (2001) estudian cómo el uso de Internet abre innumerables posibilidades en el campo de la enseñanza. Estos autores plantean que el concepto de *learning-by-sharing* se enriquece a través de lo que Harasim, Hiltz, Turoff y Teles (2000) denominaron *redes de aprendizaje* (alumno-alumno o alumno-profesor) apoyados en estas tecnologías cooperativas. En este contexto, la Web 2.0 multiplica las posibilidades de aprender al compartir contenidos, experiencias y conocimientos.

Los recursos en línea de la Web 2.0, además de ser herramientas que optimizan la gestión de la información, se convierten en instrumentos que favorecen la conformación de redes de innovación y generación de conocimientos basadas en la reciprocidad y la cooperación.

La permanente renovación del conocimiento no sólo demandará de nuevas habilidades en el uso de las tecnologías, sino también de destrezas orientadas a procesar cada vez mayores volúmenes de información. El adecuado desarrollo de estas habilidades en los educandos estimulará su interés por generar y compartir contenidos multimedia de calidad, siempre y cuando los docentes estén al tanto de las ventajas de estas aplicaciones y cuenten con la alfabetización tecnológica necesaria para incorporar estos recursos digitales al aula.



CONCLUSIÓN

La revisión de diferentes documentos que abordan el tema de comunicación, muestran una visión más amplia sobre el tema y dejan claro el proceso de cambio que ha sufrido, debido a la integración de la tecnología, esta situación permite un análisis profundo que refuerza la importancia de difusión de mensajes en cualquier ámbito de la sociedad moderna.

Este trabajo de investigación documental que se divide en tres capítulos y tiene como objetivo, identificar aquellos elementos que han permitido que la comunicación se este desarrollando a la par de la modernidad tecnológica y colectiva.

La labor teórica que se llevo a cabo con este proyecto nos permitió recordar la necesidad de establecer códigos y significados heterogéneos, para evitar las confusiones que podemos generar al comunicarnos, debido a que no somos claros ni sencillos con lo que queremos dar a conocer.

En el caso específico del Programa de Desarrollo Humano Oportunidades en el Estado de Michoacán, existen diferentes líneas de comunicación individuales y colectivas, mismas que permiten la difusión de la información de una mejor manera, sin embargo, todavía se presentan errores al intercambiar los mensajes, porque los símbolos que se utilizan el proceso no son entendidos de manera adecuada, generado principalmente por el contexto cultural y económico de la fas familias beneficiarias.

El modelo de comunicación en Oportunidades se da de manera lineal y descendente, porque la figura responsable de dar a conocer los mensajes adecuados es el Secretario de Desarrollo Social, quien a su vez informa a los delegados de los diferentes programas, estos a su vez informan a los Coordinadores Estatales y de ahí hacia abajo.

Entre los principales problemas de este modelo nos encontramos con el diferente manejo de signos y símbolos, los cuales son diferentes de acuerdo a la zona geográfica, lo que provoca un rompimiento en la armonía de la comunicación.

En este sentido, la implementación de la tecnología han provocado también una falla en la comunicación interna de la Coordinación, la cual se ve afectada en el exterior al momento de proporcionar elementos erróneos a los interesados.

El uso de la tecnología en las actividades de comunicación son indispensables para alcanzar mejores resultados, sin embargo cuando no se utilizan de manera correcta lo único que genera es desconcierto e impresiones.

Con la intervención de la tecnología se agilizan los tiempos en los procesos de producción, sin embargo pueden ser un detonante confusiones y malas interpretaciones entre la sociedad debido a un uso ineficiente, asimismo la presentación de la información que se genera a través de esta alternativa es mejor, sin embargo si no se conoce sobre sus bondades puede ser un problema para el usuario.

Para sustentar la información que los científicos de la comunicación han presentando, quienes indican que la comunicación es tan importante que puede cambiar la manera de pensar de la gente, generando con ello la integración de nuevos grupos sociales con fundamentos en diferentes áreas.

