

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Evolución de las estrategias de comunicación social, con base en las tecnologías de la información

Autor: Antonio Plancarte Perea

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

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

**" EVOLUCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE
COMUNICACIÓN SOCIAL, CON BASE EN LAS
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN "**

TESINA



**SUSTENTANTE:
ANTONIO PLANCARTE PEREA**

MORELIA, MICHOACÁN.

OCTUBRE DE 2010

INTRODUCCIÓN

Agradezco a mi esposa por compartir conmigo su vida, a mis padres por su amor, mis hermanas por su cariño, a mis abuelos, tíos y primos por su entusiasmo y a mi hermano, el ángel de mi corazón, por haberme impulsado, alentado y querido durante toda la vida.

Las condiciones de las sociedades mexicanas como es el caso del Estado de Guanajuato, no es diferente, específicamente hablando del público joven, se puede observar una clara tendencia y preferencia hacia la manipulación de tecnologías de la información y comunicación con base en Internet.

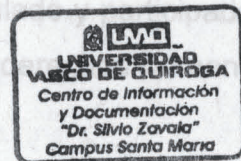
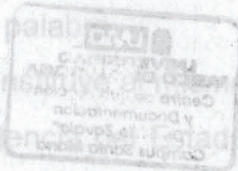
A lo largo de la historia, en el progreso de la tecnología, cada nueva generación de medios de comunicación trajo consigo su carga de utopías de creación de espacios públicos de interacción participativa, entre ciudadanos informados que hacen uso de su derecho a la palabra.

Todo medio de comunicación nuevo consiguientemente, en el tiempo el punto de disputas entre lógicas sociales en competencia, del Estado, del mercado y de la sociedad civil.

Históricamente, las luchas por la libertad de prensa, y la libertad de expresión que ella implicaba en ese entonces, han estimulado a la sociedad en las grandes batallas democráticas contra la censura, los tiranías y la esclavitud.

Estas luchas han contribuido en gran medida a la elaboración y la fundación de nuestras democracias, los principios y legislaciones que prevalecen en la actualidad en términos de derecho a la información y a la comunicación. Así mismo, lograron modelar una intersección de espacios mediáticos en el cual coexisten diversas formas de medios de comunicación y de instituciones mediáticas.

En cuanto al objeto de estudio se refiere (los esquemas de comunicación alternativos del Gobierno del Estado de Guanajuato), será importante definir claramente las características de cada uno de estos y de su audiencia, lo anterior con la finalidad de generar una propuesta que permita el desarrollo de estrategias óptimas y pertinentes para el correcto flujo de la información y retroalimentación de las partes.



INTRODUCCIÓN

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Tecnología y comunicación son dos términos de uso cotidiano en las sociedades modernas a nivel mundial, son conceptos correspondientes a una realidad vigente marcada por el flujo de la información y la diversidad de posibilidades comunicativas.

Las condiciones de las sociedades mexicanas como es el caso del Estado de Guanajuato, no es diferente, específicamente hablando del público joven, se puede observar una clara tendencia y preferencia hacia la manipulación de tecnologías de la información y comunicación con base en Internet.

A lo largo de la historia, en el progreso de la tecnología, cada nueva generación de medios de comunicación trajo consigo su carga de utopías de creación de espacios públicos de interacción participativa, entre ciudadanos informados que hacen uso de su derecho a la palabra.

Todo medio de comunicación nuevo constituye al mismo tiempo el punto de disputas entre lógicas sociales en competencia del Estado, del mercado y de la sociedad civil.

Históricamente, las luchas por la libertad de prensa, y la libertad de expresión que ella implicaba en ese entonces, han estimulado y participado en las grandes batallas democráticas contra la censura, los derechos humanos y la esclavitud.

Estas luchas han contribuido en gran medida a la elaboración y la fundación de nuestras democracias, los principios y legislaciones que prevalecen en la actualidad en términos de derecho a la información y a la comunicación. Así mismo, lograron modelar una intersección de espacios mediáticos en el cual coexisten diversas formas de medios de comunicación y de instituciones mediáticas.

En cuanto al objeto de estudio se refiere (los esquemas de comunicación alternativos del Gobierno del Estado de Guanajuato), será importante definir claramente las características de cada uno de estos y de su audiencia, lo anterior con la finalidad de generar una propuesta que permita el desarrollo de estrategias óptimas y pertinentes para el correcto flujo de la información y retroalimentación de las partes.



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En todo organismo de gobierno resultan trascendentes los alcances de sus canales de comunicación, ya que representan el contacto y la información por parte del organismo con su audiencia, con la sociedad, con los gobernados; por tal motivo, en la mayoría de los casos se privilegia a los medios institucionales dándole seguimiento y estructura definida.

En algunos casos, parte importante del presupuesto se asigna a la reproducción, producción y evaluación de mensajes, así como a la medida de la retroalimentación por parte del público meta. Las estrategias más comunes solían ser las correspondientes a los mensajes en radio, televisión y periódicos impresos, sin embargo, hoy en día las condiciones de las posibilidades en Internet, han permitido a las diferentes organizaciones la implementación de contenidos diversos y dinámicos.

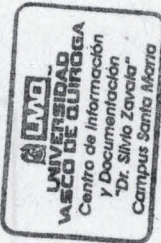
En México por ejemplo, es cada vez más común encontrar instancias gubernamentales que se ayudan para informar a través de las tecnologías con aplicación en Internet para la diversificación de sus mensajes, el público joven adolescente ha resultado ser su mejor audiencia, y aunque todavía son pocos los estudios que nos hablan de la efectividad de estas estrategias, la realidad empíricamente observable nos refleja una verdadera tendencia.

Con la finalidad de seguir un rumbo definido en investigación, nos hemos planteado como eje rector de esta investigación la siguiente pregunta general de investigación:

¿Cuáles son los esquemas de comunicación actual por parte de las sociedades latinoamericanas modernas?

A manera de aportación paulatina parcial, y con la finalidad de ir complementando la respuesta de nuestro objeto de estudio nos hemos apoyado en las siguientes preguntas particulares:

¿Cuáles son las diferencias de los esquemas de comunicación tradicionales y las vigentes?



¿Cuáles son los medios de comunicación que en las sociedades modernas se privilegian?

¿Cómo funciona actualmente la comunicación a través de medios alternativos?

¿Cuales son y cómo se utilizan las herramientas de comunicación en medios alternativos?

A los cuestionamientos anteriormente expuestos, se les pretende dar respuesta a través del desarrollo y análisis de los capítulos que conforman el marco teórico conceptual de esta investigación, mismos que se presentan en el cuerpo de esta tesina.

Esta investigación pretende contemplar y presentar información trascendente, que permita crear un panorama actualizado de los

JUSTIFICACIÓN

en las sociedades modernas, sin embargo, ha sido poco claro con respecto a sus límites, ya que en esta ocasión las

Consideramos que la presente investigación es pertinente en función de las condiciones actuales de nuestro objeto de estudio, es decir, la realidad empíricamente observable en el entorno del Gobierno del Estado de Guanajuato muestra una evidente necesidad de atención en los procesos y estrategias de comunicación que mantiene con sus diferentes públicos representados en la población.

El tema de las tecnologías de la información y comunicación es vigente en muchos espacios de debate, sin embargo, aún son pocos los trabajos que abordan el tema desde una perspectiva teórica reflexiva. En el caso de esta tesina, se aborda el tema contemplando las características del fenómeno y el de las partes implicadas, pretendiendo hacer un reconocimiento analítico descriptivo.

Con el presente trabajo de investigación documental, se pretende también hacer un aporte documental a la línea de investigación correspondiente, permitiendo así contribuir a la diversidad de temas y perspectivas del fenómeno de la comunicación y sus diferentes modalidades, privilegiando también la vigencia de los temas y su trascendencia social.

Actualmente el Gobierno del Estado de Guanajuato, ha considerado como indispensable, la atención y correcta administración de los diversos canales de



comunicación, procurando su efectividad como medios de difusión y su correcta retroalimentación por parte de la población.

Por lo anterior, esta investigación resulta necesaria dado que es un primer acercamiento documental a las necesidades de comunicación del mencionado organismo público.

se plantean el presente protocolo, presentamos el siguiente supuesto de investigación:

El Gobierno del Estado de Guanajuato difunde sus mensajes y propiamente a través de diferentes medios de comunicación masiva como: la televisión, el periódico y la radio.

OBJETIVOS

Esta investigación pretende contemplar y presentar información trascendente, que permita crear un panorama actualizado de las condiciones de comunicación en las sociedades modernas, sin embargo, habremos de ser claros con respecto a sus límites, ya que en esta ocasión las condiciones de análisis, se centran en el caso del Gobierno del Estado de Guanajuato, por lo cual a manera de *objetivo general* se plantea el siguiente:

Analizar los esquemas de comunicación actuales de las sociedades latinoamericanas modernas.

El proceso, mediante el cual se pretende generar una conclusión, misma Con el propósito de tener un acercamiento paulatino y ordenado al mencionado objetivo, se plantean como tareas específicas los siguientes *objetivos particulares*:

- *Detectar las diferencias de los esquemas de comunicación tradicionales y las vigentes.*
- *Reconocer y describir los medios de comunicación que en las sociedades modernas se privilegian.*
- *Conocer la función actual de la comunicación a través de medios alternativos.*
- *Determinar el uso de las herramientas de comunicación en medios alternativos.*

registros auditivos y otros, serán básicos para poder generar las unidades de análisis correspondientes.



SUPUESTO DE INVESTIGACIÓN

A manera de respuesta anticipada a los cuestionamientos y objetivos de investigación que se plantean el presente protocolo, presentamos el siguiente *supuesto de investigación*:

El Gobierno del Estado de Guanajuato difunde sus mensajes y propuestas a la población a través de diferentes medios de comunicación masiva clásicos, como: la televisión, el periódico y la radio.

Más recientemente ha tenido un mayor flujo de información a través de diferentes sitios en Internet, sin embargo, poco a poco ha reconocido la importancia que tiene el uso de los medios alternativos, sobretodo en el segmento de los jóvenes.

ESTRATEGIA METODOLÓGICA

El proceso mediante el cual se pretende generar una conclusión, misma que se pudiese considerar como verdad vigente, corresponde a las condiciones del método general *hipotético deductivo*, ya que mediante un análisis de las generalidades propuestas en las teorías y disertaciones científicas, se contrastan estas últimas con el caso particular de nuestra realidad, la realidad tangible del Gobierno de Estado de Guanajuato.

