colección
comunicación y ciudad

# Comunicación, SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO y ciudad

Érika Jaillier Castrillón

Universidad Pontificia Bolivariana

## Érika Jaillier Castrillón

La autora es comunicadora social - periodista y Licenciada en Lenguas modernas de la Universidad Pontificia Bolivariana, especialista en literatura, con énfasis en producción de textos e hipertextos, de la misma universidad, y posee un DEA y doctorado en Ciencias de la Información y de la Comunicación de la Universidad Stendhal - Grenoble 3 (Francia). Durante más de 15 años ha sido docente e investigadora de la Facultad de Comunicación Social - Periodismo de la UPB y ha publicado varios libros con el sello de la Editorial de la Universidad Pontificia Bolivariana.

colección
comunicación y ciudad

# Comunicación SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO y ciudad

Érika Jaillier Castrillón

302.2
J25

Jaillier Castrillón, Érika
Comunicación, sociedad del conocimiento y ciudad / Érika Jaillier Castrillón. -- 2da ed. Medellín: UPB, 2013.
114 p: 14 x 21 cm. (Colección Comunicación y Ciudad)
ISBN: 978-958-696-132-5

1. Comunicación y cultura. – 2. Sociedad de la Información. – 3. Sociedad del Conocimiento. – I. Tit.

© Érika Jaillier Castrillón
© Editorial Universidad Pontificia Bolivariana

**Comunicación, sociedad del conocimiento y ciudad**
ISBN: 978-958-696-132-5
Segunda edición, 2013
Primera edición, 2010
ISBN: 978-958-764-807-2 (versión digital)
DOI: http://doi.org/10.18566/978-958-764-807-2
Primera edición, 2020
Facultad de Comunicación Social-Periodismo

**Gran Canciller UPB y Arzobispo de Medellín:** Mons. Ricardo Tobón Restrepo
**Rector General:** Pbro. Julio Jairo Ceballos Sepúlveda
**Vicerrector Académico:** Álvaro Gómez Fernández
**Decano Escuela de Ciencias Sociales:** Ramón Arturo Maya Gualdrón
**Directora de la Facultad de Comunicación Social:** María Victoria Pabón Montealegre
**Editor:** Juan Carlos Rodas Montoya
**Coordinación de Producción:** Ana Milena Gómez Correa
**Diagramación:** Ana Milena Gómez Correa
**Corrección de estilo:** Ana Cristina Aristizábal

**Dirección Editorial:**
Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, 2020
Correo electrónico: editorial@upb.edu.co
www.upb.edu.co
Telefax: (57)(4) 354 4565
A.A. 56006 - Medellín - Colombia

**Radicado:** 0689-21-10-09

Prohibida la reproducción total o parcial, en cualquier medio o para cualquier propósito sin la autorización escrita de la Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.



# Contenido

Introducción ..... 7
Información vs. Comunicación ..... 9
Comunicación y cultura ..... 35
Sociedad de la información y TIC ..... 45
¿Y la sociedad del conocimiento? ..... 63
La ciudad en la sociedad del conocimiento ..... 69
La comunicación, las prácticas sociales y los usos en la sociedad del conocimiento ..... 83
Inquietudes pendientes ..... 97
Bibliografía ..... 105

# Introducción

Hace ya algunos años, además de trabajar en investigación con los temas de ciudad, comunicación y Tecnologías de Información y Comunicación –TIC– (en sentido amplio), ha aparecido en el panorama la preocupación por traer a nuestro medio lo que otros vienen elaborando como reflexiones dentro del marco de la sociedad de la información y la sociedad del conocimiento. De ahí que, entre curso y curso, presentación y presentación, se hayan empezado a solidificar algunas ideas que se presentan en este texto, obviamente, como un abrebocas para procesos de investigación futuros que puedan generarse en nuestras universidades colombianas.

Las reflexiones que se entregan aquí surgen en parte de los estudios realizados durante la formación doctoral, pero también de algunas experiencias y comprensiones personales de los temas en cuestión. Están concebidas principalmente para el público de los pregrados en comunicación con los que trabaja la autora, aunque retoman algunos aspectos de cursos que se vienen trabajando con los posgrados. Se ponen ahora a consideración de los lectores con el secreto propósito de que más adelante sean controvertibles o, al menos, promuevan la discusión sobre temas que durante 10 años han estado en el horizonte de las ciencias sociales y humanas.

# 1. Información vs. Comunicación

Se habla muchísimo del concepto de información en nuestros días: Sistemas de información, Sociedad de la Información, Economía Informacional, informacionalización de las organizaciones…

Pero, ¿qué es información?

Si se busca en un diccionario normal o en páginas web en las que tradicionalmente se mueven los jóvenes se encuentra que la información se define como:

A. Según la Real Academia de la Lengua Española: (Del lat. *informatĭo, -ōnis*).
   Acción y efecto de informar. / Oficina donde se informa sobre algo. / Averiguación jurídica y legal de un hecho o delito. / Pruebas que se hacen de la calidad y circunstancias necesarias en una persona para un empleo u honor. / Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada. / Conocimientos así comunicados o adquiridos. / Propiedad intrínseca de ciertos biopolímeros, como los ácidos nucleicos, originada por la secuencia de las unidades componentes. / Educación, instrucción. (22° edición).

B. Según páginas como Wikipedia, "la información es un conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje sobre un determinado ente o fenómeno" (http://es.wikipedia.org/wiki/Informaci%C3%B3n). En otras páginas se encuentran conceptos como: "Conjunto de elementos que permiten tomar decisiones adecuadas sobre situaciones específicas".

C. Es conocimiento si su uso y apropiación permiten una aplicación y desarrollo. (http://bibliotecologia.udea.edu.co/andrear/funinfo1/materiales/Infosociedad/teorinfo_archivos/frame.htm).

D. Según páginas un poco más técnicas, como Editum, una página de autores expertos en diferentes temas, "la información es una parte fundamental y necesaria en todo proceso comunicativo en cuanto que es significada por quien la recibe si existe entre receptor y emisor un código común. La información como concepto existe en la naturaleza y en la cultura y es trasformada y resignificada por esta misma cultura que la produce socialmente o la toma de la naturaleza misma. La información conlleva, en sí misma, una parte teórica y otra práctica que en el pensamiento humano se presentan como separadas. La unificación que desemboca en la construcción definitiva del concepto de información, se da por la interacción dialéctica entre lo teórico y lo práctico" (http://www.editum.org/Nosotros-i-6.html).

También se la ha definido desde múltiples ópticas y saberes:

- Información es el conjunto de actividades de las instituciones sociales y de sus efectos que, al trasformarse en un insumo, puede ser recogida, seleccionada, transmitida, difundida, promulgada, e incluso comercializada, dados sus criterios de interés y significación dentro de la organización social y la vida pública (una mirada más institucional de la información).



- La información es un valor estratégico que da lugar a una producción mercantil y se puede convertir en una unidad de valor profesional y técnico (mirada económica de la información).
- La información es también un contenido, es decir, una idea cuyo contenedor mismo también es importante. Es una materialización de un saber a partir de un contenedor o formato que permite el intercambio interpersonal dentro de un proceso de interacción simbólica entre sujetos (mirada sociológica y educativa).
- La información es un producto social con características específicas. La información es el elemento que se intercambia en cualquier proceso comunicativo (mirada sociológica y culturalista).

Ahora bien, ¿cómo la definen los autores de las diferentes teorías, dentro del campo específico de la comunicación y la información? Veamos algunos conceptos:

Según la Teoría Matemática de la Información, la información es el objeto de estudio y el elemento clave del proceso estudiado: la teoría matemática busca controlar las condiciones en que se genera, se transmite y se recibe la información con el propósito de lograr procesos de intercambio informativo más eficaces y efectivos. De allí que se trabajen los factores de la entropía (que permite un control de los procesos de orden-desorden), y de cantidad y calidad de la información (exhaustividad, pertinencia, eficacia y cantidad son aspectos para mirar estos aspectos). Estos factores, más la reducción de cualquier tipo de "ruido", permiten disminuir la entropía negativa y aumentar la eficacia del proceso de información.

Autores de esta Teoría, como Claude Shannon y Warren Weaver, proponen una fórmula en esa misma óptica: a mayor información, menor entropía y a mayor control de la generación o emisión / transmisión o codificación-decodificación / recepción, mayor control del desorden y por tanto reducción de la incertidumbre y de las posibilidades de ruido.

En teorías más centradas en lo biológico del ser humano (H. Laborit y sus aportes a las neurociencias y los neurotransmisores; y

J. de Rosnay y sus reflexiones sobre el hombre simbiótico y las conexiones de los saberes en la sociedad contemporánea, por ejemplo), la información se comprende desde una visión macroscópica de lo que sucede en las células con los intercambios de sustancia o de materia. La metáfora permite intuir que la información puede ser intrínseca (niveles intrapersonales de intercambio de información) y extrínseca (niveles interpersonales, grupales y masivos de intercambio). Igualmente, el concepto de información se deja percibir como una cuestión que va desde lo celular a lo macrosocial en donde, a diferencia de otros seres vivos, el hombre utiliza, además de la materia y lo sensorial, la imaginación y los símbolos. Esta postura insiste en la diferencia entre información de estructura y la información circulante: la primera influye al organismo en sí mismo; la segunda, es aquella que se encuentra en el entorno y en el ecosistema humano.

Por su parte, las posturas relacionadas con lo económico, consideran la información como algo paradójico: está siempre presente en el contexto social, pero no siempre se percibe como importante. De hecho, quienes perciben la información como importante la pueden convertir en un elemento de intercambio e incluso, en un producto del mercado. La información, vista desde la economía es un objeto (intangible en la mayoría de los casos) que puede obedecer a la relación de oferta-demanda. Obviamente, la calidad de la información le dará su precio. F. Machlup, por ejemplo, presenta interesantes reflexiones sobre la información como un bien económico y sienta las bases para hablar de una industria de la información (la información y el conocimiento son claves económicas). Marc Porat, por su parte, muestra que las mayorías de las profesiones hoy trabajan centradas en procesos de información. La publicidad, por ejemplo, según su visión, es primordial en las relaciones de mercado: sin publicidad no habría necesidades al servicio del mercado (Ver por ejemplo su libro "*The Hidden Persuaders")*.

Otras corrientes teóricas más centradas en las condiciones sociales del hombre tratarán el tema de la información como un saber, como un conocimiento que solo se hace objeto cuando se intercambia con otros. Desde esta óptica, no hay información sin un proceso de comunicación y no hay comunicación sin una información que en



el fondo se comparta con otros. En tendencias más actuales como las relacionadas con la Gestión de la Información, se hace la diferencia, por ejemplo, entre la información como dato (una información no procesada) y la información como una estructura, que requiere de método, recursos, flujos y reconocimiento. Para éstos, la información se convierte en la clave de las estrategias de gestión. En cambio, otros más centrados en la comunicación humana, plantean la información como contenido del proceso de comunicación (Bougnoux, Meyrat, Mattelart y otros). En este sentido, la información y la comunicación se articulan en un mismo proceso, la una como elemento cognitivo y la otra como espacio y proceso social.