El intercambio de información es más frecuente y rápida gracias a los mecanismos que se han integrado a la comunicación, esto ha provocado que la sociedad sea más crítica con los contenidos que se le presentan, con ello es más factible que la ciudadanía cuente con características de autosuficiencia que le permitan formarse opiniones certeras y sin temor a ser manipulados.

El flujo de la comunicación en las sociedades modernas ha mejorado el vínculo entre el emisor y el receptor, el ruido que pueden presentar el canal, debido a que el medio en diversas ocasiones no es el adecuado y puede presentar descontrol entre los involucrados.

En este sentido existe controversia por parte de los estudiosos de la comunicación, quienes opinan que con el ingreso de la tecnología los libros quedarán obsoletos, en contraparte algunos otros manifiestan que esto es mentira, que existen personas a las que les llama más la atención el uso de los medios electrónicos.

Asimismo, comentan que los libros se han vuelto más cercanos para las sociedades, esto se debe a que ya no deben comprar el libro, sino ingresar al internet.

Por esta situación considero que el uso de internet, todavía no es global y existen comunidades en las cuales jamás se ha presentado este miedo, por lo que la población desconoce los alcances además de que representa un costo monetario importante.

La pobreza es un elemento importante en el proceso de las tecnologías de la información, porque sigue siendo un proceso en el cual el nivel socioeconómico es importante para alcanzar este conocimiento.

Con este compendio presentamos también la representación de los medios de comunicación en la generación de opinión pública, reafirmamos la responsabilidad que tienen los medios para generar movimientos sociales, por ello es necesaria la concientización para generar ciudadanos bien informados con sustentos válidos y no por intereses personales.

Definitivamente el canal más efectivo que se debe utilizar en Oportunidades con las familias beneficiarias es el impreso, llámense folletos, dípticos, carteles, mantas, entre otros, porque estos son el sustento de información que se pueden llevar a casa y revisarlo si les quedan dudas de algún proceso.

Obviamente el uso de de la tecnología como el internet será de apoyo pero para personal de la Coordinación que cuenta con el acceso a ello, para las familias no es suficiente.

Existen obviamente diferencias en los esquemas de comunicación en la actualidad, debido a la cantidad de mensajes emitidos y la rapidez en su distribución, acción que da como resultado que la retroalimentación sea también más ágil y con características diferentes que permite enriquecer el proceso de comunicación.

La interacción entre personas es más fácil de llevar a cabo con la inclusión de herramientas tecnológicas, lo que permite compartir experiencias, transferencia culturales, con otros países, lamentablemente esto provoca la desorientación debido a la utilización diferente de los términos o códigos comunicacionales.

Para el Programa de Desarrollo Humano Oportunidades el uso del internet ha sido un beneficio para las familias beneficiarias, porque los Promotores Sociales pueden consultar el padrón de datos de toda la República Mexicana, únicamente ingresando el folio de la titular.

Esto genera que los trámites sean resueltos de manera efectiva, rompiendo la barrera geográfica y proporcionando un servicio de calidad, sin necesidad de esperar grandes temporadas para solucionar los problemas.

Con respecto a la utilización de medios de comunicación masiva, en el Programa de Desarrollo Humano Oportunidades en el Estado, está muy limitada la

difusión, debido a que utilizan la promoción a nivel federal lo que restringe el acceso a la información.

En algunos casos lo más utilizado es la radio, ya que en algunos municipios se hace uso de este medio para dar a conocer datos referentes al programa, lo que propicia el conocimiento de la comunidad.

La radio entonces, es el medio más representativo para Oportunidades a nivel estado, con ello deja fuera a los medios de comunicación masivos que requieren de la tecnología, como el caso del internet, con las redes sociales y plataformas de discusión.