Como método particular contemplamos el *análisis*, ya que a través de la división de la totalidad del fenómeno en sus partes nos permite tener un mejor entendimiento de cada una de ellas, e incluso de sus relaciones con el resto de los componentes de la totalidad.

Dicho *análisis* será posible gracias a la implementación de las diferentes técnicas de recolección de la información. Consultas bibliográficas, hemerográficas, de registros auditivos y otros, serán básicos para poder generar las unidades de análisis correspondientes.



Especial importancia tiene para esta investigación el contraste y consulta en Internet, ya que aparte de brindarnos información indispensable, nos permite el contraste continuo e inmediato con la realidad de nuestro objeto de estudio.

Por lo anterior, las técnicas de la investigación documental son las que en mayor medida brindan la recolección de la información de esta investigación.

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

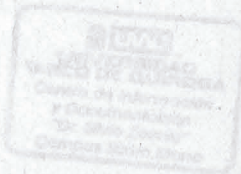


Con fines de practicidad, se expone en este apartado la necesidad de desarrollar y definir algunos elementos que son base para esta investigación, y que pudiesen ser sujetos a debate, por lo que en los capítulos teóricos se desarrollarán y expondrán con sus respectivas fuentes.

La conceptualización de: medios de comunicación clásica, medios alternativos, audiencia, público joven y otros, será de vital importancia para la homogenización del entendimiento por parte del autor y del lector de esta investigación, investigación que no se cierra al debate, sino que muestra su propuesta con base en algunos de los autores contemplados para el desarrollo del tema.

Por otro lado, será indispensable desarrollar plenamente algunas teorías de la comunicación que le dan argumento a nuestros postulados. La teoría de la interacción simbólica, la teoría de usos y gratificaciones, la teoría del análisis del cultivo y la teoría de la espiral del silencio, son algunas de las cuales se pudiese hacer una adaptación e interpretación en contraste con nuestro objeto de estudio.

A continuación se presenta el reporte de investigación, mismo que para su fácil entendimiento se ha dispuesto en 4 capítulos, los tres primeros, capítulos teóricos parte de la construcción documental del estado del arte de este tema, y un cuarto capítulo a manera de conclusión y propuesta de parte del autor.



CAPÍTULO 1

Si bien es cierto que la comunicación es reciente en comparación con otras ciencias, la necesidad de expresar algo a alguien, es mucho más antigua.

LA COMUNICACIÓN COMO OBJETO DE ESTUDIO

En las sociedades no consideradas, la comunicación como objeto de estudio de una disciplina específica. En muchos casos siguen opinando de manera similar hay otros que consideran que la comunicación se ha constituido como un campo de investigación social (Duverger, 1975: 31).

Para Riveiro, la actividad que más realiza una persona en la vida es comunicarse. Esto lo logra de diferentes maneras, a distintos niveles, por distintos motivos y de diversas formas; de ahí la importancia de estudiar la comunicación.

El término comunicación tiene varios usos. Uno de ellos se considera polisémico porque hace referencia tanto al uso general como al uso especializado. El diccionario de la RAE trae la etimología de la palabra *comunicatio*, *communicationes*, tiene cuatro acepciones totalmente diferentes:



- Acción o efecto de comunicar o de comunicarse
- Trato, correspondencia entre dos o más personas
- Unión que se establece entre ciertas cosas, tales como mares, pueblos, casas y habitaciones, mediante pasos, orujías, escaleras, vías, canales, cables y otros recursos.
- Papel escrito en que se comunica alguna cosa oficialmente.

Algunas de las definiciones de comunicación de autores representativos y actuales en este campo dan cuenta de la diversidad de significados y connotaciones que le dan a la comunicación:

“La comunicación es más que una práctica natural. Comunicar es apropiar de manera consciente los elementos idóneos para la comprensión y el estudio. Las palabras, los objetos, el cuerpo, una forma de mirar, un tipo de vestuario, un ambiente, una reunión, un memorando,

1.1 EL PARADIGMA DEL FENÓMENO DE LA COMUNICACIÓN.



Si bien es cierto que el estudio de la comunicación es reciente en comparación con otras ciencias, la necesidad de expresar algo a alguien, es mucho más antigua.

Hasta principios de los sesentas, muchos de los teóricos de las ciencias sociales no consideraban la comunicación como objeto de estudio de una disciplina específica. En la actualidad aunque muchos siguen opinando de manera similar hay otros que consideran que la comunicación se ha constituido como un campo de investigación social (Duverger, 1975: 31).

Para Riveiro, la actividad que más realiza una persona en la vida es comunicarse. Esto lo logra de diferentes maneras, a distintos niveles, por distintos motivos y de diversas formas; de ahí la importancia de estudiar la comunicación.

El término comunicación tiene varias acepciones, se considera polisémico porque hace referencia tanto al uso común como al uso especializado. El diccionario de la RAE trae las raíces etimológicas: del latín *communicatio*, *communicationes*, tiene cuatro acepciones totalmente diferentes:

- Acción o efecto de comunicar o de comunicarse
- Trato, correspondencia entre dos o más personas
- Unión que se establece entre ciertas cosas, tales como mares, pueblos, casas o habitaciones, mediante pasos, crujías, escaleras, vías, canales, cables y otros recursos.
- Papel escrito en que se comunica alguna cosa oficialmente.

Algunas de las definiciones de comunicación de autores representativos y actuales en este campo dan cuenta de la diversidad de significados y connotaciones que le dan a la comunicación:

"La comunicación es más que una práctica natural. Comunicar es propiciar de manera consciente los elementos idóneos para la comprensión y el estudio. Las palabras, los objetos, el cuerpo, una forma de mirar, un tipo de vestuario, un ambiente, una reunión, un memorando,

una carta, una revista, entre otros. La comunicación lejos de ser una relación *práctica* natural es una especie de *obra* con medios y fines adecuados” (Vásquez, 2003:12). (De Fleur, 1993: 64)

También se puede entender que la comunicación es un proceso eminentemente humano; o que todo es comunicación, como afirma Vázquez (2003); o que lo fundamental de las comunicaciones son las interacciones, tal como los sostiene Sánchez, o que lo simbólico juega un papel fundamental en la comunicación como expresa Fernández Collado y Luhmann. (Beltrán, 2006, p. 6)

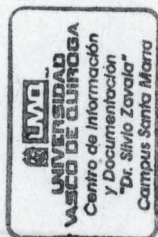
Las autoras Fátima Fernández y Margarita Yepes, parten de una pregunta fundamental “¿Qué tipo de fenómeno es la comunicación, cuál es su sustancia particular?”, ellas afirman que es un fenómeno físico, biológico, fisiológico, cibernético, abstracto, concreto, social, filosófico, antropológico, político, psicológico, histórico, ideológico, cultural, de significación. Desde todos estos puntos la comunicación ha sido abordada y se puede decir que pertenece a cada uno de ellos.

En lo que coinciden los autores, es en entender la comunicación como un proceso en el que participa un emisor que emite un mensaje a través de un canal a un receptor, el cuál retroalimenta para completar el ciclo comunicativo, básicamente.

Desde la aparición del lenguaje, el proceso comunicativo ha sido el factor constitutivo de la sociedad, porque sin comunicación no es posible la socialización, la necesidad de los seres humanos de interactuar ha permitido avances tecnológicos, que han marcado el rumbo de las sociedades modernas.

Luego la evolución de los medios de información, pasando por la imprenta, la prensa escrita, el telégrafo, la radio, la televisión, el teléfono, y algo imprescindible para la sociedad moderna, la computadora y el Internet.

En la actualidad los medios son parte esencial de los procesos de comunicación y a través de ellos las personas pueden ser moldeadas por las interpretaciones aportadas ante hechos y temas sociales con respecto a los cuales las personas tienen pocas fuentes alternativas de información. Siendo este un punto muy importante en el estudio del fenómeno de la comunicación.



La importancia de estudiar el fenómeno comunicativo recae en la relación que existe entre el mensaje emitido por un medio y quien lo recibe, esto es la forma en que impacta en su pensamiento y en su manera de actuar. (De Fleur, 1993: 64)

La evolución tecnológica del último siglo ha hecho estallar los fenómenos comunicativos frente a los investigadores sociales como un objeto de estudio de una trascendencia indiscutible. (Rodríguez, 2003:19)

La aparición de la computadora aunada al Internet y la comunicación, son sin duda, el avance tecnológico más importante que ha marcado el rumbo de los medios informativos, pues la sociedad moderna ha hecho suya esta herramienta y ha aprovechado todos sus beneficios.

De lo anterior se desprende la pregunta: *¿Cómo afecta la comunicación de masas a la gente?*

En la actualidad la población demanda enterarse de lo que acontece en su entorno de manera inmediata y concreta, por ello acuden a la red donde los diferentes medios informativos mantienen actualizados sus portales virtuales, usan el Internet para satisfacer la necesidad de información oportuna.

El uso de portales virtuales como el Facebook, Twitter o YouTube, han revolucionado la manera de informar. En la actualidad los medios impresos, radiofónicos y televisivos tienen presencia en las redes sociales antes mencionadas.

El Internet ha traído consigo innumerables beneficios tanto para estudiantes, investigadores y población en general, ya que a través de la red se divulga el conocimiento científico, se acortan distancias, la información de los hechos está casi de manera instantánea etc., para la sociedad moderna ya no existen barreras de distancia.

Sin embargo surge un importante cuestionamiento: *¿Cuánta responsabilidad y ética profesional está detrás de estas páginas electrónicas?*

Con la convergencia telemática, el tiempo de la comunicación se reduce hasta hacerse prácticamente instantáneo (tiempo real) y el espacio no queda



constreñido a límites geográficos o de distancias sino que puede ser alterado por las tecnologías de la información que nos acercan a los hechos sin movernos de nuestro sitio y nos trasladan a espacios virtuales, cibernéticos, donde podemos experimentar sensaciones interactivas diferentes (Vega, 1999).

En ocasiones la inmediatez de la información, específicamente de la noticiosa, origina verdades a medias y versiones no tan oficiales, que en lugar de informar, desinforman a la población, lo que podría ocasionar un conflicto ya que en los medios masivos de comunicación se gesta la cultura contemporánea, es ahí donde se decide que se lleva a cobertura nacional y a que se le da buena publicidad.

La competencia por el mercado en los medios de comunicación incluyendo los electrónicos imprime una contradicción insalvable, antes que ninguna consideración de orden ético aparece la premisa obvia: hay que vender lo vendible, lo que se pueda, lo que la gente permita. (Fernández, 2002:19) hay que tener la primera versión de los hechos aunque no sea la verdad completa.