Desde las teorías comunicacionales referentes a la Sociología del Trabajo (J. Lojkine, desde la teoría económica-política, por ejemplo), la información es además clave para el desarrollo humano: a mayor inteligencia científica y técnica humana (y por tanto, a mayor información procesada socialmente), mayor desarrollo humano. Frente a la lógica de la producción, siempre habrá una lógica de los sentimientos que permite que los seres humanos organicen sus lugares de trabajo y sus relaciones de trabajo según sus sentimientos y la solidaridad que siente frente a sus pares. La información es el recurso que permite llegar a acuerdos en procesos de negociación entre los niveles jerárquicos para una organización más formal del trabajo y para los conflictos laborales que se presenten en este campo.

Estas últimas corrientes teóricas permiten entrever una imbricación innegable entre información y comunicación: no pueden existir la una sin la otra. No habría información sin un interlocutor que, al ponerla en común, no la procesara y lograra con ella nuevos procesos de conocimiento y de interacción. Por eso es posible hablar de esa relación entre Información vs. Comunicación: hay una transformación mutua de ambas al entrar en juego.

La comunicación entonces, de acuerdo con estas definiciones, es no solo el proceso de intercambio de información, sino la interacción simbólica de carácter humano que permite transformar ésta antes, durante y después del acto comunicativo mismo (retomando un poco a J. Austin). De allí que al hablar de comunicación debamos enrutarnos a una nueva reflexión: ¿qué hace a la comunicación humana?

¿Qué le da el carácter de humano? ¿Hay alguna especificidad o es posible hablar de comunicación en general?

La definición más general de comunicación es "común-acción" y "hacer común". De hecho, ese es el significado de la palabra comunicar, al menos desde sus orígenes latinos. Hacer común y actuar en común va más allá del hecho de transmitir información. No es sólo transmitir algo por medio de un cierto lenguaje. Es construir comunidad, es decir, lazos sociales, estructuras sociales con determinadas características. Es construir sociedad gracias a un *logos* que es al mismo tiempo capacidad de elaboración (*proforicós*) y capacidad de expresión del pensamiento (*endiathetos*).

Así pues, no es ilógico que la mayoría de los expertos considere el acto de comunicarse como algo innato en el hombre, entre otras cosas porque es uno de los pocos seres de este mundo que no puede sobrevivir solo sin perder parte de lo que lo hace humano. Sólo el hombre tiene una infancia tan larga y tan débil; sin la ayuda de otros seres moriría fácilmente.

A pesar de esto, no sólo el hombre construye sociedad: las hormigas, las abejas, los lobos, los delfines, los chimpancés y otras especies tienen estructuras sociales y, para algunos estudiosos, lenguaje. La diferencia está en la articulación y en las complejas formas de significación que nosotros como humanos le damos al lenguaje, y a nuestra capacidad de elaboración y expresión en el lenguaje y por el lenguaje.

Una primera conclusión es que la comunicación en el hombre es social, pero mucho más compleja por el uso de múltiples sistemas de lenguaje y complicadas estructuras de representación de ese lenguaje que le permiten vivir con otros de su especie.

Dado esto, lo siguiente que se tendría que concluir es que, a pesar de que tanto la necesidad de comunicarse como la posibilidad de hacerlo de esa forma compleja son innatas y están ahí, sólo pueden desarrollarse en la interacción con otros humanos. El ser humano debuta en su carrera de comunicador desde muy joven: apenas a pocos meses de salir del vientre alcanza a reconocer que puede atraer la atención de la madre con su llanto, sus risas, sus gemidos y sus primeros intentos fonéticos. Con ello sabe que puede expresar su hambre, su



insatisfacción, su miedo, su dolor o su cólera. Pero también que está bien, que está satisfecho, que está contento.

Quizá, al principio, la emoción y las sensaciones sean el centro de esos primeros momentos de comunicación. Pero luego, en muy corto tiempo, se descubre que esos mismos sonidos y gestos pueden ser entendidos por otros y se comienzan a hacer intencionalmente. El sentido de comunicación entre la madre y el lactante, por ejemplo, va más allá de lo que luego se podrá decir con las palabras.

Todo esto nos da una idea de las características particulares de la comunicación humana frente a otras posibilidades de comunicación:

- Las conductas de comunicación son ricas y precoces, utilizan una amplísima gama de posibilidades simbólicas directas y sutiles.
- Funcionan por múltiples canales: el olor, el tacto, la voz, los gestos, las miradas, la mímica, lo sonoro-auditivo, las representaciones gráficas, etc.
- La interacción es la base de la comunicación en más de un sentido: sin interacción no se comprenderían los códigos y no se establecerían sistemas de comunicación ni se utilizarían diversos canales y medios. Sin interacción no se puede hablar de comunicación porque la comunicación es interacción en sí misma. Además, la interacción con otros nos hace humanos, nos define psicológicamente y nos da pautas para nuestra propia identidad como individuos dentro de un colectivo. Sin interacción no habría entonces desarrollo social ni intelectual. Tampoco habría desarrollo afectivo individual si no se pueden establecer lazos de comunicación con los otros y con el medio. Pero la interacción humana va más allá de prácticas sociales simples: permite prácticas sociales complejas que crean, recrean y transforman la identidad social.
- La comunicación es pues un proceso interactivo y de adaptación y ajuste individual a un medio colectivo, pero también un modo de trascendencia de lo individual en lo grupal por medio del aporte que cada ser pueda hacerle a la producción del grupo.
- La comunicación es intercambio simbólico con los otros y con el medio, y ese intercambio enriquece a su vez a nuestro ser individual y nuestra experiencia vital permanente.

- El valor simbólico y la arbitrariedad en el uso de los signos: a diferencia de otras especies, el ser humano utiliza signos cuya significación depende del sistema social, del contexto sociocultural y del momento histórico. De hecho, el ser humano es el único ser que en su proceso de comunicación puede mentir, engañar, ironizar, hacer bromas y decir chistes a partir de su sistema natural de signos. Hasta el momento no se ha podido demostrar que los actos de comunicación animal presenten juegos de lenguaje que permitan ser leídos por otros de la misma especie con más de una significación. Adicionalmente, para el ser humano, todo signo puede convertirse en símbolo, es decir, pasar por procesos de resignificación o de asociación de significados entre sí. Lo simbólico implica una representación de algo a partir de los rasgos o características que se asocian con ese objeto o realidad, gracias a unas convenciones de significación y valoración socialmente aceptadas.
- La comunicación en nuestra especie no es solo una cuestión de supervivencia del individuo o de la especie. También lo es, pero va más allá de esto porque conlleva a una dimensión que busca la trascendencia y la transmisión de lo aprendido por toda la especie. El acto de comunicación, entre otras especies animales, es una experiencia inmediata, es un momento, es un acto histórico (en cuanto solo tiene lugar bajo las mismas condiciones en un único momento y espacio). Pero solo en el hombre ese acto es un conjunto vasto de procesos de significados, valoraciones, convenciones sociales e institucionalización de elementos que implica trascendencia y trasmisión de algo que va más allá de lo societal: la cultura. La Comunicación Humana produce, reproduce, trasmite (y por tanto permite la trascendencia) de la cultura, es decir, de todo ese producto humano que puede ser material o inmaterial y que refleja el saber-pensar, el saber-hacer, el saber-sentir del hombre.
- Los gestos, las posturas, el vestuario, el habla… En fin, todo lo no verbal y lo verbal en el hombre implica una doble articulación: el lenguaje humano se funda en esa característica: por un lado, están las unidades básicas de sentido (el significante inicial que le damos a los objetos) y por otro lado, están las combinaciones entre esas unidades de sentido que conforman nuestros discursos



o nuestra enunciación (la frase, la oración). Desde el punto de vista fonético, sucede algo similar: tenemos unas unidades de sentido (las palabras) que a su vez están formadas por segmentos fonéticos articulados, algunos simples y algunos más complejos: las sílabas están compuestas por sonidos vocálicos y consonánticos que dependen de cada lengua. Si bien es difícil saber cuándo y cómo aparece ese lenguaje articulado y esa doble articulación en el curso de la evolución del ser humano, y que no se puede separar el proceso de aprendizaje de las predisposiciones hereditarias biológicas y psicológicas del hombre, sí se sabe que existe una relación directa entre el lenguaje y el pensamiento y lenguaje y conocimiento entre los seres de nuestra especie. Del mismo modo, se sabe que se requiere una cierta estructura genética para que exista el lenguaje articulado, pero también un proceso de socialización que implica enseñanza-aprendizaje entre los de la misma especie.

- La Comunicación Humana es al mismo tiempo conexión, sobrevivencia y trasmisión de cultura: no se queda solamente en los canales que proporciona el cuerpo mismo, sino que se efectúa en extensiones del cuerpo y de la memoria. Los aparatos, las herramientas y todo aquello que permita la extensión orgánica del hombre para una mejor transformación del mundo, puede, de alguna manera, comunicar algo sobre lo humano. El lente es la extensión de la mirada; el libro, de la memoria; una grabación de audio es la extensión de la voz… Pero no solo eso: permiten perennizar las ideas, creencias y saberes de un grupo humano específico. Solo que no bastan las tecnologías o los medios tecnológicos para darle permanencia y trascendencia a las ideas. Se requiere también de una organización social que las mantenga y esto solo se logra en el binomio constante de comunicar-transmitir del ser humano.

Por eso se habla de que la Comunicación Humana, incluso más que otras formas de comunicación, requiere de ese componente social, de esa común-acción (actuar en común, para el común y desde el interés común) y que no es algo nuevo o reciente sino algo que nace con los mismos seres que están capacitados para producirla.

Sin embargo, la comunicación, desde el siglo XX, se considera también un objeto de estudio que ha dado luz a una serie de disciplinas desde distintas ciencias de las llamadas Ciencias Sociales y por lo tanto, se ha convertido en un campo de estudio, en una disciplina (inter y transdisciplinaria) y, desde mediados de ese mismo siglo, en una profesión reconocida socialmente.

Como campo interdisciplinario autónomo, la comunicación, entendida pues como disciplina fruto de las ciencias que han reflexionado los procesos de información y de comunicación humanos, representa un vasto conocimiento al mismo tiempo científico, técnico y tecnológico: es un campo compuesto, complejo y diversificado. Es arte y al mismo tiempo puede contener ciencia. Es saber-pensar y saber-hacer el acto mismo de la comunicación humana. Por eso mismo, su historia se confunde con la historia de las tecnologías de información y de comunicación, pero va más allá de ésta pues implica también una mirada desde lo sociocultural, desde la historia de las sociedades y del hombre y su cultura.

Como objeto de estudio ha sido tratado desde un variado conjunto de ciencias y disciplinas: la Antropología, la Sociología, la Psicología, la Lingüística, la Semiología y la Semiótica, la Política y, en muchos casos, la Economía; todas ellas han tratado temas que tienen que ver con el proceso de comunicación humana. Eso sin contar los estudios que se han hecho desde disciplinas aplicadas como la Ingeniería Electrónica, la Informática y las Telecomunicaciones, para tratar los temas de los dispositivos y tecnologías asociados a ese mismo proceso de comunicación.

## Algo de historia de la comunicación

Visto lo anterior, es imposible separar la comunicación de la cultura y de los distintos avances que ésta ha permitido en los usos de las técnicas y de la tecnología. El primer gran avance está en la aparición de la escritura. Hay más de 500.000 años de diferencia entre la invención del lenguaje oral y la escritura. E incluso este primer avance está atado a una necesidad cultural: el comercio, el



intercambio cultural, el intercambio entre pueblos de un lado y otro del mundo entonces conocido.