En la actualidad la tecnología digital sigue siendo tema de discusión social debido al uso que este medio tiene en las zonas rurales y urbanas, enmarcando las diferencias socioeconómicas de unas y otras y con ello marcando la diferencia entre el desarrollo de ambas.

El éxito de la comunicación digital esta dictaminado, por el nivel cultural de la población, así como la edad y nivel económico de las personas, por ello no se puede asegurar que este medio sea bueno para el Programa de Desarrollo Humano Oportunidades.

Por último, es necesaria la formación de sociedades más informadas, pero también con conocimientos esenciales en tecnología que les permitan tener mayor acceso a la comunicación global, además de la utilización de signos y símbolos que con base en la sencillez y la claridad de los mensajes permitan un correcto entendimiento.

REFERENCIAS DE CONSULTA

1. West y Turner (2005), *Teoría de la comunicación análisis y aplicación*, Madrid, España, Mc Graw Hill, pp. 3-57.
2. Fernández, Carlos y Galguera, Laura (2009). *Teorías de la Comunicación*. D.F. México, Mc Graw Hill, pp. 1-17.
3. García, Néstor, Canclini, (2007), *Lectores, espectadores y cibernautas*, Barcelona, España, Gedisa, S.A, pp 72-92, 125-230)
4. Garay, Luz María, Cruz, (2009). *Tecnologías de Información y Comunicación*. D.F. México. UPN, pp.15-36, 175-211.
5. Guzmán, Josefina y Guzmán, Teresa de Jesús. (2009). *Innovación educativa y tecnología*. México, Purrúa, pp. 9-25.
6. Amador, Rocío, Bautista, (2008). *Educación y tecnologías de la información y la comunicación: Paradigmas teóricos de la investigación*. México: Plaza y Valdez Editores, pp. 21-136
7. Cebrián, Mariano, Herreros (2010). "Pantallas para los libros digitales", en: *Revista Mexicana de la comunicación*. Noviembre - Enero 2010. México. pp. 8 y 9.
8. Gómez, Carmen, Mont (2010). "El libro en la era digital", en: *Revista Mexicana de la comunicación*. Noviembre - Enero 2010. México. pp. 19-22.
9. Meneses, María Elena (2010). "Economía de la gratuidad", en: *Revista Mexicana de la comunicación*. Noviembre - Enero 2010. México. pp. 27-30.
10. Ricardo Novoa, Andrés (1980) "Conceptos básicos sobre comunicación",

Editorial Agrinter-agris, Turrialba, Costa Rica. pp 2-10.

11. Diccionario de la lengua española, Volumen 2001, Parte 2

12. Berlo, David (2000). El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y la práctica. Editorial El Ateneo, tercera edición. Pag 239

13. Esquivel, José Luis, Hernández (2010). "Google y la sociedad del conocimiento", en: *Revista Mexicana de la comunicación*. Noviembre - Enero 2010. México. pp. 36 y 37.

14. Meyer, José Antonio, Rodríguez (2010). "Democracia, videopolítica y opinión pública", en: *Revista Mexicana de la comunicación*. Noviembre - Enero 2010. México. pp. 38 -40.

14. Trejo, Raúl, Delarbre (2010). "La red en su circunstancia", en: *Revista Mexicana de la comunicación*. Noviembre - Enero 2010. México. pp. 41 - 45.

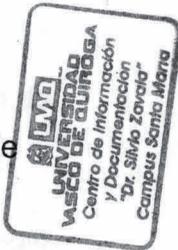
15. Sosa Plata, Gabriel (2009) "Rumbo a la conversión tecnológica", en : *Revista mexicana de comunicación; Tumbos y contrariedades de los medios mexicanos* , marzo-abril 2009. México. Pp 28-31

16. Gómez Carmen, 2009, "Museos Virtuales", *Revista Mexicana de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, mayo/junio, México D.F. pp 9,11