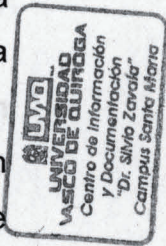
El análisis de Fátima Fernández en su libro, *La responsabilidad de los medios de comunicación* es importante ya que evidencia que en México los empresarios saben que las mayorías pobres y poco educadas, son vulnerables a los mensajes que se emiten a través de los medios de comunicación masiva.

Hace décadas que las innovaciones tecnológicas no respetan las fronteras de los estados y las naciones. La era de las privatizaciones y las desregulaciones obliga a replantear los límites, alcances y sentidos del espacio público en todo el mundo (Fernández, 2002:18).

En la actualidad los medios de difusión a través de los cuales la sociedad se mantiene enterada del acontecer diario en su entorno, están en el centro de los nuevos fenómenos políticos y sociales.

La responsabilidad en ellos no corresponde a un solo sector de la sociedad, mucho tiene que ver con si el receptor es pasivo o activo y el uso que hace de la información que tiene a su alcance.

que se comunican, también toma en cuenta sus intenciones, lo que comunican, las razones, motivos o justificaciones que determinarán el medio de comunicación, junto con las condiciones de recepción.



1.2 TEORIA COMUNICATIVA ¿ESQUEMAS DE COMUNICACIÓN?

(Estímulo-Organismo-Respuesta) en su clásico: ¿Quién dice que, por qué canal. La entrada de los medios masivos de comunicación a la sociedad, ha originado que los estudiosos de este fenómeno, hayan formulado sus propios esquemas y modelos sobre la forma que se comporta este proceso.

En un principio éstos se basaban en una simple relación de estímulo-respuesta para llegar hoy a plantear profundas interpretaciones. Estos esquemas surgen de la necesidad más básica del hombre de comunicar algo a alguien más y obtener una respuesta, premisa básica en una sociedad como en la que vivimos.

Para que una comunicación se establezca de manera eficaz son necesarios ciertos factores que deben integrarse en cada proceso comunicativo.

Los primeros modelos de comunicación fueron los denominados "modelos de aguja hipodérmica", modelos simples de estímulo-respuesta (E-R), como el de la figura siguiente:

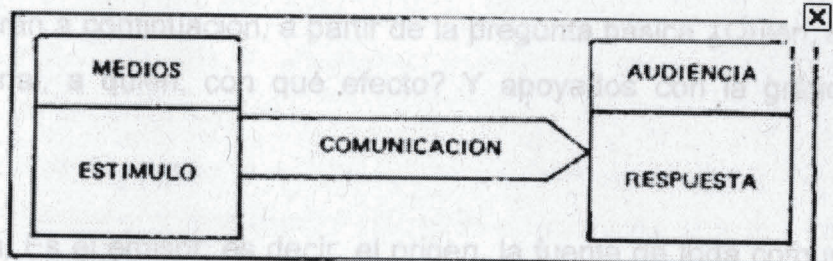


Fig. 1. Modelo E-R.

Esquema de comunicación propuesta en Galeano

Sin embargo, a este esquema tan básico, figuras como Laswell, le hizo aportes y demostró que había algo más.

Considerado uno de los padres de la comunicación, Harold D. Laswell, realizó un perfil de las relaciones y mediaciones que se dan en la comunicación colectiva. Laswell no sólo considera los sujetos que se comunican, también toma en cuenta sus intenciones, lo que comunican, las razones, motivos o justificaciones que determinarán el medio de comunicación, junto con las condiciones de recepción.



De esta manera, Harold Laswell presentó el nuevo modelo E-O-R (Estímulo-Organismo-Respuesta) en su clásico: ¿Quién dice que, por cuál canal, a quién, con qué efecto? El modelo E-O-R se vería de la siguiente manera:

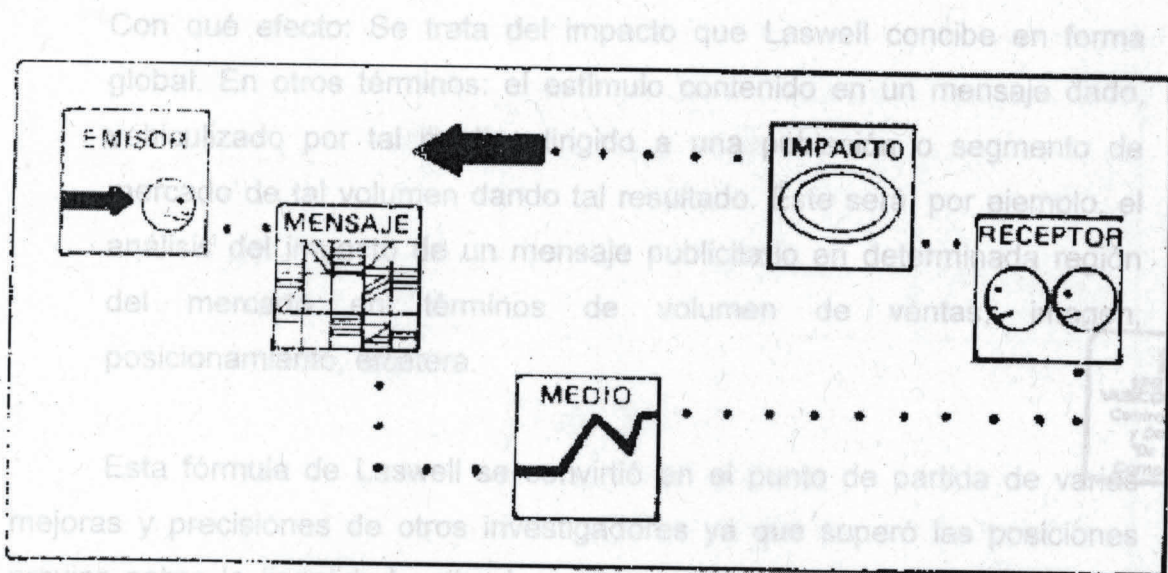


Fig. 3. Modelo de Harold D. Laswell.

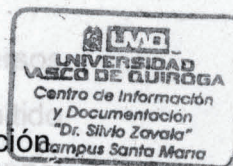
Laswell se presenta como un punto de referencia histórico en las teorías de la comunicación, estos cinco puntos importantes del proceso comunicativo se desglosarán a continuación, a partir de la pregunta básica ¿Quién, dice que, por cuál canal, a quién, con qué efecto? Y apoyados con la gráfica arriba descrita.

Quién: Es el emisor, es decir, el origen, la fuente de toda comunicación.

Laswell incluyó en esta denominación todas las categorías de emisores.

Dice qué: Se trata aquí del mensaje. Laswell se detiene principalmente en el análisis de la información contenida en el mensaje en términos estadísticos, esto es, procediendo a una clasificación sistemática y cuantitativa de los datos informativos del mensaje.

Por cuál canal: Se trata de los medios usados para transmitir el mensaje. Laswell introdujo la noción de análisis de medios, es decir, la investigación del o de los mejores canales capaces de vehiculizar el mensaje al o a los receptores.



A quién: En relación con el análisis de medios, el análisis de receptores es, para Laswell, sobre todo cuantitativo. Preconiza medir en términos de cantidad el universo a alcanzar para aislar una o varias partes.

Con qué efecto: Se trata del impacto que Laswell concibe en forma global. En otros términos: el estímulo contenido en un mensaje dado, vehiculizado por tal medio, dirigido a una población o segmento de mercado de tal volumen dando tal resultado. Éste será, por ejemplo, el análisis del impacto de un mensaje publicitario en determinada región del mercado en términos de volumen de ventas, imagen, posicionamiento, etcétera.

Esta fórmula de Laswell se convirtió en el punto de partida de varias mejoras y precisiones de otros investigadores ya que superó las posiciones previas sobre la linealidad estímulo-respuesta de la comunicación, al tiempo que abre nuevos espacios a la investigación.

Casi al mismo tiempo que Laswell, Shannon publicó su trabajo en 1948 y Weaver lo complementó en 1949, también es conocido como el "Modelo de Telecomunicación", en este no pretendían estudiar los aspectos psicológicos ni de dinámica de la comunicación.

El modelo nos dice que una fuente emisora selecciona los diversos signos de un alfabeto, organizando con ellos un mensaje, que es transmitido mediante la emisión de señales o estímulos físicos, mediante un canal electrónico o mecánico y las señales son recibidas por un mecanismo receptor, que también las decodifica.

La preocupación de estos autores reside en el uso de las máquinas para establecer el proceso comunicativo.

Se trata de un modelo de comunicación o más exactamente, de una teoría de la información pensada en función de la cibernética, la cual es el estudio del funcionamiento de las máquinas, especialmente las máquinas electrónicas. Cuando Shannon habla de información, se trata de un término con un sentido completamente diferente del que nosotros le atribuimos. Se trata para él de una unidad cuantificable que no tiene en cuenta el contenido del mensaje (Galeano).



El modelo de Shannon se representa por un esquema compuesto por cinco elementos: una fuente, un transmisor, un canal, un receptor, un destino. Dentro de este modelo introduce también el ruido, que aporta una cierta perturbación.

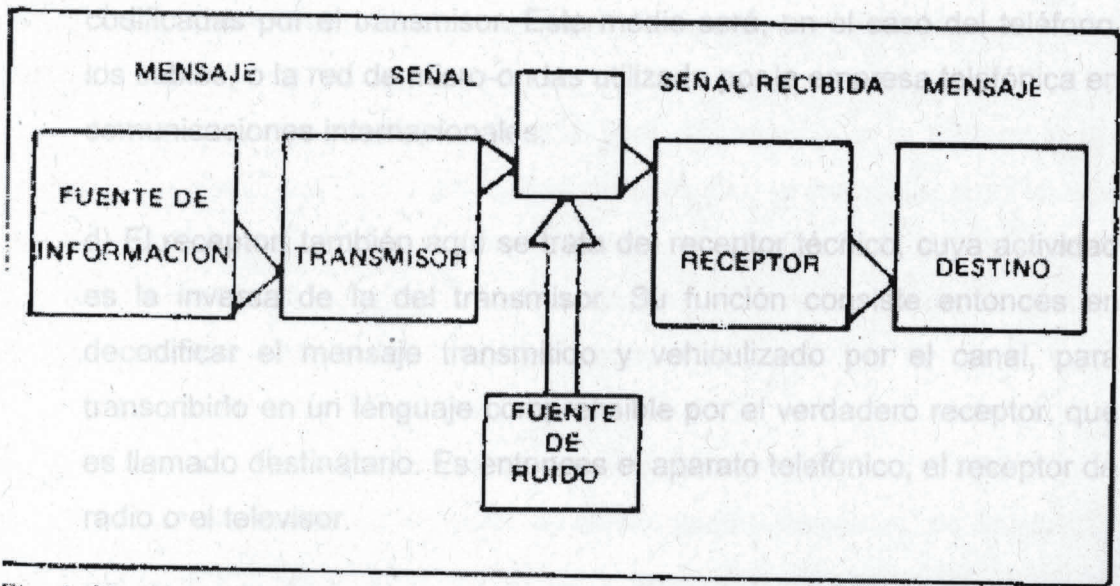


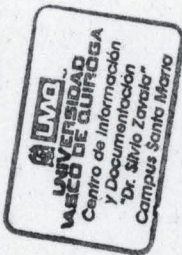
Fig. 4. Modelo de Shannon.