La escritura nace como extensión de la memoria, primero para registrar las acciones de intercambio material y luego, para mantener y permitir la trascendencia de todas las normas y creencias de los pueblos (incluyendo aquellas de sus orígenes y de su historia). Y, un poco después para el uso estético: la literatura aparece poco a poco, primero como una forma de "guardar" lo que ya los vates y los bardos habían mantenido como tradición oral entre sus pueblos, y luego como una forma de expresión de esa rica experiencia de vida de tantos seres humanos.

La escritura, en el mundo occidental, nace en los valles de los grandes ríos: Mesopotamia. Los primeros vestigios que se conservan son cartas comerciales escritas en tablillas en la zona de Ur de Caldea. Los fenicios contribuyeron a su aprendizaje y difusión entre las naciones del Mediterráneo. Y el "invento" llegó a los confines del mundo conocido y se modificó según lo propio de cada lengua y lugar, a la usanza y maneras de los pueblos que lo acogieron o que le dieron origen a su modo.

Ese ha sido, a pasos agigantados, el proceso que se puede ver en otros inventos y tecnologías asociados a la información y la comunicación: alguien los inventa, una élite los comienza a utilizar, entidades comerciales los difunden y luego llega a la gran masa, quien lo concibe primero como objeto o tecnología innovadora y luego como un objeto cotidiano. La imprenta, el teléfono, la radio, la televisión, el cine, el computador u ordenador, las telecomunicaciones (satélites, micro-ondas, Internet), etc.: a cada gran etapa de la humanidad puede atarse una etapa de la historia de las comunicaciones y viceversa. La influencia es mutua: lo social proporciona las condiciones para la aparición del invento o de la técnica y éstos solucionan necesidades que existen en lo social. De igual manera, lo social modifica lo tecnológico y lo tecnológico modifica a su vez lo social.

Ahora bien, es necesario considerar como medios (entendidos en este caso como recursos) de comunicación tanto aquellos inventos que han sido considerados como básicos para la historia occidental de las comunicaciones (la escritura, la imprenta, los medios electró-

nicos, los medios electromagnéticos, las telecomunicaciones), como aquellos descubrimientos y procedimientos propios de la comunicación interpersonal y grupal que se entrelazan con la cultura y las tradiciones de los pueblos.

Y no solo es necesario pensar en ese transcurrir histórico desde las transformaciones mutuas, sino también desde los paradigmas y modelos que cada época ha tenido sobre el quehacer de la comunicación y de la información en su momento. Sin los chinos no sabríamos que había modos de escritura a partir de piezas móviles entintadas y sin la radio occidental, oriente no habría escuchado la voz de la resistencia a la propaganda oficial de los países colonizadores. Tampoco se habrían hecho estudios relativos a la influencia de la información sobre las masas sin la existencia de la propaganda y no habría existido una teoría como la de la Aguja Hipodérmica; ni se habría pensado en procesos de educomunicación y endocomunicación sin una visión desde la Teoría Crítica aplicada después en los contextos latinoamericanos.

La historia de la Comunicación es la historia de las distintas representaciones sobre los conceptos de "información" y "comunicación" y al mismo tiempo, la relación entre la aparición de las tecnologías y sus usos y valoraciones sociales y las transformaciones sociales que han originado dichas tecnologías y que han permitido la incorporación social y su transformación.

Como el campo de la Comunicación Social y el de la Comunicación Humana, la Historia de la Comunicación es un terreno complejo, pero interesante y lleno de elementos que han marcado la historia de las sociedades y de lo humano.

Se podría hacer un resumen por períodos para situar el análisis de la comunicación y la relación con el devenir del mundo moderno y de la tecnología.

## Más que modelos

Buena parte del estudio de la comunicación se ha basado en el uso de modelos. Quizá el más tradicional es el modelo de la Teoría Matemática de la Información, de Shannon y Weaver.



En general, todos los modelos, entre ellos el de la Comunicación Contingente, el Modelo de la Escuela Política, el modelo Sociocrítico y tantos otros (Ver autores como Uriel Hernando Sánchez, Frank E. Dance o Denis Mc Quail, quienes presentan diversos esquemas de cada corriente de la comunicación), tienen su utilidad porque permiten identificar diferentes elementos y dimensiones que se ponen en juego en el proceso de la comunicación. Son útiles además en el estudio de la Comunicación como objeto de trabajo, para presentar de forma gráfica esa relación entre dos o más entidades complejas y de este modo permitir la visualización del proceso mismo, de sus elementos, de sus dimensiones y de las alternativas de explicación de cada postura teórica que los utiliza. Pero el estudio de la comunicación y de las teorías de comunicación es más que una cuestión de esquemas o de modelizaciones.

| PERÍODO O DÉCADA | EL MOMENTO SOCIAL Y LAS CIRCUNSTANCIAS HISTÓRICAS | LA TIC MÁS USADA | LA VISIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN ESE MOMENTO (PARADIGMAS O TENDENCIAS) |
|---|---|---|---|
| Siglo XV | El quatroccento (pleno Renacimiento de las letras y las artes en Florencia). Primer período de Ilustración (Kant y el "Hombre ilustrado" vendrán luego) y del cambio del pensamiento del hombre. De lo Teocéntrico a lo Androcéntrico. Aparición del concepto moderno de ciencia y primeras formas de clasificación de lo científico. Primeras obras de autor desde lo literario. La literatura cobra importancia como expresión del individuo. La poesía y la narrativa en lenguas nacionales (no en latín) permiten un mayor acercamiento de la gente a las letras. El descubrimiento de América genera un cambio de mentalidad y transforma los paradigmas científicos de muchos sabios de la época. | Nace la imprenta de tipos móviles en occidente (1470). Aparición del libro moderno y primer gran cambio de la escritura. A pesar de no parecer TIC, la pintura, el grabado y el uso de relieves con historias en templos y edificios públicos, sirven para la comunicación, tanto como lo eran los bardos en la época precedente. La escritura amplía su uso entre diversas clases y deja de ser únicamente de élites, aunque todavía abunda el analfabetismo. | Aún existe desde el punto de vista de lo oral, el uso de la Retórica como base del discurso. La Poética de Aristóteles sigue rigiendo en algunos casos pero ya se notan cambios en la versificación gracias al uso de las lenguas propias de cada pueblo. (La lengua oficial permite la unificación de las Naciones y el fortalecimiento del Estado). Nacen las primeras Gramáticas como forma de organización y corrección en el uso de las lenguas. La comunicación es directa. Prima lo presencial, simultáneo e interpersonal (el diálogo, la discusión, la tertulia, el debate en las tertulias académicas y científicas que se originan en ese siglo. También el género epistolar y pastoral es importante en este tipo de comunicación) o grupal (la plaza). |
| Siglo XVI | La aparición de la Reforma y la Contrarreforma sirven de motor para la expresión de ideas y la formación de grupos de opinión. La traducción de la Biblia a las lenguas nacionales y la evangelización, así como la catequesis de las distintas iglesias cristianas separadas (apenas nacientes), fomentan la aparición de Escuelas y expande la alfabetización. | Continúa el apogeo de la imprenta y de las demás TIC existentes hasta esa época. | Cobra fuerza la importancia de la opinión pública (sobre todo en Alemania e Italia) en la toma de decisiones de las ciudades regiones. |



| | | | |
|---|---|---|---|
| Siglo XVI | Humanismo cristiano y Renacimiento de las artes y las letras en otros países de Europa (Francia, Inglaterra, Alemania y España) Primeros brotes de las guerras de religión de la Reforma. Desde la misma óptica del fortalecimiento del individuo en la esfera pública, nace el ensayo moderno (Miguel de Montaigne) y con él, la opinión académica y científica desde el hombre y no desde los Padres de la Fe. Toma bríos la Ilustración. Aparecen las listas de libros prohibidos y permitidos. Los cambios políticos del fortalecimiento del Estado Nación hacen delimitar las fronteras e incluir en las Cartas Magnas elementos identificadores (la lengua oficial reconocida por el rey, por ejemplo). La colonización de América, Asia y África permite el auge de las nuevas formas de comercio, nuevos productos y nuevas costumbres y productos culturales. | Nacen las imprentas nacionales y las religiosas con fines diferentes. Nuevas técnicas de grabado permiten la publicación impresa de imágenes. | Esto abre un panorama importante a una forma de comunicación grupal más participativa. Los debates públicos recobran la importancia que habían tenido en otros periodos históricos (Roma y Grecia). |
| Siglo XVII | Estallan con mayor fuerza las guerras de religión y las guerras entre las potencias colonizadoras del nuevo mundo. Se consolida el poder absoluto de las monarquías y se centralizan las decisiones públicas en el Estado (la Iglesia pierde poder en algunos países). | Aparición de la Prensa como medio masivo (aunque no lo era tanto en sus comienzos). Los primeros periódicos fueron las Gazzetas. Alemania, Francia e Italia comienzan a publicar este tipo de medios periódicos, muchos de ellos semanales. | Se empieza a hacer notar cada vez con más fuerza la importancia de la voz del pueblo, de la voz del tercer estado en naciones como Alemania e Inglaterra. |