17. Lara Álvaro, Contreras Sergio, "Consumo Mediático", *Revista Mexicana de Comunicación, Museos Virtuales*, mayo/junio, México D.F. pp 25,

18. Rodríguez, Ismael (2005). *Técnicas de Investigación Documental*, México, Trillas, pp. 75-96.

19. http://www.wikilearning.com/curso_gratis/la_administracion_de_recursos_humanos-comunicacion_eficaz_en_el_medio_laboral/15947-5 **"Comunicación eficaz en el medio laboral"** 31 Julio del 2010
20. [http://books.google.com.mx/Canto_Manuel_\(2000\)_Interaccion_de_las_Organizaciones_de_la_Sociedad_Civil](http://books.google.com.mx/Canto_Manuel_(2000)_Interaccion_de_las_Organizaciones_de_la_Sociedad_Civil) "Interacción de las Organizaciones de la Sociedad Civil" 7 de agosto de 2010.
21. <http://www.monografias.com/trabajos14/medios-comunicacion/medios-comunicacion.shtml> "Los Medios de Comunicación frente a la Revolución de la Información"
22. <http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/41/estcom.htm> "¿Estrategia de comunicación o estrategia con comunicación?" 3 de Agosto del 2010
23. <http://books.google.com.mx/>"Comunicación y Sociedad 39", 13 de agosto de 2010
24. Del Moral Pérez, María Esther (1998) "Reflexiones sobre nuevas tecnologías e información" en <http://books.google.com.mx>
25. Muñoz Blanca, (2005) "Cultura y Comunicación: Introducción a las teorías contemporáneas" en <http://books.google.com.mx>
26. Vázquez Miguel Ángel, (2006) "Noticias a la carta: periodismo de declaraciones o la imposición de la agenda" en <http://books.google.com.mx>
27. Lozano, José Carlos (2007) "Teoría e investigación de la comunicación de masas" en <http://books.google.com.mx>



28. Álvarez Tomás y Caballero Mercedes (2004) "Vendedores de imagen: los retos de los nuevos gabinetes de comunicación", Editorial Paidós, Segunda edición, pág. 126 Consultada el 27 de agosto de 2010
29. Dubravcic Alaiza Martha; Comunicación Popular: del paradigma de la dominación al de las mediaciones sociales y culturales; Universidad Andina Simón Bolívar; 2002; pág: 12, 28,
30. Edison Otero Bello, Teorías de la Comunicación, pag: 15, 20, Editorial Universitaria, 1997, pág: 17
31. (<http://www.infoamerica.org/teoria/berlo1.htm>, Comunicación, Sociedad y Cultura, Perfil biográfico y pensamiento BDN/Infoamérica PN1+Isej06-1456)
32. Espinoza Elizabeth; www.robertexto.com; Comunicación Masiva
33. Lazarsfeld Paul F. y Merton Robert K.; www.robertexto.com; Comunicación de Masas
34. Martelar Armant, La comunicación Masiva en el Proceso de Liberación; Siglo XXI Editores; pag: 31: 2005
35. K. Readon Kathleen La persuasión en la comunicación: Teoría y Contexto; Paidós Comunicación; 1991; pág: 207.
36. Credé Andreas y Mansell Robin: Las Sociedades de Conocimiento en síntesis, Otawa Canadá; 1998, Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo pág: 8
37. López García Guillermo, Comunicación Electoral y formación de la Opinión Pública; Junio 2002 pág: 317
38. Revista Mad. No. 2. Mayo 2000. Departamento de Antropología. Universidad de Chile, <http://rehue.csociales.chile.cl/publicaciones/mad/02/paper06.htm>, Jorge Peña, Perspectivas Acerca de...