El modelo de Shannon se aplica entonces a cualquier mensaje, independientemente de su significación. Esta teoría permite sobre todo estudiar la cantidad de información de un mensaje en función de la capacidad del medio asociados a la velocidad de transmisión del mensaje, pudiendo esta velocidad ser disminuida por el ruido.

Los elementos del modelo de Shannon y Weaver:

a) La fuente: es el elemento emisor inicial del proceso de comunicación; produce un cierto número de palabras o signos que forman el mensaje a transmitir. Por ejemplo, puede ser la persona que, habiendo descolgado el teléfono y marcado el número, comienza a hablar. Puede ser, del mismo modo, el parlante de la radio o de la TV.

b) El transmisor: es el emisor técnico, esto es el que transforma el mensaje emitido en un conjunto de señales o códigos que serán adecuados al canal encargado de transmitirlos. Así, en nuestro ejemplo,



el transmisor transformará la voz en impulsos eléctricos que podrán ser transmitidos por el canal.

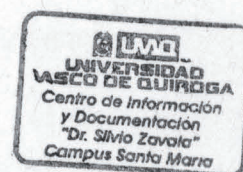
c) El canal: es el medio técnico que debe transportar las señales codificadas por el transmisor. Este medio será, en el caso del teléfono, los cables, o la red de micro-ondas utilizada por la empresa telefónica en comunicaciones internacionales.

d) El receptor: también aquí se trata del receptor técnico, cuya actividad es la inversa de la del transmisor. Su función consiste entonces en decodificar el mensaje transmitido y vehiculizado por el canal, para transcribirlo en un lenguaje comprensible por el verdadero receptor, que es llamado destinatario. Es entonces el aparato telefónico, el receptor de radio o el televisor.

e) El destinatario: constituye el verdadero receptor a quien está destinado el mensaje. Será entonces la persona a quien se dirige el llamado telefónico o el conjunto de personas audiencia de radio o de TV.

f) El ruido: es un perturbador, que parasita en diverso grado la señal durante su transmisión: "nieve" en la pantalla de TV, fritura o lloro en un disco, ruidos de interferencia en la radio, también la voz demasiado baja o cubierta por la música; en el plano visual puede ser una mancha sobre la pantalla, un cabello en el objetivo del proyector, una falla de registro gráfico, etc. También se debe considerar, muy especialmente, el ruido no técnico. Esto es, aquel que proviene del contexto psicosocial. Todos los elementos precedentes son considerados como ruidos que pueden, entonces, provenir del canal, del emisor, o del receptor del mensaje, etcétera.

El modelo de Shannon y Weaver es muy atractivo debido a su relativa sencillez y flexibilidad.



Otro de los modelos de comunicación más estudiados es el de David Berlo, quien se atiene a las pautas clásicas de la acción comunicativa, según lo plantearan Shannon y Weaver, con un emisor, una mediación, que transforma la intención de la fuente en mensaje, a transmitir por un canal, que debe ser decodificado para ser eficaz en la producción de comunicación sobre un receptor.

Cabe destacar que Berlo da una gran importancia a la recepción del mensaje, y señala que "los significados no están en el mensaje, sino en sus usuarios"; esto significa que la decodificación es el valor final y diferenciado que determina la eficacia de la comunicación, el receptor ocupa el puesto protagónico en el esquema de la comunicación.

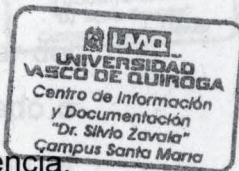
En otros términos, Berlo literalmente puntualiza que:

"La comunicación es un valor de interlocución, de poder, de influencia, de control... La eficacia o 'fidelidad' de la comunicación, no obstante, está sujeta a estrategias y no produce resultados ciertos, sino que puede estar avocada al fracaso, generalmente por incompatibilidad entre el propósito de quien emite y la disposición de quien recibe. La eficacia radica, en buena medida, en eliminar, en un sentido amplio del término, los 'ruidos' que pueden distorsionar el propósito comunicacional".

De ahí que su teoría afirme que para lograr una comunicación eficaz hay que eliminar los "ruidos", que puedan distorsionar el proceso de la transmisión y recepción de mensajes. Se considera que el ruido es cualquier factor que perturbe o confunda la comunicación, o interfiera de alguna u otra manera.

La eliminación de las barreras de la comunicación clasificadas de la siguiente manera, tendrían como resultado un proceso comunicativo óptimo.

A) SEMÁNTICAS.- Cuando los signos que se utilizan para la comunicación tienen distinto significado para el emisor y el receptor. Cada uno interpreta el resultado como producto de su acervo cultural y sus vivencias.



B) FÍSICAS.- son las circunstancias que se presentan no en las personas, sino en el medio ambiente y que impiden una buena comunicación: ruidos, iluminación, distancia, falla o deficiencia de los medios que se utilizan para transmitir un mensaje: teléfono, micrófono, grabadora, televisión, etc.

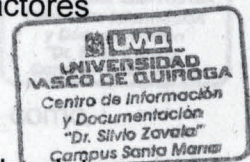
C) FISIOLÓGICAS.- son las deficiencias que se encuentran en las personas, ya sea del emisor (voz débil, pronunciación defectuosa) o del receptor (sordera, problemas visuales, entre otros) que son factores frecuentes que entorpecen o deforman la comunicación.

D) PSICOLÓGICAS.- Representan la situación psicológica particular del emisor o receptor de la información, ocasionada a veces por agrado o rechazo hacia el receptor o emisor, según sea el caso, o incluso al mensaje que se comunica; la deficiencia o deformación puede deberse también a estados emocionales (temor, odio, tristeza, alegría) o a prejuicios para aprobar o desaprobar lo que se le dice, no lea lo que está escrito, no entienda o no crea lo que oye o lee.

Para que la comunicación sea efectiva, no solo emisor y receptor deben disponer del mismo código para evitar la "decodificación aberrante" como señala Umberto Eco, sino que también el consumidor (receptor) debe reconocer como "distinto" el mensaje del anunciante (emisor) de entre la homogeneidad comunicacional del mercado. El cual suele ser un lugar donde todos dicen más o menos lo mismo.

Intentamos explicar el desarrollo de la Teoría de la Comunicación partiendo de modelos simples, hasta llegar a modelos ampliados que toman en cuenta el entorno y las emociones, sin alejarse del modelo básico, estímulo-repuesta.

Existe un sin número de autores que se han interesado en establecer una teoría de la comunicación y han establecido sus propios esquemas, sin embargo aquí resaltaremos los antes mencionados ya que los demás no se alejan de los modelos básicos: emisor, el mensaje, el canal y la audiencia.



vidas Ante este panorama, algo que debe quedar claro, es que un individuo no es el mismo en un sistema de comunicación que en otro. Cada conversación que entabla con los diferentes individuos que integran su sociedad será distinto, se debe tener claro que cada que se cumple un proceso comunicativo será diferente y se debe entender como algo que no está dado para siempre y será variable.

1.3 LA COMUNICACIÓN MASIVA, TEORÍA Y REALIDAD.

A través de la historia, el ser humano ha evolucionado tanto física como culturalmente. Con el paso del tiempo las sociedades se fueron haciendo más complejas y se determinó el papel que juega cada actor dentro de la misma y la relación con su entorno.

En la actualidad no se puede concebir una sociedad moderna sin las tecnologías de la información, que han respondido a las necesidades de comunicación del hombre.

En un principio hablamos de la aparición de la imprenta, con la cual se dio apertura a la comunicación de masas, al permitir la impresión de mayor número de ejemplares y por ende el alcance a mayor número de personas.

De ello que la comunicación de masas es la que, partiendo de un emisor, tiene como receptor a un grupo de personas amplio, anónimo, y heterogéneo. (McQuail, 1983: 21)

Mientras en la comunicación interpersonal existe algún tipo de vínculo extracomunicativo entre emisor y receptor, en la comunicación de masas este vínculo no existe.

Naturalmente, para que esta comunicación sea posible son necesarios unos medios mucho más sofisticados que en la comunicación interpersonal.

El desarrollo tecnológico se ha dado principalmente en el siglo XX, de manera que la vida humana en épocas primitivas sufrió un cambio radical con la llegada de la modernidad en los instrumentos de comunicación.

No obstante, los grandes avances como el radio, cine, música grabada, televisión, teléfono, computadora y el internet han llegado a revolucionar las



vidas cotidianas del ser humano, hasta colocarnos como "la sociedad de la información". (De Fleur, 1993: 28).

En la historia de los medios de comunicación de masas nos enfrentamos con cuatro elementos principales: la tecnología; la situación política, económica, social y cultural de una sociedad; el conjunto de actividades, funciones o necesidades; y la gente, sobre todo en cuanto constituida por grupos, clases o intereses. Todos estos elementos se han interrelacionado de distinta forma. (Baudrillard, 2004: 22)

Antes se habló de los elementos que integran el proceso comunicativo, sin duda la comunicación de masas siempre responde a una estrategia y en todo momento busca lograr un efecto en la audiencia que recibe el mensaje.

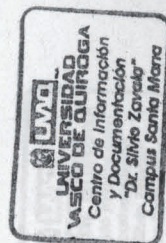
En la teoría de la bala mágica, la idea básica que subyace es que los mensajes de los medios son recibidos de manera uniforme por todo el público y que las reacciones inmediatas y directas son disparadas por estos estímulos. (DeFleur, 1986:217)

La mayoría de los enfoques teóricos sobre la comunicación de masas toman en cuenta, de una manera u otra, el contenido de los mensajes, desde los posibles impactos o usos que se pueden suscitar en los procesos de recepción.