| PERÍODO O DÉCADA | EL MOMENTO SOCIAL Y LAS CIRCUNSTANCIAS HISTÓRICAS | LA TIC MÁS USADA | LA VISIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN ESE MOMENTO (PARADIGMAS O TENDENCIAS) |
|---|---|---|---|
| Siglo XVII | La dramaturgia renace con las obras de grandes autores como Shakespeare.<br>Se regula la métrica y la versificación. Aparece el verso clásico. Siglo de oro para la literatura.<br>Se fortalecen los temas de los derechos y deberes del Estado y las reflexiones sobre el deber ser de la política.<br>Primeros brotes sobre del pensamiento liberal económico. | Aparecen las prensas de uso privado y con ellas, nuevos roles asociados a la impresión: redactores, editores, impresores: un nuevo gremio burgués. | El debate público y las tertulias son modalidades de comunicación pública con gran auge para la época. |
| Siglo XVIII | Finalizan las guerras de religión en Europa, pero no las dificultades. Es el siglo de las revoluciones:<br>Por un lado es el primer gran período de la Revolución Industrial. Por otro, es el siglo de las independencias y las guerras civiles en busca de la igualdad, la libertad, la división de los poderes, el voto (y la opinión del pueblo).<br>Es también la época de los derechos y deberes de los hombres y de los ciudadanos.<br>La imprenta privada se convierte en panfletaria e independista. Se multiplican los periódicos y las publicaciones de diversa índole.<br>Las colonias americanas buscan asumir sus propios gobiernos y eso desemboca en las luchas por la independencia, que en los países latinoamericanos cobrarían fuerza y se resolverían a mediados y finales del siguiente siglo. | Nacen las industrias editoriales y las primeras grandes casas de impresión.<br>Se mejoran las técnicas de impresión y se aumenta el uso de las ilustraciones.<br>Aparecen las imprentas en el Nuevo Mundo (a mediados de siglo) y transmiten las ideas de los grandes pensadores de Europa, lo que permite que se nutra la idea cada vez más creciente de tratar de gobernarse a sí mismos. | Si bien la comunicación interpersonal y grupal siguen existiendo, la comunicación pública se fortalece y pasa a ser la protagonista en la toma de decisiones de las ciudades y los gobiernos locales.<br>Esa misma comunicación pública genera y contribuye en los procesos de transformación social y de reorganización del Estado moderno.<br>Con la manifestación de las imprentas crece el alfabetismo y se fortalece la figura del lector. El lector en este siglo es más que un personaje, es público y es partícipe de las ideas de los otros.<br>Comienza a hacerse consciente de la labor del emisor para cumplir/agradar/satisfacer al público.<br>El rol del público oyente se nutre con las ideas de los derechos y de los deberes sobre todo frente a la información. |
| Siglo XVIII | Es la época de la novela, de la narración extensa sobre temas variados pero con un interés en el goce del lector.<br>Con las revoluciones (tanto la industrial como las de independencia y de libertad) cambia el panorama social, los roles sociales y la clasificación social. Hay una nueva organización en donde la Iglesia y el Estado comienzan a perder poder.<br>La burguesía deviene un poder importante en el Estado moderno. | | |
| Siglo XIX | Es el siglo de las independencias latinoamericanas y de los primeros grandes inventos industriales.<br>Se fortalecen las industrias nacionales y el comercio de producción masiva. Aparece con mayor definición la clase obrera y cobra fuerza el capitalismo y el liberalismo económico en todo el mundo.<br>Se termina de colonizar el mundo (Australia y los polos sufren las primeras expediciones y acercamiento de los grupos científicos).<br>Nacen las ciencias sociales con el positivismo.<br>Se consolidan las grandes naciones dominantes (las colonizadoras del mundo) y se redistribuye geográficamente el mundo.<br>La pintura y la música se hacen masivas (los museos, los conciertos públicos, los grandes teatros). | Es el período de surgimiento de las TIC básicas que conocemos: La telegrafía, la telefonía y la fotografía (a mediados de siglo), la radiofonía (en 1893), la imagen en movimiento (el kinetoscopio y el cinematógrafo, 1895) y los primeros intentos de transmisión del telégrafo sin cables.<br>Se consolidan algunas empresas de prensa que aún existen en el mundo (The Times, por ejemplo).<br>Se crean las primeras grandes casas editoriales (industriales) en América Latina.<br>Tienen origen algunas empresas de comunicaciones que más adelante permitirán desarrollos de las TIC (ejemplo la Kodak y la Bell). | La comunicación pública, la publicidad y la propaganda abundan.<br>Comienza el uso de las tecnologías de la información y comunicación en la esfera de lo privado.<br>Con el nacimiento de las llamadas Ciencias Sociales, cobra fuerza la necesidad de comprender la interacción humana y por tanto, las formas de comunicación y el lenguaje. |

| PERÍODO O DÉCADA | EL MOMENTO SOCIAL Y LAS CIRCUNSTANCIAS HISTÓRICAS | LA TIC MÁS USADA | LA VISIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN ESE MOMENTO (PARADIGMAS O TENDENCIAS) |
|---|---|---|---|
| Siglo XIX | Se fortalece la novela con nuevas temáticas: novela histórica, novela rosa, novela realista, novela naturalista, novela costumbrista, novela policiaca, novela de ciencia ficción. Esto se logra gracias a la publicación periódica de los capítulos en los folletines. | | |
| 1900-1910 | Es la época de los experimentos y de la expansión del mundo moderno.<br>Llegan los primeros exploradores hasta el polo norte y el polo sur y de este modo se alcanza un conocimiento más "totalitario" del planeta.<br>Se desarrollan y mejoran los inventos del siglo anterior.<br>Crecen los problemas sociales de distribución del capital y con ellos el fenómeno del sindicalismo y la contratación de mano de obra cada vez más barata (las mujeres y los niños).<br>Nacen nuevas corrientes para las ciencias sociales.<br>Se empieza a hablar en el mundo de las artes de la Avant-garde y el Art nouveau. También del expresionismo y del neo impresionismo.<br>Esto también se puede ver en las nuevas artes (cuyos orígenes selectos datan del siglo anterior pero que se masifican en el siglo XX): el comic, el ballet, el teatro y el cine. | Es la década de las primeras comunicaciones transatlánticas, los primeros intentos de la fotografía en colores y la expansión de la telegrafía y la telefonía en todos los países desarrollados.<br>También se privatiza el uso de los aparatos de registro fotográfico y las primeras reproducciones sonoras. | Cobra interés la propaganda a partir del estudio sobre el comportamiento de los individuos y de las masas.<br>Nacen las primeras nociones explicativas sobre la influencia de los medios en la gente.<br>La preocupación dará pie a la llamada "Teoría de la aguja hipodérmica". |



| | | | |
|---|---|---|---|
| 1910-1920 | Los llamados locos 20 traen una expansión de los primeros inventos de uso doméstico, así como de los automotores.<br>En la Primera Guerra Mundial se fortalecen las telecomunicaciones y se mejoran los aparatos transmisores y receptores.<br>Es el auge del cine mudo y de las Escuelas rusa, americana y francesa del cine de narración.<br>Las ciencias sociales empiezan a multiplicar sus visiones y paradigmas, así como las temáticas y objetos de estudio. Aparecen los primeros estudios de lo urbano.<br>La revolución Bolchevique cambia el panorama político del mundo. | Se mejora la telefonía sin hilos y se hacen las primeras transmisiones de imagen, aunque el invento de la televisión todavía tendría que esperar hasta la década de los 30.<br>Se fortalecen las grandes compañías de telegrafía y telefonía.<br>Comienza la diferenciación de los géneros periodísticos frente a lo literario.<br>Aparece el reportero político y el reportero de guerra.<br>Empiezan a aparecer los reportajes fotográficos. | Surgen los primeros estudios sociales de tipo científico sobre el comportamiento de las masas y esto da ideas para la comunicación pública y la propaganda. De hecho, es la gran era de la propaganda política. |
| 1920-1930 | Se da la gran crisis económica del 29. La posguerra multiplica las crisis sociales y da pie a los movimientos sindicales y a las organizaciones de izquierda en diversas partes del mundo.<br>Crece el Comunismo y el Socialismo en Europa. Adicionalmente, nacen los fascismos.<br>Se dan grandes cambios en la estructuración de las ciudades y en la organización territorial político-administrativa de los países. | La radio comercial tiene su origen al finalizar esta década.<br>Se multiplican los géneros cinematográficos y nacen algunos de los grandes estudios.<br>En la prensa se empieza a trabajar en el periodismo investigativo de interés social en unas secciones especiales de los grandes periódicos (que además, por ser en hojas más amarillas que el resto, dieron lugar al nombre de periodismo amarillista).<br>Se incorpora con mayor facilidad la fotografía a la prensa. | Nacen los estudios de sintonía y de audiencia, y con ellos se refuerzan las reflexiones sobre el uso de los medios. (Lasswell, será el primero en refutar el tema de la "Aguja hipodérmica"). |

| PERÍODO O DÉCADA | EL MOMENTO SOCIAL Y LAS CIRCUNSTANCIAS HISTÓRICAS | LA TIC MÁS USADA | LA VISIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN ESE MOMENTO (PARADIGMAS O TENDENCIAS) |
|---|---|---|---|
| 1930-1940 | Los fascismos se toman varios países de Europa.<br>A finales de esta década (en 1938) se da la invasión a Polonia y con ella, el inicio de la Segunda Guerra Mundial.<br>Se diversifican los paradigmas de las ciencias sociales.<br>El Existencialismo y otras corrientes ponen en juego desde lo artístico todo ese fenómeno del malestar cultural de los individuos del que habló en su momento Freud. | Se inventa la televisión.<br>Se expande la radio comercial.<br>Nace la radio en Colombia y en otros países de Latinoamérica.<br>Se sonoriza el cine. A finales de la década se tienen las primeras películas en colores.<br>Se comercializa la fotografía en colores y las cámaras de filmación y grabación sonora.<br>Comienza el auge de la industria discográfica, en parte apoyada por la radio comercial. | Nace como tal el campo de estudio de la comunicación con los trabajos de Lazzarfeld.<br>Aparecen casi simultáneamente las tendencias funcionalista y estructuralista de la comunicación.<br>Se empieza a hablar de cibernética.<br>Los estudios empiezan a tratar no solo el tema de la comunicación política y de la comunicación pública, sino también de los usos y efectos de los procesos de comunicación masivos, grupales e individuales.<br>Primeras escuelas formales de Periodismo. |
| 1940-1950 | Finaliza la Segunda Guerra en el 45. Se incrementa el poder de la industria armamentista y los desarrollos en telecomunicaciones.<br>Es el origen de la Guerra Fría entre las naciones del Este y el Oeste.<br>Se crea la ONU.<br>Se multiplican los estudios de ciudad y las nuevas tendencias sociológicas y antropológicas hacia lo urbano.<br>El fenómeno social se da en dos vías: la migración del campo a la ciudad y la creciente urbanización de las ciudades. | Se da la explosión comercial de la televisión.<br>Se personaliza el uso de la radio y de los reproductores de sonido.<br>Se mejoran las condiciones de grabación de cine y video.<br>Aparecen los movimientos y corrientes en el cine.<br>Se generaliza el uso de la fotografía en colores. | Continúan los estudios de las primeras tendencias, pero a estos se suman aquellos asociados a la Teoría Crítica.<br>Hay un auge de los estudios funcionalistas sobre el tema de medios.<br>-política y medios<br>-jóvenes |



| | | | |
|---|---|---|---|
| 1940-1950 | El Dadaísmo y otros movimientos que cuestionan la posición del sujeto en la sociedad y la del artista en su medio, dan como fruto nuevas tendencias artísticas cada vez más conceptuales.<br>Cobra nuevo interés el tema de la ciencia ficción, sobre todo con la carrera armamentista y el deseo de poner al hombre en el espacio.<br>Es el boom de la juventud. El concepto se trabaja principalmente desde la posguerra como una cuestión generacional con características identificables a través de los comportamientos sociales y las tendencias de consumo.<br>Los 50 serán llamados "la década de la generación perdida" entre otras cosas, por la aparición del Rock and Roll y por el salto generacional de la posguerra. | Aparecen los LP y cobran fuerza los géneros musicales como industria cultural. | La escuela de Francfurt comenzará a trabajar el tema de la industrias culturales y la vulgarización de las artes. |
| 1950-1960 | Es la década de los primeros inventos de naves espaciales, pero también la del auge de las telecomunicaciones.<br>Las ciudades crecen y empiezan a vivir procesos de urbanización e industrialización desmedida, lo que afecta también las formas de organización social.<br>La juventud toma fuerza. Empiezan a aparecer fenómenos de comportamientos generacionales y tipologías de joven en los trabajos de tipo social.<br>La Guerra Fría se recrudece.<br>Las artes se diversifican en grandes cantidades de tendencias y movimientos. | Es la década de la individualización de la radio gracias a la invención del transistor (1956).<br>Además, es el período dorado de la televisión: se multiplican los géneros, se amplían los espacios, se aumenta la capacidad de transmisión gracias al avance en las telecomunicaciones.<br>La industria de la música se ve fomentada con el uso móvil de la radio, de transistores de Alta Fidelidad y la estereofonía. | Cobra fuerza la cibernética y la visión de la Escuela de Palo Alto.<br>Aparecen los primeros estudios de la comunicación desde lo culturológico.<br>Jakobson publica sus ideas sobre las funciones del lenguaje.<br>Se acrecienta el uso de las investigaciones de usos, efectos y gratificaciones, así como los estudios de audiencias, de públicos y de comportamientos.<br>Primeras facultades de información y comunicación en Europa y Estados Unidos. |