39. Escobedo Juan Francisco, Movilización de Opinión Pública en México, 65, Derecho comparado de la Información, núm. 2, julio-diciembre 2003
40. Ramos Mauricio, 459, Los medios de comunicación y la opinión pública en Venezuela, espacio abierto vol.11 no.3 julio-septiembre 2002
41. Miralles Ana María Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana, pag: 23 grupo editorial norma, 2001, Colombia
42. Hereira Valentín, 28/04/07, Los medios de comunicación, la opinión pública y el poder, www.aporrea.org/medios/a33878.html
43. Esteinou Madrid Javier, núm. 23, Los medios de información colectivos como centro del poder contemporáneo www.razonypalabra.org.mx
44. Apuntes al margen, 08/11/2007, Comunicación de masas, <http://apuntesalmargen.com>
45. Comunicación de masas, Cristina Peña Marín, Universidad Complutense de Madrid, http://www.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/C/comunicacion_masas.pdf
46. Nombre Falso, www.geocities.com/nombrefalso, Eliseo Verón, Ideología y Comunicación de Masas: La Semantización de la Violencia Política
47. Los medios de Comunicación de Masas: ¿También son actores?, Flavia Freidenberg, <http://campus.usal.es/dpublico/areacp/materiales/mediosdecomunicacion.pdf>
48. Silvera Claudia; La alfabetización digital: una herramienta para alcanzar el desarrollo y la equidad en los países de América Latina y el Caribe, http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol13_1_05/aci04105.htm
49. Ortoll Espinet Eva, La alfabetización digital en los procesos de inclusión social, pág: 36, Editorial UOC, 2007, Barcelona

50. Tejedor Calvo Santiago, La enseñanza del ciberperiodismo: de la alfabetización digital a la alfabetización ciberperiodística, Comunicación Social, pág: 27, Sevilla España, 2007
51. Malinowaki Bronislaw; Alfabetización Digital, <http://lastrobiand.blogspot.com/2007/05/alfabetizacin-digital.html>
52. Ramírez Leyva Elsa Margarita, Lectura, Alfabetización en la información y de la Cultura de la Información, Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas de la Universidad Nacional Autónoma de México, pág:4,http://www.cerlalc.org/redplanes/secciones/biblioteca/nuevas_tecnologías_al_fa.pdf)
53. Pardo Kuklinski Hugo, 24 de agosto de 2007, Inteligencia Colectiva,2.
54. Guzmán, Josefina y Guzmán, Teresa de Jesús. (2009). *Innovación educativa y tecnología*. México, Purrúa, pp. 9-25.
55. Lara Álvaro, Contreras Sergio, "Consumo Mediático", Revista Mexicana de Comunicación, Museos Virtuales, mayo/junio, México D.F. pp 25.
56. McQuail, Denis. "Introducción a la teoría de la comunicación de masas". Paidós. Barcelona, 1983.
57. PEREZ ROJAS, Luis Beltrán, Aportes al Objeto de estudio de la comunicación, una propuesta desde la psicología cognitiva. Recuperado el 25 de Agosto de 2010 en p. 19
58. Rodrigo Alsina (1996) La construcción de la noticia Paidós, Barcelona
59. Rodríguez, Ismael (2005). *Técnicas de Investigación Documental*, México, Trillas, pp. 75-96.

60. VEGA, Aimée (1999). "Los medios de comunicación en el nuevo orden", en West y Turner (2005), *Teoría de la comunicación análisis y aplicación*, Madrid, España, Mc Graw Hill, pp. 3-57.

61. Wiener, N. (1988). *Cibernética y sociedad*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

62. Rojas Soriano Raúl; *Guía para la Investigación de Ciencias Sociales*, Plaza y Valdez editores, México, D.F. 2006

El presente trabajo se terminó de
Reproducir, Imprimir, Empastar o
Encuadernar en el Taller Especializado de

ENCUADERNACIÓN
PROFESIONAL.

En Morelia, Michoacán, Méjico.
4ª. Generación desde 1929
Fray Bartolomé de las Casas No. 216
Centro Histórico. Tel. (443) 312 09 38.