Según Lozano (1996:114-116.), el estudio científico del contenido de los medios tiene una larga tradición tanto en la perspectiva positivista como en la crítica pues, en todos los diversos enfoques conceptuales, los mensajes constituyen o incorporan rasgos y evidencias de los procesos de producción (sociología de la producción de mensajes, economía política e imperialismo cultural) y, a su vez, proporcionan también inferencias para determinar su posible impacto o apropiación por parte de las audiencias (análisis de cultivo, establecimiento de la agenda, estudios culturales).

En lo que respecta a las teorías del imperialismo cultural y la economía política, estas estudian el contenido de los mensajes extranjeros para detectar la presencia de valores ideológicos y culturales ajenos a la idiosincrasia y necesidades de los países.

Se produce así un cambio de paradigma respecto a los enfoques de investigación.



Por otro lado, entre las perspectivas teóricas positivistas que estudian los contenidos del mensaje y los efectos a largo plazo en las cogniciones y en la formación de las actitudes en los individuos, se encuentran el análisis de cultivo y el establecimiento de la agenda.

El análisis de cultivo como perspectiva teórica ha contribuido a la reconsideración de la influencia de los medios, en especial la televisión, como agentes de socialización y cambio mediante la exposición al patrón total de programación mediática más que a géneros o programas específicos.

En la teoría de los 'dos pasos', de Paul Lazarsfeld, descubre el concepto de *target group*, tan útil a las técnicas modernas de publicidad y comunicación mediática en general. Aquí, el público posee características no solo personales sino también sociales, y parte de su conducta se ve influida por dicha dimensión.

Esto es que los efectos de los mensajes están fuertemente condicionados por el contexto social al que el individuo pertenece, lo que significa que el modo en que se recibe un mensaje está influido por la sociedad en que el receptor se encuentra.

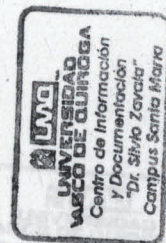
Ante esto, la masa será percibida, no como un conjunto de seres aislados sino relacionados con otros, en un vínculo social que, consecuentemente, influye en la conducta.

De la mano de estos hallazgos, se construye el marco teórico en el cual se describe la influencia de los líderes de opinión en la interpretación de los mensajes mediáticos. El líder de opinión conformaría un "segundo paso" entre el mensaje y la audiencia, ejerciendo una influencia significativa.

El estudio de las audiencias dentro de la tradición denominada "usos y gratificaciones" se opone a la idea de pasividad de la audiencia y se basa en una serie de supuestos, dentro de los cuales cada individuo de la audiencia realiza una selección consiente, motivada por circunstancias personales.

Este esquema, adaptado del que toma McQuail (1972) con el objeto de ordenar los hallazgos al respecto, pretende describir el tipo de usos que la audiencia realiza en relación a los medios de comunicación.

Se produce así un cambio de paradigma respecto a los enfoques de investigación.



La pregunta tradicional disparadora de hipótesis ¿qué efectos producen los medios en las audiencias? Se reemplaza por su inversa: ¿y qué es lo que la gente hace con los medios?

Las teorías sobre los efectos de los medios en las audiencias, vuelven a girar significativamente hacia la consideración de las posibilidades manipuladoras de las audiencias. Sin embargo, estos efectos, serían predominantemente de tipo cognitivos y se describen en lo que se ha dado en llamar "teoría de la agenda setting".

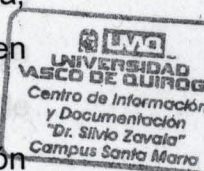
Los medios de comunicación social, realizan una cobertura de los acontecimientos de la actualidad, realizando una jerarquización. De acuerdo a la teoría de agenda setting este temario configurado por los medios, tendrá, necesariamente, un impacto en la audiencia. Esta línea, fue introducida en 1972 por Mc Combs y Shaw.

Se considera, dentro de este marco teórico, que existiría una relación directa y causal entre el contenido de los medios y la percepción por parte del público respecto a qué es lo más importante de entre todos los acontecimientos sociales.

En otras palabras, se considera que es muy posible que los medios carezcan de la capacidad necesaria para indicarle a la gente cómo debe pensar pero sí, es factible que impongan determinados temas, dejando otros en segundo plano, logrando así una manipulación indirecta.

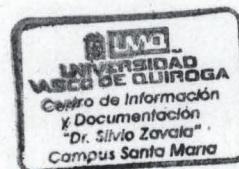
En este sentido, los modelos de investigación actuales, tienden a dar cuenta de la construcción de la realidad social. Efectivamente, los medios, configuran la imagen de la sociedad que los miembros de las audiencias construyen dentro de sus mentes, puesto que en una sociedad compleja como la que vivimos, el conocimiento de los hechos sociales depende en buena medida de los mensajes mediados y de la interpretación de la realidad que los medios realizan.

Mientras que la teoría de agenda setting limita en parte, el poder de los medios como formadores de opinión a la jerarquización del temario, el enfoque de Noelle Neumann, en la espiral del silencio, parte del supuesto que la mayor parte de las personas, temen naturalmente al aislamiento y, al manifestar sus opiniones personales, tratan de identificar la opinión de la mayoría para luego sumarse al "consenso general".



Los medios de comunicación, operan como formadores del consenso, los periodistas tendrían la autoridad necesaria para diagnosticar el "clima de opinión".

La lógica de este modelo, conforma una espiral silenciosa dado que, cuanto más se difunde una opinión dominante, más se silencian, las individuales voces minoritarias en disidencia, con lo cual, se acelera el efecto de las opiniones mayoritarias construyendo un proceso de retroalimentación ascendente: Basándonos en el concepto de un proceso interactivo que genera una "espiral de silencio, definimos opinión pública como aquella que puede ser expresada en público sin riesgo de sanciones, según este mecanismo psicológico que hemos denominado *espiral del silencio*, conviene ver a los mensajes como creadores de opinión pública. Constituyen el entorno cuya presión desencadena la combatividad, la sumisión y el silencio" Noelle Neumann, (1974).



CAPÍTULO 2

LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

Especial importancia tiene hoy en día el tema del flujo de la información, sea ésta en calidad y forma de información, como condición básica de la cotidianeidad, para lo cual se requiere de sus debidas proporciones, segmentadas por los diferentes grupos sociales, sus intereses y sus capacidades.

Aventurada ha sido la postura de aquellos que aseguran estamos diferentes medios, privilegiando la expresión en cuanto a lo electrónico y digital se refiere, y aún cuando es cierto que existen diferentes alternativas de emisión y recepción de información, calificamos estas posturas como aventuradas ya que han dejado de lado las condiciones de desigualdad que países como el nuestro siguen presentando, relegando ideológica y económicamente a un sector vulnerado, haciendo ver más claramente la nombrada "brecha digital".

Es evidente como en las universidades y el sector empresarial el desarrollo digital y la capacitación para el mismo, es una prioridad que otorga un valor en la competencia, sin embargo, habrá que considerar ¿Qué pasa con todo el representativo social que se encuentra fuera de este sector? Y en el caso de Latinoamérica sabemos que es una mayoría evidente.

A pesar de que este tema sigue dando líneas de discusión a diferentes sectores, en donde destaca el académico, la realidad es que se trata de un objeto de estudio que poco a poco va tomando madurez. Como antecedente se puede encontrar claramente el informe *Nora Minc*, publicado en Francia en 1978, en donde se llama telemática a la convergencia entre las telecomunicaciones y la informática, demostrando la capacidad de evolución de éstas y enfatizando las capacidades de impacto en los sectores: económico, político, cultural y otros.

En el mismo periodo en Estados Unidos, James Martin publica *The Wired Nation*, en donde se desarrolla toda una conceptualización y discusión entorno a las *Nuevas Autopistas*, "Se trata meramente de la necesidad de modernizar las redes de las telecomunicaciones y de cable distribución para aprovechar las posibilidades que proporciona la digitalización y la transmisión

2.1 LAS CAPACIDADES DE LA INFORMACIÓN EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

Especial importancia tiene hoy en día el tema del flujo de la información, sea ésta en calidad y formato noticioso, o simplemente como condición banal de la cotidianidad del transcurso de la vida, lo anterior con sus debidas proporciones segmentadas por los diferentes grupos sociales, sus intereses y sus capacidades.

Aventurada ha sido la postura de aquellos que aseguran estamos viviendo tiempos nobles en la adquisición de la información a través de diferentes medios, privilegiando la expresión en cuanto a lo electrónico y digital se refiere, y aún cuando es cierto que existen diferentes alternativas de emisión y recepción de información, calificamos estas posturas como aventuradas ya que han dejado de lado las condiciones de desigualdad que países como el nuestro siguen presentando, relegando ideológica y económicamente a un sector vulnerado, haciendo ver más claramente la nombrada "brecha digital".

Es evidente como en las universidades y el sector empresarial el desarrollo digital y la capacitación para el mismo, es una prioridad que otorga un valor en la competencia, sin embargo, habrá que considerar ¿Qué pasa con todo el representativo social que se encuentra fuera de este sector? Y en el caso de Latinoamérica sabemos que es una mayoría evidente.

A pesar de que este tema sigue dando líneas de discusión a diferentes sectores, en donde destaca el académico, la realidad es que se trata de un objeto de estudio que poco a poco va tomando madurez. Como antecedente se puede encontrar claramente el informe *Nora Minc*, publicado en Francia en 1978, en donde se llama telemática a la convergencia entre las telecomunicaciones y la informática, demostrando la capacidad de evolución de éstas y enfatizando las capacidades de impacto en los sectores, económico, político, cultural y otros.

En el mismo periodo en Estados Unidos, James Martin publica *The Wired Nation*, en donde se desarrolla toda una conceptualización y discusión entorno a las *Nuevas Autopistas*; "Se trata meramente de la necesidad de modernizar las redes de las telecomunicaciones y de cabledistribución para aprovechar las posibilidades que proporciona la digitalización y la transmisión,

a partir del mismo soporte, de todo tipo de mensajes (sonidos, datos imágenes fijas como móviles)” (Gaëtan en Crovi, 1996: 14).

Los anteriores ejemplos nos ilustran como es que los primeros trabajos sobre el cuestionamiento del flujo desmesurado de la información, tienen ya cerca de tres décadas, y a pesar de que se trata de cuestionamientos gestados en países desarrollados, habrá que hacer la comparación necesaria para lo sucedido en los países latinoamericanos, en México por ejemplo, la pugna por el control de las telecomunicaciones es hasta la fecha un tema de especial atención, pues representa una herramienta muy poderosa para el ejercicio del poder, un verdadero hito en la historia de esta pugna en México, es sin duda alguna la privatización de Teléfonos de México.