| PERÍODO O DÉCADA | EL MOMENTO SOCIAL Y LAS CIRCUNSTANCIAS HISTÓRICAS | LA TIC MÁS USADA | LA VISIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN ESE MOMENTO (PARADIGMAS O TENDENCIAS) |
|---|---|---|---|
| 1960-1970 | La década de los movimientos sociales.<br>El ideal de la transformación del mundo lo asume la juventud cansada de la situación de la Guerra Fría y la dominación de unos países sobre otros.<br>La guerra entre Israel y Palestina tiene sus primeros efectos internacionales.<br>Se da la crisis de misiles entre Estados Unidos y Cuba.<br>A esto se le suman los movimientos revolucionarios de los países del lejano Oriente, sobre todo los de la zona Indochina (Laos, Vietnam, Camboya, Corea) y las guerras de guerrillas en América Latina.<br>Es también el período de aparición de las drogas sintéticas y de las comunidades hippies.<br>Adicionalmente, se logran los viajes espaciales y el hombre camina sobre la superficie lunar el 20 de julio de 1969.<br>Es una época de grandes esperanzas ("hacer el amor y no la guerra", como querían las comunidades hippies) y de diversos centros de conflictos bélicos internacionales. | Con las videograbadoras y las reproductoras de video, así como la reducción del tamaño de los equipos de sonido, las tecnologías de información y comunicación no solo hicieron ya parte del menaje doméstico, sino, incluso, de la individualización cada vez más profunda de su uso.<br>Aparece Arpanet, el antepasado más cercano de Internet y se empieza a desarrollar la red de redes.<br>Los periódicos crean los grupos especializados y se empieza a hablar del "nuevo periodismo". | Aparecen los textos de Marshall McLuhan.<br>Se consolida la pragmática de la comunicación y los análisis semiológicos desde distintos autores y posturas.<br>Surge el interaccionismo simbólico (Goffman) y se hace un gran énfasis en las dinámicas de los grupos para el empoderamiento social.<br>La llamada Escuela Latinoamericana de la comunicación presenta sus primeros trabajos y, en simultáneo, se crean las facultades de ciencias de la información y de la comunicación en América Latina. |
| 1970-1980 | Se multiplican los viajes espaciales y se incrementa la comunicación satelital. Esto dio pie a que se empezara a hablar de la Guerra de las Galaxias, utilizando como metáfora la película de ciencia ficción de George Lucas y Steven Spielberg (la primera parte de la saga se presentó públicamente en 1977).<br>Se agudiza la guerra en oriente cercano entre Israel y las naciones de origen árabe.<br>Se recrudecen las guerras internas en los países latinoamericanos. Brotan con fuerza los movimientos de ultraderecha y los golpes de Estado de los militares en el cono Sur.<br>Aparece desde la Comisión de la ONU encargada de lo relativo a la información y comunicación, el estudio titulado: "Un mundo, muchas voces", también llamado informe Mc Bride, a partir del cual se empieza a discutir el tema del Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación (NOMIC). | Aparece la televisión en colores en Colombia.<br>Se generaliza el uso de los reproductores de sonido portátiles (walkman), las cámaras de video portátiles y la fotografía instantánea.<br>Se inventa el video láser.<br>El VHS comienza a imponerse sobre el Betamax como sistema de reproducción de video.<br>Se empieza a hablar del "cine en la casa" por lo que se disminuye ostensiblemente la presencia del público en los teatros de cine.<br>Se comercializan los primeros PC para uso doméstico.<br>Es la década de aparición de los videojuegos y el video experimental. Nacen las primeras TV comunitarias en el mundo. | Empieza a reforzarse el interés de reflexión sobre las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.<br>En Colombia toma fuerza la comunicación para el desarrollo y el concepto de comunicación institucional y comunicación organizacional.<br><br>En el mundo se habla de la sociología de las interacciones sociales, las sociologías de la técnica y de la mediación, la importancia de la formación de los usos (y de la capacidad crítica de los usuarios) para el trabajo con los medios masivos, la recepción crítica y la percepción activa. |
| 1980-1990 | Gorbachov propone la Perestroika y empieza a ceder la Guerra Fría en el mundo. Cae el muro de Berlín (1989).<br>Se firman tratados de paz en varios países de América Latina para acabar con las guerras internas.<br>Argentina recobra el gobierno democrático. | Aparece el CD y se expande comercialmente el uso de la tecnología digital.<br>Salen a la venta los primeros PC portátiles.<br>Se abre al público la red de redes para el uso científico y universitario. | Comienzan a aparecer nuevas preguntas sobre la comunicación y la información, entre ellas:<br>-La imposibilidad de una teoría general de la comunicación dadas las múltiples dimensiones y aspectos que este campo de estudio trata.<br>-La pertinencia de diferenciar entre información y comunicación después de la creciente convergencia de medios y tecnologías. |

| PERÍODO O DÉCADA | EL MOMENTO SOCIAL Y LAS CIRCUNSTANCIAS HISTÓRICAS | LA TIC MÁS USADA | LA VISIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN ESE MOMENTO (PARADIGMAS O TENDENCIAS) |
|---|---|---|---|
| 1980-1990 | Se agudiza el problema del narcotráfico en Colombia, Bolivia y Perú. Se dan las guerras entre los carteles en Medellín y se hace visible el problema del sicariato y la división social en las grandes ciudades colombianas (lo que se llamó la "cultura de la muerte"). A los conflictos armados de ejército y guerrilla se le suman los del paramilitarismo y la narcoguerrilla.<br>Los niños de esta época serán la generación X a medida que vayan llegando a la adolescencia. | Aparece el sonido en estéreo para el cine y la televisión.<br>En Colombia se aprueba el funcionamiento de los canales regionales (1985) y se da origen a Teleantioquia como el primer canal regional del país.<br>Los diferentes países del mundo empiezan a incluir en sus normas aquellas que tocan el espectro electromagnético y la regulación de los sistemas de cable, de parabólicas y de satélites para la transmisión comercial. | -La sociedad de la información y la sociedad de la comunicación.<br>-La inter y transdiciplinariedad de la comunicación.<br>-La posibilidad de los cambios de perspectiva sobre lo comunicacional dados los avances de la informática y de las ciencias cognitivas. |
| 1990-2000 | inaliza la Guerra Fría luego de la caída del muro de Berlín.<br>Guerra de los Balcanes.<br>Primera guerra del Golfo Pérsico.<br>Continúa la guerra Israel-Palestina.<br>Se crea MERCOSUR.<br>Los países europeos se organizan como comunidad económica y se preparan para la unificación de criterios con miras a lograr una única Comunidad Europea.<br>FSe consolidan las relaciones entre el mundo occidental y el oriental. | Internet se expande en el mundo entero. La World Wide Web se convierte en un nuevo espacio público de visibilización de grupos, comunidades, sociedades y naciones enteras.<br>Aparecen los CD players y el MP3 para la grabación y reproducción de sonido digital.<br>Entra en moda la interactividad, la conectividad y la convergencia de tecnologías en los medios, | Se hacen reflexiones sobre la relación globalidad-localidad, la especificidad y al mismo tiempo la inter y transdisciplinariedad del campo de estudio de la comunicación.<br>Se trazan preguntas sobre las nuevas formas de mediación en las relaciones mediatizadas.<br>Se busca pensar más en la relación de las tendencias o corrientes iniciales para un mejor trabajo sobre el complejo tema de la comunicación humana.<br>Surgen los primeros trabajos de la sociedad en Red (Castells), la era de la información, las |



| | | | |
|---|---|---|---|
| 1990-2000 | En Colombia se le pone fin a la guerra de carteles, pero continúan los problemas de narcotráfico, guerrilla y paramilitares. Por ellos se dan nuevas migraciones del campo a la ciudad y se agudizan los problemas de desequilibrio urbano.<br>Entre las generaciones juveniles se pasa de la generación X a la generación Y, y a la BoBo, sobre todo centradas en la producción simbólica de subgrupos y en las tendencias de comportamiento social y de consumo de productos culturales (en especial, la música).<br>Aparecen las primeras comunidades virtuales. | además de los mejoramientos técnicos para la alta definición (HiFi) y la calidad de transmisión y recepción de los diferentes sistemas de transmisión.<br>Se generaliza el uso de la tecnología celular (telefonía móvil inalámbrica) en el mundo.<br>La digitalización avanza y con ella los nuevos formatos de registro cada vez de menor tamaño (miniaturización de las comunicaciones.) | comunidades virtuales (Rheingold), la cibercultura (Levy), las inteligencias en conexión (Kerc Khove)<br>La investigación total y la investigación contingente en el campo de las comunicaciones, consigue poner en el tapete nuevas preguntas sobre la sociedad en Red y la Sociedad de la Información. |
| 2000-2010 | Aparecen las redes sociales digitales.<br>Se digitaliza la TV y la radio. Aparecen los primeros dispositivos convergentes. | Nacen los primeros sistemas digitales públicos. Se fortalece la miniutirización de los dispositivos de almacenamiento móvil (USB). | Aparecen las teorías de la convergencia mediática y se pasa de la multimedia a los sistemas transmedia como objetos de investigación. |

Estudiar la Comunicación es entender las interpretaciones humanas en todos los niveles: desde lo interpersonal hasta lo masivo, pasando por lo grupal o colectivo. También es entender las diferentes maneras de clasificación de los medios y las tecnologías utilizadas en los procesos de comunicación. Esas clasificaciones varían según el paradigma científico desde donde habla el autor y según el periodo histórico que se esté viviendo.

Una cosa es clara: es preciso, además de entender todo aquello que toca lo social y lo cultural, ser capaz de darle una mirada reflexiva a los medios e ir más allá de la comprensión del cómo se manejan para tratar de comprender cómo los ve la gente, cómo los usa la gente, qué espera de ellos, cómo los transforma a partir de los usos y de sus representaciones frente a ellos.

De igual manera, la comunicación debe tratar de comprender a los usuarios y a los emisores, las intenciones e intereses de cada uno, su papel social, su forma de construcción del mensaje bien sea de enunciación o de respuesta. A esto se le suman las condiciones sociales, la situación, la forma de expresión, el tipo de discurso, el manejo del lenguaje y las funciones que el lenguaje cumple en relación con cada situación…



# 2. Comunicación y cultura

Si la relación entre comunicación e información es compleja pero es clave en el estudio de la comunicación y en la relación con las Sociedades de la Información y el Conocimiento, la cuestión de la cultura no lo es menos. Es preciso, eso sí, partir de que la relación entre cultura y comunicación es, como sucede con la comunicación y la información, una dupla inseparable. La proximidad de los dominios de la cultura y de la comunicación no es de orden histórico, ni de orden técnico, incluso, tampoco lo está explícitamente ligado a los cambios tecnológicos, aunque ambas –la comunicación y la cultura- reciben su influencia y condicionan estos mismos cambios. La proximidad se debe a que no hay prácticas sociales sin proceso de comunicación que además no generen, modifiquen, ratifiquen, reproduzcan o transformen lo cultural. No es posible, pues, hablar de líneas de separación ni de diferencias o semejanzas entre ambos términos, sino más bien de una especie de mutualismo necesario: ambas son imprescindibles para la existencia de la una y de la otra. La una no se explica sin la otra. Esto lo recalca Michel Foucault en su libro *Las palabras y las cosas* cuando afirma que "jamás en la cultura occidental el ser del hombre y el ser del lenguaje han podido

coexistir y articularse el uno sobre el otro como en nuestra época" (Foucault, 1966: 351).

En esta era postindustrial la convergencia misma de las tecnologías de la información y de la comunicación deja su efecto en los procesos de producción y de difusión de la información y del saber, sobre los modos de pensamiento, sobre los momentos de ocio y de recreación y, obviamente, sobre los comportamientos e identidades culturales del hombre (Caune, 1995). En tal sentido, hay dos dimensiones para plantear la relación entre comunicación y cultura en este nuevo milenio:

- La dimensión de los procesos culturales vs. los procesos de comunicación (en esa interrelación y transformación mutua de ambos tipos de procesos): los hechos culturales son cada vez más asuntos de comunicación entre el individuo y su sociedad y entre los grupos minoritarios y las culturas de masa. La cultura es, para el individuo, una herencia transmitida y transformada por los individuos. Así, los individuos estarán siempre comprometidos con la cultura, aunque no lo hagan conscientemente. Con todo, mientras más compromiso consciente haya, mayor será la ingerencia del individuo dentro de esa reproducción/transformación cultural. Esta dimensión, como puede verse, toca los terrenos de diversas ciencias y disciplinas sociales (la antropología, la sociología, la psicología social, la lingüística y otras serán fuentes de información sobre estas temáticas).
- La dimensión de los roles propios de estos procesos en la construcción de una realidad social y de una visión de mundo. Si los procesos culturales y los procesos de comunicación se influencian mutuamente, es imposible dejarlos de lado a la hora de establecer el modo de concebir la realidad y el mundo que rodea al individuo, al grupo o a la sociedad. Las representaciones individuales, colectivas y sociales del mundo dependen íntegramente de las prácticas sociales y comunicativas de los seres humanos que en ellas participan. Se habla entonces de múltiples realidades, de identidades intersubjetivas, de identidades sociales articuladas con los diversos paradigmas del mundo y de la realidad que estos seres humanos tienen. Los fenómenos de interculturalidad y transculturalidad han mostrado la importancia de esta dimensión en esa relación entre comunicación y cultura. No hay un solo mundo: hay una inmensa variedad de nociones de mundo, tantas como nociones de cultura y formas culturales que entran en relación.



Ya no basta entonces con hablar de definiciones de cultura que estén limitadas a las artes o a la producción artística. Sea cual sea la definición de cultura hoy, todas ponen su énfasis en entender lo cultural como conjunto de sistemas simbólicos de índole social-humano. Dentro de esos sistemas simbólicos el primer rango de reconocimiento cultural está demarcado por el lenguaje.

Ahora bien, aunque aparentemente es simple, la cuestión del lenguaje es bastante compleja. Esto lo entienden quienes han estudiado su funcionamiento, su construcción y su relación con la cultura. De hecho, producir lenguaje es un fenómeno a la vez físico, fisiológico, psíquico y social. No se puede confundir lenguaje y lengua, a pesar de esto. El lenguaje es el sistema, la lengua es una materialización exterior, un producto social que surge precisamente de la capacidad de lenguaje. Y tampoco son lo mismo que el habla: el habla es la cuestión individual, la lengua y el lenguaje son construcciones sociales y la primera es derivada de la segunda. Como diría Ferdinand De Saussure: "La lengua es la forma, no la sustancia" (De Saussure, 1974).

La potencialidad de significación de la lengua proviene de la combinación de signos dentro del sistema formal que ella constituye. Pero esa capacidad de significación de la lengua es resultado de la capacidad de lenguaje, es decir, de establecer sistemas de signos y símbolos que permitan la objetivación del mundo.

Dicho de otro modo, para muchos autores (Chomsky, Piaget, Benveniste, entre otros), el lenguaje permite que exista socialmente el mundo gracias a que lo representa, le da un orden, lo vuelve discurso. No habría representaciones del mundo sin lenguaje y no podríamos explicarnos el mundo e investigarlo si no fuera gracias a él. El logos griego que es a la vez lenguaje, discurso y razón, es el reflejo perfecto de esta afirmación sobre el lenguaje. Por su parte, por la lengua y en la lengua el individuo y la sociedad se determinan mutuamente. Gracias a la lengua y al habla, el lenguaje instituye la sociedad y la realidad.

En esta línea, hay una interacción permanente entre lenguaje, sociedad y cultura: estos tres conceptos se viven en la mayoría de los casos de manera inconsciente, pero los tres son heredados, producto y base de la formación del individuo, bien social de tipo colectivo (por más que un individuo desee cambiarlos, solo pueden ser producto y proceso de transformación social). Los seres humanos pueden cambiar en ellos sus denotaciones, los modos de designación, los significados, la forma y la naturaleza de las instituciones sociales, pero el poder de cohesión de la colectividad, representado por la lengua, suele mantenerse. Algo similar ocurre con la cultura: logra identidad a pesar de las diversidades individuales. La cultura solo existe como expresión individual en tanto es fundamento y producto.

Así, si se considera como objeto de conocimiento, la cultura es motor de pensamiento individual y colectivo, pero es también el condicionante, la materia prima y el producto de todo proceso de pensamiento humano. En cada cultura, incluso si se la considera como un todo único, el dinamismo se logra precisamente por ese principio de supervivencia de lo cultural. La tensión entre la conservación y el cambio son esenciales para que la cultura florezca y se mantenga vigente.

Por eso, a pesar de que en la actualidad hablemos de procesos de globalización de la cultura, esto no será del todo posible: sí hay elementos culturales que pueden globalizarse, que incluso pueden tender a la unificación y homogenización. Pero es poco probable que subsista una única cultura precisamente porque los fenómenos culturales se alimentan de los procesos sociales en constante cambio. Autores como Jean Caune (1995) explican esta imposibilidad desde tres argumentos:

- Dado que la cultura está ligada a los conjuntos de sistemas simbólicos y que los signos no siempre se reproducen de modo convencional, sino que pueden variar su proceso de significación de acuerdo con los contextos históricos y sociales en los que se generan, tampoco la cultura podrá tener una única convención que la haga homogénea.



- "La significación de los signos culturales se establece en función de la realidad en la cual ellos se manifiestan. Un gran número de actos o de comportamientos culturales solo cobra sentido frente a circunstancias particulares, frente a modelos culturales en los que se inscriben y a las cosas del mundo social que ellos designan" (Caune, 1995:26).
- La actividad expresiva y comunicativa no dependen solamente de la estructura de las lenguas o del orden social por más que éstos se unifiquen. Los actos de habla, individuales y grupales, tienen unas intenciones que en muchos casos hacen parte de prácticas sociales de resistencia y por tanto, se dan precisamente en sentido contrario a esas formas unificadoras de organización. El compromiso físico, psicológico y afectivo de los sujetos con respecto a su sociedad puede darse también bajo la forma de resistencia.

A pesar de estos argumentos, la cultura sí tiene en su fondo una noción de globalidad: si cultura es todo lo humano y todo aquello que está provisto de significación, todo lo que se haga transculturalmente e interculturalmente también es una cuestión cultural, eso sí, más globalizada. Lo universal en la naturaleza humana también es un aspecto globalizador de la cultura: las motivaciones, las necesidades, las formas de socialización, las prácticas sociales básicas y las complejas, la capacidad misma de lenguaje y el ser social y político del hombre, son cuestiones generales globalizantes y globalizadas.

Esto no riñe con las construcciones microsociales e individuales de cultura ni con el tema de la identidad. La identidad individual favorece la integración del individuo al grupo y es al mismo tiempo su posibilidad de diferenciación como individuo. Como dirán los psicólogos sociales, la identidad individual tiene una doble dimensión: la subjetividad del individuo como ser, su personalidad, su carácter, las características del yo y la identidad de base social que este individuo comparte con su grupo y que le permite sobrevivir como sujeto y como ser social.

Nuestra sociedad contemporánea plantea además unas reflexiones frente al tema de la identidad social que es importante considerar. Como explica Manuel Castells en su libro "El poder de la identidad",

uno de los tres libros claves en los que el autor trabaja el tema de la sociedad en red y la sociedad de la información, el asunto de la identidad presenta las siguientes aristas:

> Llamo "identidad" (cuando el término se aplica a los actores sociales) al proceso de construcción de sentido a partir de un atributo cultural o de un conjunto coherente de atributos culturales que recibe prioridad sobre cualquier otra fuente. Un mismo individuo, o un mismo actor colectivo pueden tener varias identidades. Pero esta pluralidad de identidades engendra tensiones y contradicciones, tanto en la imagen que se hace de sí mismo como en su acción en el seno de la sociedad. Es preciso no confundir la identidad con lo que los sociólogos llaman tradicionalmente los roles o los sistemas de roles: una persona puede ser simultáneamente obrera, madre, vecina, militante socialista, sindicalista, basquetbolista, cristiana y fumadora. Los roles se definen por normas que determinan las instituciones y las organizaciones de la sociedad. Su influencia relativa frente a los comportamientos depende de las negociaciones y de los compromisos operados entre los individuos y estas instituciones u organizaciones. Las identidades, en cambio, son fuentes de sentido construidas por los actores y para los actores, se construyen por "personalización". Incluso si, como yo diré más tarde, ellas provienen de instituciones dominantes, no se convierten en identidades hasta que (y solo si) los actores sociales las interiorizan y construyen su propia significación en torno a esta interiorización. Ciertas pueden coincidir con roles sociales –por ejemplo, cuando ser padre es la autodefinición más importante de un actor ante sí mismo-. Pero las identidades son fuentes de sentido más potentes que los roles puesto que implican un proceso de elaboración personal y de individualización. (…) En la Sociedad en Red, (…) el sentido se organiza para la mayoría de los actores sociales, alrededor de una identidad primaria (o sea, la que fija los marcos de las otras), que se perpetúa en el tiempo y en el espacio (Castells, 1997).

Así pues, una misma persona puede tener una única identidad de base, pero reflejar diferentes identidades ante el resto de los actores sociales y asumir variados roles, según sus condicionamientos frente a las instituciones o la organización social. De hecho, hoy se habla



de una identidad con múltiples subjetividades, es decir, diversas representaciones del sujeto frente al grupo social en el que está inserto.

Lo cierto es que todas las identidades son construidas, redefinidas en función de las determinaciones sociales y de los proyectos culturales que cada individuo asume como propios dentro de su contexto. El tema de lo comunitario, de los pequeños grupos, vuelve a cobrar importancia dentro de estas sociedades fragmentadas y múltiples pues es en la comunidad donde el individuo construye las bases para esa identidad primaria que le permitirá moverse en territorios cambiantes.