De acuerdo al propio portal de internet de Carlos Slim Helú, propietario mayoritario de Teléfonos de México –Telmex-, en 1990 se adquirió a la compañía a través de su empresa Grupo Carso, hasta ese momento la única que brindaba servicios de telefonía fija en México. La compra se logró durante las privatizaciones del entonces Presidente de la República, Carlos Salinas de Gortari durante una subasta pública realizada el 9 de diciembre pagando aproximadamente mil 700 millones de dólares.

Diferentes programas impulsados por el Estado han sido integrados de buenas intenciones en cuanto a las condiciones de las redes de información se refiere, los sectores educativo, de salud y empresarial, se han visto incluso forzados a desarrollarse de una manera prematura en estas tecnologías, sin embargo, dichos esfuerzos se han caracterizado por homogenizar el uso, disposición y accesibilidad de una red que ha venido funcionando por espacio de tan solo una década, llamada Internet.

Internet, un proyecto impulsado con fines de circulación de información militarizada, que surge en la década de los 60 se va adaptando paulatinamente a diferentes campos, destacando las universidades y el comercio. Desde sus inicios presenta las primeras complicaciones en cuestiones de compatibilidad y protocolo, problemas técnicos y de índole regulatoria.

Su crecimiento es sorprendente en comparación con el tiempo y los alcances de otros medios de comunicación masiva, sin embargo al igual que estos últimos, llegan a los países en desarrollo marcando una gran diferencia

entre las posibilidades de adquisición y de manipulación entre los sectores sociales; al respecto dice Trejo (en Crovi, 1996:43):

La preocupación por el pobre y habitualmente desinteresado uso que hay en los países latinoamericanos de las posibilidades de uso del Internet, aumenta debido a dos agravantes, o ventajas, según se les vea.

Una de ellas es la aparentemente e irreversible tendencia a la privatización del ciberespacio. La otra es la diversificación de los instrumentos para navegar en las redes, que constantemente aumentan no solamente la cantidad de información que se encuentran en ellas, sino también las formas en las que esa información se presenta.

Hablamos hoy en día de interactividad y de condiciones de comunicación digital sorprendentes, ya no sólo se trata del usuario frente al computador, recibiendo contenidos informativos a elección del interesado, sino que se tiene la capacidad de construcción de complejos jerarquizados de la manera más eficiente para inducir al usuario a una actividad constante en la WEB, los ejemplos pueden ir desde la educación en línea hasta verdaderas ciudades digitales en donde es posible hasta la interacción y convivencia virtual, tal y como lo hubiese planteado en alguna ocasión la literatura fantástica.

Cobo (2007: 27) habla de este fenómeno ahora conocido como la Web 2.0 "La puesta en línea de Napster en 1999, el lanzamiento de las primeras aplicaciones para la publicación de blogs (ese mismo año aparece Blogger y recién en 2001 aparece Movable Type, su principal competidor), y la creación de la Wikipedia a comienzos de 2001 fueron paradigmas de esta transformación y generaron las bases de la escritura colaborativa y los otros principios de la Web 2.0."

No conformes con no terminar de entender las capacidades de un medio totalmente digitalizado, se busca la optimización de la herramienta en la nueva versión de lo que se presume permite más y mejor dinamismo en las condiciones del usuario. Hoy existe un entorno virtual de convivencia entre aplicaciones estándares con escasa interactividad y otras de escritura colaborativa. Pero la Web en su conjunto empieza a dibujar un nuevo escenario de contenidos y metainformación en plena transformación hacia los principios de la Web 2.0.

Por lo anterior, pudiésemos considerar que estamos hablando acerca de un escenario favorable para las condiciones de comunicación interpersonal optimizadas por las condiciones tecnológicas propias de nuestros tiempos, sin embargo, nuevamente la percepción holística de la realidad nos obliga a voltear la mirada a nuestra sociedad y volver a considerar las diferencias, que se reflejan incluso como desventajas, que diferentes sectores van representando al ubicarse en un colectivo marginado a través de la educación, del poder adquisitivo, de las condiciones geográficas o de la misma alfabetización.

Es preciso aclarar que el objetivo de apegarnos a esta perspectiva social, para nosotros realista, no es con el afán de descalificar un verdadero logro tecnológico en las telecomunicaciones, sino que se trata de incorporar a la discusión aspectos de vital importancia para la apropiación cultural a través de los diferentes contenidos mediáticos en estas nuevas plataformas. Mucho se ha trabajado y debatido en cuanto a infraestructura se refiere, cables, ancho de banda, flujo de datos, etc. Pero se ha dejado un poco de lado lo correspondiente a las condiciones de implicación social, a la recepción, a los usos, a la accesibilidad a las oportunidades de crecimiento y otras que en el usuario se encuentran.

2.2 MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y OPINIÓN PÚBLICA.

El día de hoy es todavía vigente la discusión respecto a la capacidad de influencia de los medios de comunicación en la sociedad, a pesar de que en los años 60's, a través de las diferentes teorías funcionalistas se descartó la omnipotencia de los medios, incluso cambiándole el nombre a los receptores de masa a audiencias, implicando en esta nomenclatura una presunta mayor capacidad racional en el receptor, actualmente se sigue argumentando la presunta práctica de la influencia mediática, sea ésta a través de la radio la televisión o la prensa escrita.

¿Y qué es lo que pasa con la incorporación de los medios alternativos en esta discusión? Pues el caso no es diferente sino simplemente diverso y complementado, pues la capacidad de influencia de los nuevos medios es igualmente presumible, sin embargo, la capacidad de recepción de las

presuntas audiencias es la que en estos momentos resulta verdaderamente cuestionable; no es lo mismo escuchar los horóscopos de la radiodifusora de moda, a descargar la emisión Número 5 de Google Podcast a través de iTunes, la clasificación, por meras condiciones económicas ya es suficiente para marcar una diferencia considerable.

Recordemos como ejemplo, la década de 1940, cuando se presumía categóricamente que la radio tenía capacidades políticas para poder inducir a los votantes de manera tendenciosa para emitir el sufragio, de inmediato se emprendieron las primeras investigaciones con la finalidad de regular ante este tipo de prácticas que parecieran en contra de toda democracia "Sorprendente, estas encuestas encontraron que los medios de comunicación tenían pocas consecuencias directas en la toma de decisiones políticas; no así la influencia personal, ya que quienes se hacían llamar *líderes de opinión* tuvieron una influencia más relevante al transmitir las orientaciones políticas" (Dominick, 2006: 477).

El caso de la televisión es probablemente el más conocido en cuestión de su estudio para la asimilación de los diversos contenidos, estudios desde 1960 y hasta la reciente década de los 90's, pretendían demostrar la influencia latente de los mensajes en las sociedades vulnerables, destacando jóvenes y niños. Es incluso en la década de los 1990 cuando las diferentes compañías proveedoras del servicio de televisión por paga, dan difusión al dispositivo conocido como *V-Chip*, que permitiría a los padres bloquear la programación violenta o no deseada de los televisores.

Habrá que destacar desde este momento la mención que hace Dominick (2006) respecto a los *líderes de opinión*, ya que la mayoría de los ejemplos se centran en el medio, pero habrá que otorgarle su espacio válido al personaje, especial participación tendrán de manera conjunta uno y otro en el caso de los medios alternativos.

Con la finalidad de retomar el tema de la opinión pública a través de los medios de comunicación masiva, nos resulta relevante citar como ejemplo, los resultados de la investigación sobre violencia y televisión en 1986 por parte de un equipo internacional integrado por representantes de Estados Unidos, Australia, Polonia, Finlandia e Israel.

El estudio estadounidense y el polaco descubrieron que la exposición temprana a la violencia en la televisión se relaciona significativamente con la agresividad tardía. El estudio finlandés llegó a una conclusión similar pero sólo en el caso de los niños, no de las niñas. En Israel la violencia en televisión parecía ser la causa de la agresividad posterior entre niños y niñas de la zona urbana, pero no así para los de la zona rural. En el caso de Australia no se encontró ninguna relación causal.

A pesar de que es evidente la relación entre violencia y televisión aun cuando esta se presente de manera tardía, la realidad es que no se le puede asumir una presunta culpabilidad, ya que la apropiación cultural de los diferentes contenidos violentos, fue diferente y dependiente de las condiciones sociales de cada una de las muestras.

Hemos destacado el caso de la apropiación cultural de la televisión, no porque sea el objetivo de esta investigación, sino porque nos ilustra dos premisas importantes para identificar la relación de los medios y las conductas sociales de los diferentes sectores:

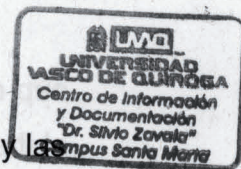
1. La información no es fácil de conservar pues la cantidad de ella

a) La asociación de los contenidos en los medios de comunicación y las conductas sociales son existentes, aunque no necesariamente evidentes.

2. La apropiación cultural de los contenidos mediáticos, se da de manera particular y totalmente dependiente a las condiciones del entorno, en donde influyen cantidad de factores psicológicos y sociales.

A pesar de los tiempos y con la cantidad de recursos informativos con los que se cuenta hoy en día, encontramos la discusión en una etapa muy similar a la de las cuatro décadas anteriores, sin embargo, aquí es válido repensar las condiciones que se generan, específicamente hablamos de las condiciones referentes a la información, pues constantemente se habla de la era de la información y el flujo de la misma, cuando dicha información hoy en día corresponde a características muy particulares y nunca antes vistas.

En el texto titulado *Cibernética y Sociedad* Wiener (1981: 19) ya plasmaba importantes consideraciones sobre el concepto de información:



“Damos el nombre de información al contenido de lo que es objeto de intercambio con el mundo externo, mientras que nos ajustamos a él y hacemos que se acomode a nosotros. El proceso de recibir y utilizar informaciones consiste en ajustarnos a las contingencias de nuestro medio y de vivir de forma efectiva dentro de él. Las necesidades y la complejidad de la vida moderna plantean a este fenómeno de intercambio de informaciones demandas más intensas que en cualquier otra época; la prensa, los museos, los laboratorios científicos, las universidades, las bibliotecas y los libros han de satisfacerlas o fracasarán en sus propósitos. Vivir de manera efectiva significa tener la información adecuada. Así pues, la comunicación y la regulación constituyen la vida interior del hombre, como de su vida social”.