La identidad individual apoyará determinada identidad social colectiva. Castells menciona tres formas de construcción de identidad social:

- La identidad legitimante o legitimadora, que permite el sentido de pertenencia a una cultura o una identidad cultural con valoración social
- La identidad de resistencia, que busca la separación de una cultura o identidad frente a otra y otras que buscan dominarla o absorberla
- La identidad proyecto, que implica plantear el grupo social o grupo cultural como un colectivo naciente que requiere legitimarse y obtener reconocimiento.

Estas identidades sociales colectivas tienen relación con concepciones de cultura que entran en discusión como parte del conflicto interno de las sociedades contemporáneas. La existencia de culturas dominantes y culturas dominadas (que se discutieron durante buena parte de los años 70 y 80) entra en conjunción con las subculturas y los fenómenos transculturales e interculturales de décadas más recientes.

Vemos una dislocación de ciertos temas sociales que se reflejan en el campo cultural:

- La comunicación masiva logra la ya mencionada transculturalidad de ciertos fenómenos como las tribus urbanas y ciertas identidades que van más allá de lo nacional, que es interesante analizar (como intentaremos hacerlo en otro capítulo de este texto). La transculturalidad y la interculturalidad plantean grandes problemáticas en el tema de la convivencia, en el tema del reconocimiento de

la diversidad y en la capacidad de reconocimiento institucional de esos grupos que están fuera del territorio o van más allá de los límites del mismo. El desconocimiento mutuo de los códigos de referencia cultural de unos y otros, las dificultades de comunicación entre grupos, los prejuicios y estereotipos, así como la escasa competencia frente a lo intercultural en nuestras sociedades latinoamericanas, agravan aún más estos problemas. Hablamos de dislocación porque el caso de la transculturalidad no es una cuestión local. La interculturalidad y la transculturalidad son fenómenos transnacionales que se han generado con las migraciones poblacionales y con la "massmediación" de ciertos temas claves para la cultura: el cuerpo (y en general todo lo relacionado con la corporalidad), la música y los objetos culturales relacionados con los géneros y con estas formas de expresión estética, la tecnología y la innovación, las artes plásticas, la ideología democrática y libertaria, las creencias religiosas y de culto, son algunos ejemplos que merecerían discusión.

- El tema de la producción cultural es cada vez más amplio y más complejo de trabajar en las ciencias sociales. Hasta entrado el siglo XX, era posible hablar de producción cultural nacional y regional. Hoy, existen productos culturales dislocados: la autoría múltiple, la co-creación, la creación colectiva internacional no permitirían hablar de un solo punto de origen. Las poblaciones migrantes y los mestizajes culturales traen consigo productos múltiples sin una "nacionalidad" real. Se habla de megalenguajes globalizadores en la producción transcultural gracias a las multinacionales de las artes, del espectáculo y de la información.
- El valor específico de la cultura también ha sufrido de continuas dislocaciones. El término mismo de "cultura" pareciera vaciarse de sentido en algunos espacios de nuestra sociedad contemporánea. Términos como "cultura ordinaria", "cultura de masas", "escala de valoración de lo cultural", modifican su significación dependiendo del contexto de uso. La cultura hoy puede comprender incluso el crecimiento personal de los sujetos sociales. La identidad cultural es, pues, una categoría que puede ser reelaborada de múltiples formas, pues se caracteriza mucho más por ser un proceso de transformación y de encuentro que de perjuicio. Hoy, la cultura es un concepto constantemente en desarrollo que admite la diversidad y la multiplicidad.
- Mediación de la cultura y gestión cultural. En este aspecto, cabe anotar que el tema de la mediación ha evolucionado desde finales del siglo XX hasta nuestros días gracias a la teoría que lleva este mismo nombre. La mediación cultural puede incluir: mediación institucional (que incluye las manifestaciones centradas en estructuras sociales como la familia, la escuela, la iglesia, la empresa, el Estado), la mediación situacional (que depende de las relaciones que se establecen en momentos claves de exposición del individuo a la cultura), la mediación estructural (que corresponde a rasgos de identidad social de los sujetos: género, edad, religión, estrato socioeconómico, etnia...), mediación cognoscitiva (centrada en las estructuras individuales del sujeto en su relación con procesos de conocimiento/aprendizaje. Pueden ser itinerarios mentales configurados por aspectos psíquicos, emocionales y éticos, responsables de la interacción con la cultura compartida socialmente).

  La mediación cultural puede entenderse hoy como una respuesta a la diversidad y a las identidades transculturales ya mencionadas. Si los factores culturales de los migrantes son causa de conflictos sociales, la mediación cultural permitiría una negociación de la diferencias, de los valores, de la reestructuración de la nueva cultura intercultural. La mediación conlleva a veces procesos de intervención en y sobre situaciones de multiculturalidad significativa y puede contribuir a mejorar la comunicación y la convivencia, la integración y la relación entre personas o grupos que pertenecen a varias culturas pero comparten un mismo territorio físico o simbólico. Mediar implica explicitar las lógicas y las representaciones sociales de cada cultura participante en un ambiente apropiado de comunicación y de predisposición de ambas partes a la colaboración. La mediación cultural es clave para pasar de sociedades multiculturales a sociedades interculturales que buscan minimizar y transformar los conflictos.

  Se considera que también es un tema social de dislocación dada su finalidad de puesta en relación de lo múltiple sin necesariamente

condicionar esto a un contexto local determinado. La mediación intercultural, como lo plantea Margalit Cohen- Emerique (2003), puede darse en tres modalidades: la mediación preventiva (que facilita el acercamiento, la comunicación y la comprensión entre personas y grupos con códigos culturales diferentes), la mediación rehabilitadora (más centrada en la resolución de conflictos de valores, en la regulación y gestión de las tensiones interculturales) y la mediación transformadora (que implica la superación de normas, costumbres y prejuicios particulares a favor de una convivencia multicultural que busque compartir en igualdad de condiciones unos nuevos modos de relación e interacción).

Todas estas dislocaciones hacen parte de un panorama de transnacionalización y globalización de la sociedad y por tanto, afectan los procesos de comunicación, información y construcción del conocimiento. Éste último, también considerado "capital cognitivo", da pie a los conceptos de Sociedad de la Información y Sociedad del Conocimiento y a todas las transformaciones (aún en proceso) que traen consigo, como veremos en los capítulos siguientes.



# 3. Sociedad de la información y TIC

Dentro de ese proceso perenne de comunicación y cultura, como ya se ha dicho, cada época tiene una representación cultural y un concepto de comunicación e información que modifica en muchos casos sus paradigmas de conocimiento y de producción de lo cultural. Este es el caso de los paradigmas de Sociedad de la Información y Sociedad del Conocimiento.

El concepto de Sociedad de la Información proviene de la década de los setenta. En este momento, comienza un esfuerzo por comprender internacionalmente las implicaciones sociales, políticas y económicas del auge de la información como una unidad de cambio económico y de valor social y político. Con el NOMIC (Nuevo Orden Mundial de la Información), la información se plantea como panacea para el desarrollo y para el cambio de orden en todos los ámbitos humanos. La frase célebre de "la información es poder" vino a abanderar toda una serie de pautas sociales, motivadas por el auge del sector servicios y el sector comercial.

Económicamente ya no se trataba de desarrollar bienes tangibles, como se venían desarrollando hasta ahora en una sociedad industrial. Sino que se trataba de "producir" bienes ligados a la educación, la

salud, la información, el medio ambiente, el ocio, etc., que configuran a grandes rasgos lo que se ha dado en llamar sociedad postindustrial.

Dentro de este marco, hay diversos factores que se deben tener en cuenta: por un lado, el factor de la evolución histórica de la economía postindustrial y la llamada "nueva Ola" del capitalismo en el mundo. Por otro lado, la evolución de las TIC y el ingreso progresivo en diferentes campos de estudio del mundo contemporáneo. Y por último, la aparición y crecimiento de unas tecnocracias centradas en los manejos de la telemática, las telecomunicaciones y el poder de la información.

## Antecedentes de la sociedad de la información

Las primeras apariciones del término "Sociedad de la Información" se dan por el año 1975, cuando la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico adopta el término. Luego, sería el Consejo de Ministros de la Comunidad Europea quien comenzaría a hacer uso de esta noción como un modelo de sociedad con un diseño, unas políticas y unos planes de acción centrados inicialmente en el tema de las telecomunicaciones y la economía del servicio. De hecho, en el Informe McBride, al hablar del Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación –NOMIC– se hace mención a este nuevo modelo de sociedad.

En los años 80 comienzan los debates frente a la economía informacional, sobre todo en lo referente a las nuevas modalidades de trabajo, los flujos de datos personales y el tratamiento automatizado de la información. En esa misma época, se adoptan las primeras políticas de protección de información personal en los servicios telemáticos en red. Durante los años 90, las entonces llamadas Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (NTIC) entraron en expansión. Comenzaron las regulaciones para la producción y distribución de datos y para el uso del comercio electrónico en los distintos países occidentales. En enero de 1998, por ejemplo, entra en vigor el acuerdo sobre libre competencia dentro del marco de la apertura global de los



mercados, firmado por 68 gobiernos de la Organización Mundial del Comercio. Algunos de los países firmantes se reservaron el derecho de fijar límites a las inversiones extranjeras en los sistemas nacionales de telecomunicaciones. Este fue el caso del Brasil, en América Latina. Argentina, a su vez, fue el primer país en privatizar el espectro radioeléctrico en manos de la empresa francesa Thales de Espectrum.

Aparecería por la misma época, el trabajo de Manuel Castells sobre la Economía y la Sociedad de la Era de la Información. El trabajo se tituló "La Era de la Información" y contó con tres tomos: "*La Sociedad en Red*" ("*The Rise of the Network Society*"), el primer tomo, reflexionaba sobre los antecedentes de esta época: la revolución de las tecnologías de la información, la economía informacional y la globalización, las empresas en red, la transformación del trabajo y del empleo, la cultura de la virtualidad y los cambios de tiempo y espacio.

El segundo tomo, "*El poder de la Identidad*" ("*The Power of Identity*"), trataba mucho más de lleno el tema social: la identidad en la sociedad en red, los movimientos sociales dentro del nuevo orden mundial de la información, la familia y la sexualidad en la era de la información, la mundialización del Estado y los poderes locales en la deconstrucción del Estado-Nación, y la crisis de la democracia.

El tercer tomo, "*Fin de Milenio*" ("*End of Millenium*"), se adentraba en cambio en lo puramente económico: la crisis del estatismo industrial y el colapso de la Unión Soviética, el cuarto mundo y la pobreza y exclusión social, la economía global criminal, los nuevos nacionalismos desarrollistas, la unificación de los mercados europeos y la cuestión de las identidades culturales, y las problemáticas de este nuevo mundo.

Pero Castells no sería el único autor en reflexionar sobre los cambios de esta nueva economía postindustrial y las transformaciones sociales y políticas que comenzaban a verificarse. Los textos de Rheingold, de Rifkin, de Francis Fukuyama, de Alain Touraine, se dedicaron a estos asuntos, al igual que las publicaciones de los organismos internacionales como UNESCO, la OIT, CEPAL, la Presidencia de la Comunidad Económica Europea y sus respectivos informes de diagnóstico y de toma de posición frente a este concepto de Sociedad.