De acuerdo con Claudia Benassini, éstos son los atributos que Wiener (2007: 123) considera distintivos de la información:

1. La información no es fácil de conservar pues la cantidad de ella que se comunica está relacionada con la entropía. La primera es una medida de orden; la segunda medida de desorden: en sistema cerrado la entropía tiende a crecer espontáneamente; mientras que la información tiende a decrecer.
2. La prevalencia de los clichés es inherente a su naturaleza. En otras palabras, una información deberá caracterizarse por ser sustancialmente distinta al depósito común previo, si espera contribuir a la información general de la comunidad sobre un determinado tema. En este sentido Wiener considera que sólo la información independiente es aproximadamente aditiva; la de segunda orden es independiente de lo que le ha precedido.
3. El público en general apenas tiene en cuenta las limitaciones intrínsecas del carácter de artículo de consumo que tienen las informaciones. Cree que es posible acumular los conocimientos científicos y militares del país en bibliotecas y laboratorios estáticos. Incluso va más lejos, pues considera que la información obtenida es moralmente su propiedad y que su utilización por otras naciones no

puede provenir de una traición, sino que intrínsecamente tiene los caracteres de un robo. No puede imaginar la información sin un dueño.

4. La información es más cuestión de proceso que de acumulación. En otras palabras, la investigación científica, por mucho que se acumule y guarde en libros y memorias, colocándolos después en estantes con etiquetas de "secreto" no nos protegerá adecuadamente por un lapso cualquiera en un mundo en el cual el nivel efectivo de la información asciende continuamente.

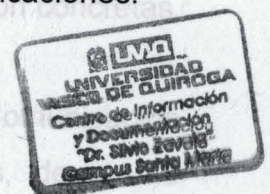
Con los postulados como los expuestos en la propuesta de Wiener desde los años 1980, queda en claro la importancia del manejo de la información, cuando este manejo de las informaciones es por parte de algunos cuantos, dicha información toma forma de poder, mismo, que da la posibilidad de discriminar incluso, las posibilidades del mensaje.

También queda en claro las posibilidades de uso que la audiencia tiene para la interpretación, usos y gratificaciones de los diferentes contenidos, sin embargo es evidente la relación que hay entre interpretación y las condiciones sociales, así cuando hay un emisor que detecta estas posibilidades con su presunto receptor puede hacer uso deliberado de dicha ventaja. Este es el verdadero peligro del manejo de la información, no precisamente que haya sido emitido a través de un medio masivo, sino el no tener la capacidad cognoscitiva, racional y adaptativa para la discriminación y usos de la información.

Así, concluyendo, tenemos que independientemente del medio y sus capacidades de masificación del mensaje, este último se tornará peligroso en función de las condiciones de vulnerabilidad de la audiencia, condición que en México es desafortunadamente ejemplificada de manera constate ante la cantidad de gente de clase baja y los monopolios de las telecomunicaciones.

2.3 EL PODER DE LA COMUNICACIÓN MASIVA.

"El poder oculto. Sociedad y Medios de Comunicación" es un libro de María Esther Perea de Martínez (1995) que, como esos libros y autores que



nunca o muy escasamente tienen prensa y espacio en los MCM suelen desenterrar verdades que cuando salen a la luz tienen a su vez la virtud natural de esclarecernos.

A poco de prender el televisor o disponernos a ver un programa a la mañana, a la tarde o a la noche, pues ya no hay diferencias horarias ni "horario de protección al menor", caemos en la cuenta de que, "hemos llegado a la penosa era en que pueden ser violadas y penetradas tanto (las personas) los hogares como las mentes".

En efecto, considerada como la prolongación de la vista y el oído humano, la TV es el medio de mayor influencia "porque se introduce en la privacidad familiar y en la interioridad de los individuos", que incorporan la información (periodística, publicitaria, etc.) "con la misma naturalidad y aceptación que merecen los hechos reales".

La ficción o la virtualidad de la televisión reemplazan el criterio de realidad y a la realidad misma, la realidad termina siendo lo que se dice o sucede en la TV. En una verdadera mayoría de casos, "absorbe los escasos momentos en los que la familia está reunida y en medio de ellos se instala para suplantar sus voces y criterios".

"En general -dice con razón Perea de Martínez-, adultos y niños pasan más tiempo en televisión que en ningún otro entretenimiento, y su influencia sobrepasa la escolar e incluso familiar". En realidad, "el consumo televisivo comienza en la cuna y antes de aparecer el lenguaje" y "comienza a ser inteligible a los tres años".

Y no hay ya alguna duda de que "moldea la inteligencia (contenidos cognitivos) y el carácter (actitud) de los jóvenes mucho más que la educación escolar". Igual que los juegos electrónicos que acaparan la otra parte del día del niño y adolescente, la TV - tal como está- "no favorece la capacidad de abstracción pues casi en la totalidad de los casos las soluciones son concretas, rápidas, fáciles".

María Esther Perea, que no abomina de los Medios de Comunicación Masiva sino de su manipulación por emisores inescrupulosos, de mente estrecha, que buscan nada más que rentabilidad y el bien individual en lugar del bien común, atribuye en principio ese fenómeno que comentamos (y que hemos sintetizado en tres palabras: insensibilidad, irreflexibilidad e

irracionalidad) a cuatro factores principalmente: la pasividad del perceptor, la velocidad y fugacidad de la emisión, la unidireccionalidad y/o verticalidad de los MCM y la "repetición" del mismo mensaje...

Pasividad

"Una de las características de los mass media –sostiene la autora mendocina- es el fomento de la pasividad de los usuarios que no se detienen a pensar o analizar los contenidos". Con los mass media –argumenta- ocurre como con la papilla de los bebés. De acuerdo a esta autora, ello tiene su fundamento en la propia naturaleza humana: "La naturaleza humana tiende al menor esfuerzo, le agrada recibir todo elaborado y servido. Esa pasividad es fácilmente comprobada en el caso de los niños (y adolescentes), capaces de permanecer pasivamente y por horas, frente al televisor, ajenos (alienus) a lo que pasa a su alrededor".

Katxuhito Goto, del Instituto de Investigaciones Culturales de radio-televisión de Japón, denomina "droga electrónica" a los efectos producidos por la TV, a esta altura, todas las teorías primermundistas que relativizan este tipo de "efectos", no parecen ser, como diría un argentino como Arturo Jauretche, sino "el manual del almacén" escrito por el propio almacenero.

Por su parte, refiere Perea de Martínez, la Asociación para la Protección Juvenil de Alemania, utilizó los servicios de psicólogos quienes destacaron que los niños, al llegar a los 10 años (luego de haber sido asiduos televidentes) "no pueden permanecer concentrados en una actividad más de veinte minutos" y "la atención cambia, en muy cortos tiempos de contenidos. Este acostumbamiento produce aburrimiento en la escuela cuando se trata un mismo asunto o se debe reflexionar y sacar conclusiones".

Fugacidad

A la pasividad de recepción del oyente y audividente se le agrega otro factor que tiene que ver esta vez con la naturaleza del medio, no del ser humano: Los mass media, "por su propio ritmo impiden la reflexión, contrariamente a la lectura que puede ser detenida, releída, adaptando su velocidad al ritmo de comprensión del lector". Y leemos cada vez menos.

Coincidimos con Perea de Martínez en su apreciación sobre los adolescentes que terminan la escuela primaria y en los jóvenes que inician la secundaria, sobre “el insuficiente desarrollo del lenguaje oral... Este hecho deja ver la influencia de una organización cerebral unilateral, consecuencia de un temprano y abusivo consumo televisivo”.

Por esa razón, en la actualidad, los niños, adolescentes y jóvenes (y por desgracia muchos adultos que deberían dar el ejemplo) “no prefieren libros, si no libros con informaciones cortas, y sin relación entre sí, que puedan leerse independientemente, las historietas y las revistas humorísticas”.

A su vez, la atención salta de un objeto a otro permanentemente “esta falta de continuidad en el pensamiento y la poca oportunidad para reflexionar – sostiene Perea-, no favorece el desarrollo de la personalidad ni la toma de decisiones”.

No es casual que luego haya niños y no tan niños que confunden –como ha sucedido- la guerra con un juego o con propaganda de juguetes bélicos, dada la confusión que se genera entre realidad y ficción. ¿Tendrá algo que ver esa confusión con lo que decía el Gral. Collin Powell después del triunfo de las fuerzas invasoras estadounidenses en Irak en 2003: “Necesitamos un ejército de antropólogos, comunicadores y analistas sociales”?

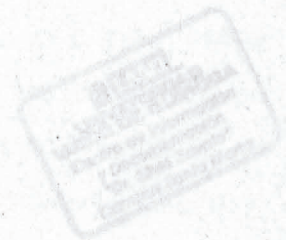
Unidireccionalidad

Alguien llamó a esta característica de los mass media, la “prepotencia” del emisor. “Esto quiere decir –señala María Esther Perea- que mientras el núcleo emisor impone, el receptor o destinatario no tiene igual oportunidad de expresar otras alternativas, responder a lo expuesto, exteriorizar posibles rechazos, etc”. ¿falta de igualdad de oportunidades? eso nos suena.

López Forrero, citado por Perea de Martínez, habla de dos polos de la comunicación: “uno que habla, emite mensajes, ordena; y otro que calla, obedece y acepta (...) Los grandes problemas que aquejan ahora a la comunicación humana derivan del uso autoritario, vertical, enmudecedor (...) que se hace por parte de quienes tienen el poder y el dominio de los medios”.

CAPÍTULO 3

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN



3.1 LA WEB 2.0 (INTERACTIVIDAD)

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, 20052).

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 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's, 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 creativas. 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.

comportarse

“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 —a través de la telefonía móvil— se encuentra explicado en el capítulo sexto.

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 y multidireccional entre usuarios a nivel planetario (Pisani, 2002). 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).

3.2 APRENDIZAJE EN INTERCAMBIO ABIERTO

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 línea (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 colectivo, a la vez, promueve un proceso de aprendizaje constructivista.

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*, enviar un *voice mail*, 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: *estas aplicaciones y cuentan con la alfabetización tecnológica necesaria para*

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.

CONCLUSIONES, PERSPECTIVAS Y PROPUESTAS.

Con la necesidad de construir una conclusión válida para la discusión teórica que se ha desarrollado en los primeros tres capítulos, consideramos importante retomar a manera de contraste y evaluación, aquellos objetivos con los que inicia la investigación.

Durante el proceso de investigación documental efectuado varios refuerzos fueron apareciendo y muchos otros se fueron agregando a la

CAPÍTULO 4

CONCLUSIONES, PERSPECTIVAS Y PROPUESTAS.

Los esquemas de comunicación actual por parte de las sociedades latinoamericanas modernas, son multifuncionales, capaces de abordar los diferentes niveles de interacción humana, aportando y transformando desde los contextos de la comunicación intrapersonal, interpersonal, del pequeño grupo, de la organización, de la comunicación de masas y de los mismos estudios culturales.

En este sentido, la tecnología juega un papel de vital importancia, misma que se le puede concebir desde tres diferentes lógicas, la primera: en donde ésta es solamente un complemento y herramienta del ser humano para alcanzar los mismos fines de toda la vida; la segunda: en donde se piensa en la tecnología como un sustituto del recurso humano capaz de optimizar recursos, tiempos y espacios; y la tercera (probablemente la más compleja): en donde se concibe a la tecnología como un agente transformador, en la cual, el ser humano encuentra diferentes posibilidades para incluso generar nuevos contenidos capaces de influir en todos los aspectos de la cotidianidad social, la economía, la política, la salud y por supuesto la comunicación.

A este respecto encontramos en la comunicación y sus diferentes medios, convencionales o alternativos, una posibilidad sobresaliente en el intercambio infinito de información en sus diferentes formatos, ahora más que nunca, se puede concebir una sociedad incluyente de la información.

A pesar de que la misma Crovi nos habla de la existencia de sociedades de la información y conocimiento a lo largo de toda la historia humana, es ahora cuando se puede apreciar a ésta de una manera menos contrastante.

Con la necesidad de construir una conclusión válida para la discusión teórica que se ha desarrollado en los primeros tres capítulos, consideramos importante retomar a manera de contraste y evaluación, aquellos objetivos con los que iniciaba la indagación del tema.

Durante el proceso de investigación documental efectuado varios refuerzos fueron apareciendo y muchos otros se fueron agregando a la construcción del estado del arte.

Concretándonos propiamente en los objetivos planteados podemos concluir las siguientes precisiones:

Los esquemas de comunicación actual por parte de las sociedades latinoamericanas modernas, son multifuncionales, capaces de abordar los diferentes niveles de interacción humana, aportando y transformando desde los contextos de la comunicación intrapersonal, interpersonal, del pequeño grupo, de la organización, de la comunicación de masas y de los mismos estudios culturales.

En este sentido la tecnología juega un papel de vital importancia, misma que se le puede concebir desde tres diferentes lógicas, la primera: en donde ésta es solamente un complemento y herramienta del ser humano para alcanzar los mismos fines de toda la vida; la segunda: en donde se piensa en la tecnología como un sustituto del recurso humano capaz de optimizar recursos, tiempos y espacios; y la tercera (probablemente la más compleja): en donde se concibe a la tecnología como un agente transformador, en la cual, el ser humano encuentra diferentes posibilidades para incluso generar nuevos contenidos capaces de influir en todos los aspectos de la cotidianidad social, la economía, la política, la salud y por supuesto la comunicación.

A este respecto encontramos en la comunicación y sus diferentes medios, convencionales o alternativos, una posibilidad sobresaliente en el intercambio infinito de información en sus diferentes formatos, ahora más que nunca, se puede concebir una sociedad incluyente de la información.

A pesar de que la misma Crovi nos habla de la existencia de sociedades de la información y conocimiento a lo largo de toda la historia humana, es ahora cuando se puede apreciar a ésta de una manera menos contrastante.

Por supuesto que en esta discusión habrá que considerar en cada momento las condiciones de la brecha digital que las sociedades latinoamericanas presentan, aún en el siglo XXI, no termina de ser una propuesta equitativa, pues demanda poder adquisitivo, condiciones geográficas y una alfabetización no solamente alfabética, sino digital y cognoscitiva.

Las diferencias de los esquemas de comunicación tradicionales y los vigentes, estriban propiamente en la multidireccionalidad del mensaje y su retroalimentación. Mientras que Schram hablaba del mensaje en una sola dirección, y Laswell complementaba una segunda vía de retroalimentación en una bidireccionalidad, ahora encontramos el flujo de mensajes hacia múltiples destinatarios, con múltiples capacidades de respuesta, las plataformas y redes tecnológicas nos han permitido la emisión ilimitada de mensajes, mensajes que toman fuerza por la grandeza de su contenido, sino por la cantidad de posibilidades para su recepción y formatos.

Lo anterior resulta una ventaja gracias a la posibilidad de interacción y construcción múltiple del conocimiento y las ideas, sin embargo, en un Estado que no garantiza las posibilidades básicas de seguridad social, el mismo ejercicio podría resultar una amenaza para la privacidad de los usuarios.

Los medios de comunicación que en las sociedades modernas se privilegian son los llamados clásicos, haciendo alusión a los medios de comunicación masiva, entiéndase radio, televisión y prensa escrita (diarios o periódicos), pero también poco a poco toman fuerza los llamados medios alternativos, aquellos que encuentran su mayor ventaja en el carácter de "gratuito" del Internet, dichos medios han sido la solución a las necesidades de comunicación de grupos ciudadanos que encuentran espacio para su representación en el mundo de la WEB, y nos referimos no solamente a jóvenes, sino a corporativos completos e instancias de tipo educativas y políticas, que también han encontrado una serie de capacidades favorables en el medio.

Redes sociales y plataformas dinámicas poco a poco van ganando terreno en la preferencia del usuario, aunque habrá que precisar, con toda proporción, las condiciones que se da este tipo de interactividad entre los usuarios de las zonas rurales y urbanas, así como las diferencias entre los sectores económicos sociales, lo que nos regresa nuevamente a la discusión de la brecha digital aparentemente interminable.

Actualmente la comunicación a través de medios alternativos tiene su parcial éxito en las apropiaciones culturales que diferentes sectores van realizando en función de sus necesidades, así los jóvenes suelen interactuar con la finalidad de no reconocerse ajenos a la dinámica social incluyente propia de sus hábitos, por su parte las autoridades han encontrado en dichos medios la posibilidad de llegar y hacerse sentir en los sectores desatendidos. A pesar de lo anterior la fórmula del éxito de los medios alternativos no necesariamente se comprende, pues dada la heterogeneidad de las nuevas audiencias, la diversificación de contenidos parece ser una estrategia temporal de aprobación pero no necesariamente de trascendencia.

Las herramientas de comunicación en medios alternativos, han tenido su aparición de manera muy similar a la de los otros medios llamados convencionales, es decir, a través de la imitación empírica de sus usos y gratificaciones, nuevamente estamos utilizando tecnologías de la comunicación comprendidas en una primera instancia de manera técnica potencial, cuestionando y tratando de dar explicación a su funcionamiento a nivel de infraestructura, pero muy tarde se ha dado la importancia a los contenidos y condiciones culturales de uso, pareciera pues que estamos tratando con un fenómeno que sabemos qué es y cómo está hecho, pero muy pocos sabemos del cómo utilizarlo socialmente, se hace presente nuevamente la discusión de la educación para los medios, pues el aprendizaje se ha venido dado de manera empírica imitatoria, lo que provoca su parcial uso pero no su optimización.

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

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

REFERENCIAS

Amador, Rocio, Bautista, (2008). *Educación y tecnologías de la información y la comunicación: Paradigmas teóricos de la investigación*. México: Plaza y Valdez Editores, pp. 21-136

Cebrian, Mariano, Herreros (2010). "Pantallas para los libros digitales", en: *Revista Mexicana de la comunicación*. Noviembre - Enero 2010. México. pp. 8 y 9.

Gómez, Carmen, Mont (2010). "El libro en la era digital", en: *Revista Mexicana de la comunicación*. Noviembre - Enero 2010. México. pp. 19-22.

Meneses, María Elena (2010). "Economía de la gratuidad", en: *Revista Mexicana de la comunicación*. Noviembre - Enero 2010. México. pp. 27-30.

Ricardo Novoa, Andrés (1980) "Conceptos básicos sobre comunicación", Editorial Agrinter-agris, Turrialba, Costa Rica. pp 2-10.

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

Garay, Luz María, Cruz. (2009). *Tecnologías de Información y Comunicación*. D.F.

De Fleur, M. L, BallRokeach, *Teorías de la comunicación de masas*, nueva edición revisada y ampliada. Nueva York 1993 traducida Paidós. p. 52-128

García, Néstor, Canciani, (2007). *Lectores, espectadores y cibermatras*. Barcelona.

De Fleur-BallRokeach, (1982) *Teorías de la comunicación de masas*, Paidós, Barcelona.

Gómez Carmen, 2009. "Museos Virtuales" *Revista Mexicana de Comunicación*.

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.

Man, Teresa de Jesús. (2009). *Innovación educativa y tecnología*. México, Porrúa, pp. 9-25.

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

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

Gómez Mont, Carmen (2009) "Más allá de los demonios", en: *Revista mexicana de Comunicación; Tumbos y contrariedades de los medios mexicanos*, tecnología y sociedad, marzo -abril 2009. México. p 11.

Duverger, Maurice (1975). *Métodos de las Ciencias Sociales*, Barcelona: Ariel.

Fernández Christlieb, Fátima. La responsabilidad de los medios de comunicación. México: Paidós 2002. p. 25

Fernández, Fátima, YEPES, Margarita. Comunicación y teoría social. México: UNAM. 1985. p.23

Fernández, Fátima 1985, YEPES, Margarita. Comunicación y teoría social. México: UNAM.. p.23

Garay, Luz María, Cruz, (2009). *Tecnologías de Información y Comunicación*. D.F. México. UPN, pp.15-36, 175-211.

García, Néstor, Canclini, (2007), *Lectores, espectadores y cibernautas*, Barcelona, España, Gedisa, S.A, pp 72-92, 125-230).

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

Guzmán, Josefina y Guzmán, Teresa de Jesús. (2009). *Innovación educativa y tecnología*. México, Purrúa, pp. 9-25.

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

McQuail, Denis. "Introducción a la teoría de la comunicación de masas". Paidós. Barcelona, 1983.

Perea de Martínez, María Esther (1995), Poder oculto, sociedad y medios de comunicación, Buenos Aires, Ediciones Gladius.

Pérez 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

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, Diccionario de la lengua española. Vigésima segunda edición. Madrid 2001.

Rodrigo Alsina (1996) La construcción de la noticia Paidós, Barcelona

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

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

Vasques, Fernando 2003. Rostros y máscaras de la comunicación. Colección Hermes. 1ª edición.. p.12

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.

Fernández, Carlos y Galguera, Laura (2009). *Teorías de la Comunicación*. D.F. México, Mc Graw Hill, pp. 1-17. FERNANDEZ COLLADO, Carlos. La comunicación en las organizaciones. México: Trillas. 1991. p.23

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