Aparecen además los diversos proyectos sobre las llamadas "*Autopistas de la Información*", uno de los cuales, el "*National Information Infraestructure*" de los EE.UU. sirve como base a muchas de las reflexiones latinoamericanas. También se puede mencionar el proyecto descrito en el "libro blanco" de las telecomunicaciones de la Unión Europea y el informe sobre la Cibercultura entregado por Pierre Lévy ante el Consejo Europeo dentro del marco del proyecto "Nuevas tecnologías: cooperación cultural y comunicación".

En febrero de 1995, en Bruselas, el Grupo de los 7 ratificaría el concepto de "Sociedad Global de la Información", que sería reutilizado poco tiempo después en diferentes encuentros y documentos fundamentales del proyecto. Años más tarde, en el año 2000, se firma la Carta de Okinawa sobre la Sociedad Global de la Información cuando el mismo grupo –Ahora grupo de los 8 (Canadá, Francia, Alemania, Italia, Japón, Rusia, Reino Unido, EE.UU.), o G8- decidió dar impulso concreto y planear las acciones del proyecto de este paradigma de sociedad. Este mismo grupo acordaría también la creación de la "*Digital Oportunities Task Force*" o "*DOT Force*", cuyo principal objetivo era buscar constantemente soluciones nuevas y complementarias y realizar inversiones en la introducción de las TIC como herramienta de desarrollo social y económico.

En este mismo grupo nacería en 2002 el Plan Genoa, cuyo reporte, "*Digital Opportunities for All: Meeting the Challenge*", presentaba un plan de acción y unas teorías de utilización de las TIC para el desarrollo social, el crecimiento económico y el mejoramiento del bienestar en servicios y necesidades básicas en el mundo. Este informe hacía énfasis en que el costo de mantenerse inactivos frente a un desarrollo dinámico igualitario y que incrementara los intercambios de información y los procesos de trabajo en red en el mundo, aumentaría la brecha digital y, por tanto, las desigualdades entre países del primero y del tercer y cuarto mundos.

Con el DOT Force se creó una agenda de Desarrollo en TIC que se discutiría en las Cumbres Mundiales de la Sociedad de la Información en Ginebra (2003) y Túnez (2005). Los cuatro ejes iniciales de trabajo fueron:



- Creación de políticas públicas para la emergencia, regulación y mantenimiento de la red.
- Mejoramiento de la conectividad para incrementar el acceso a bajo costo.
- Construcción de competencias frente al tema (Capacitación del recurso humano).
- Fomento de la participación en el *e-commerce* global y en otras formas de gestión en red.

Después de la implantación formal de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, los países participantes decidieron mantener las siguientes líneas de acción:

- El papel de los gobiernos y de todas las partes interesadas en la promoción de las TIC para el desarrollo.
- Infraestructura de la Información y la Comunicación.
- Acceso a la información y al conocimiento.
- Creación de capacidades.
- Creación de confianza y seguridad en la utilización de las TIC.
- Entorno habilitador de las TIC.
- Aplicaciones de las TIC: Cibergobierno, cibercomercio, ciberedducación, cibersalud, ciberempleo, ciberecología, ciberagricultura y ciberciencia.
- Diversidad e identidad culturales, diversidad lingüística y contenido local.
- Medios de comunicación.
- Factores éticos de la Sociedad de la Información.
- Cooperación internacional y regional.

Estas líneas de acción se convirtieron en temáticas de las diferentes agendas políticas de los países participantes en las Cumbres. La UIT, la UNESCO y el PNUD son los facilitadores y los reguladores de la puesta en marcha de los planes de acción nacionales e internacionales.

## Críticas a la sociedad de la información

A pesar de este panorama, en general optimista, de esos primeros informes y de los grupos interesados en trabajar el tema de la Sociedad de la Información, no dejan de existir críticas y posturas contradictorias frente a los supuestos beneficios que este modelo de sociedad y de economía puede tener.

Las principales críticas surgen precisamente de los países europeos. Autores como Dominique Wolton, Nicholas Garnham, Armand Mattelart, Guy Lacroix, Gaëtan Tremblay o Bernard Miège, casi todos de la corriente de la economía política de la comunicación, critican el paradigma tecno-económico actual y el paradigma sociopolítico centrado en la informatización de la sociedad. Los principales argumentos son los siguientes:

- No se puede presentar como único sistema explicativo el proceso causal fundado en la racionalidad técnica (Miège, 2005): cambios técnicos = cambios del sistema productivo= cambios de la sociedad = cambios de tipo cultural= cambios políticos. Esta racionalidad no permite generalización en los distintos países del mundo. Por lo demás no es equiparable el cambio técnico al cambio del sistema productivo así como no lo son tampoco los modos de producción a los modos de desarrollo social y cultural.
- Condicionar la economía a los procesos de información implica reconocer en la información rasgos como: la información es mercancía y por tanto algo "pagable" así se considere un bien de consumo público. La información no siempre puede ser pública: hay procesos de información privada que se deben mantener. La información condicionada puede convertirse en un objeto de lujo y de exclusión social. La información no es lo mismo que el conocimiento: tener información es solo una parte del proceso del conocimiento y de la gestión del conocimiento. La abundancia de información puede convertirse en exceso de desinformación.
- Nicholas Garnham (2000), por su parte, hablará de que explicar el desarrollo mundial solo gracias a las tecnologías de información y de comunicación es poner en evidencia el concepto de monopolio y oligopolio: entre los grandes grupos, existe una competencia que permite el desarrollo del mercado. Esto es válido. Pero de ahí a hablar de que la competencia de los oligopolios permita el desarrollo social y cultural, es un gran salto.
- No es procedente hablar en forma homogénea de Sociedad de la información, Sociedad del conocimiento, Sociedad de la comunicación. El Conocimiento, como concepto está en continuidad y al mismo tiempo en ruptura con el de la Información. En continuidad porque la información es a la vez materia prima y producto de los procesos de conocimiento. Pero hay una ruptura allí, pues pensar en el conocimiento como producto de las transformaciones en la investigación y el desarrollo, no puede asemejarse a un proceso de producción. La investigación y el desarrollo y, por ende, la innovación, no pueden asimilarse a la transmisión de información como mercancía, sino que deben considerarse como resultado de un aprendizaje, de una acumulación de conocimiento. La noción de conocimiento visto como producto y como mercancía no constituye más que una transformación de la información-mercancía y convierte en un problema social y cultural el tema de la investigación y la innovación.
  El conocimiento debe ser planteado como mucho más que un producto: es una construcción colectiva, un bien social, un bien universal de uso colectivo para el bienestar social humano. De ahí que muchos autores (Rallet, 2000; UNESCO, 1990 y siguientes; González, 2000) consideren la diferencia entre estos dos modelos societales. La Sociedad del Conocimiento se concibe mucho más como preferible a una sociedad de la información porque comporta una dimensión de transformación social, cultural y política con unas perspectivas profundas del desarrollo sostenible. El conocimiento posee contenidos formalizados, objetivos que no pueden, por definición, pertenecer a nadie en particular (André Gotz, citado por Sally Burch, 2006). La Sociedad de la Información se centra mucho más en el trabajo y en la economía informacional, mientras que la Sociedad del Conocimiento pone su énfasis en la creación de capacidades y de competencias humanas y culturales.

- Igualmente, la Sociedad de la Información busca la producción, transmisión, difusión, divulgación e incluso comercialización de la información como producto. La Sociedad de la Comunicación se centra en un proceso, el comunicacional, que no puede ser comerciable, sino que implica negociación y mediación permanentes entre los seres humanos (Galindo, 1998).

Miège (2000), por su parte, menciona ocho tendencias que deben tenerse en cuenta para repensar la relación entre las TIC y la lógica social de la comunicación:

1. Las TIC, al estar relacionadas con los modelos de trabajo y con las nuevas corrientes administrativas, hacen que se cambien los puntos de vista sobre la gestión y sobre la ética del trabajo en las organizaciones actuales. La idea de una mayor cualificación de los trabajadores se relaciona hoy más con el control de funciones y el flujo de información que con un trabajo de calidad y remunerado consecuentemente.
2. La conversión del trabajo a un asunto de red (trabajo a domicilio, trabajo compartido, teletrabajo y desterritorialización de los puestos de trabajo) afecta el modo de vida de los trabajadores y evidencia situaciones nuevas de malestar social: estrés, aumento de los contratos de prestación de servicio y disminución de los contratos a término indefinido, incapacidad de separar el mundo laboral del mundo social y familiar, entre otros aspectos negativos.
3. La informatización de la producción económica pone en evidencia una subdivisión del trabajo en el mundo: los países desarrollados encabezan los procesos de creación e innovación y los países en desarrollo se conforman con ser mano de obra a través de franquicias y maquila. Esto aumenta las brechas sociales entre los dos mundos.
4. Las TIC participan de la industrialización acelerada de la cultura y de la comunicación. Se quieren industrializar cada vez más los procesos culturales y comunicacionales, así como las prácticas sociales complejas de los seres humanos. La industrialización de la cultura conlleva problemáticas diversas frente a la identidad y la diversidad cultural –convertidas por momentos en "modas"–.



5. La automatización creciente de las prácticas sociales y la aceptación de que éstas se vuelvan mercancía intangible (estilos de vida, comunidades de marca, tribalización de los lazos sociales), se acelera con la utilización individualizada de las TIC.
6. La mediatización de la comunicación es otro problema: el útil técnico pasa de ser mediado en la comunicación ordinaria a ser parte de todo proceso de comunicación –incluso interpersonal–, lo que recompone el proceso mismo de comunicación y afecta su carácter humano y de interacción simbólica. Se pasa de usar los medios como intermediarios, a usar los medios como única posibilidad –aparente- de comunicación efectiva.
7. La Sociedad de la Información y el uso de las TIC afecta la concepción del término de Servicios Públicos. Hay una reconfiguración del concepto que a veces se vuelve negativa para el usuario. Por un lado, la privatización de los Servicios Públicos hace que el usuario pase de ser beneficiario a ser cliente y por otro lado, se pierde el sentido de protección social del Estado frente a las necesidades básicas de los individuos.
8. Los cambios de soporte en los procesos hace que aparezcan unos mestizajes complejos que afectan la producción cultural e intelectual de los grupos sociales. Hay mutaciones lentas entre lo oral-escrito y lo escrito-oralizado en la pantalla del computador. Hay nuevas formas de analfabetismo y de exclusión que no se alcanzan a resolver con la existencia de los dispositivos técnicos. No basta la mirada frente al acceso y la conectividad si no se miran estas nuevas limitaciones en el uso.

Tal como lo muestran estas críticas, el tema de las TIC es clave para pensar el desarrollo sostenible en los nuevos paradigmas societales, sea en la Sociedad de la Información como en la Sociedad del Conocimiento. Mientras más comprendamos su concepción, su funcionamiento, sus características y sus impactos, mayor será nuestra capacidad de acción pública y política frente a una problemática como esta en los países latinoamericanos.

## TIC digitales en la sociedad de la información

Como ya se ha dicho, un factor predominante en el tema de la Sociedad de la Información es la evolución de las Tecnologías de Información y de Comunicación en el mundo. La UNESCO, por ejemplo, contempla como una de las iniciativas para el desarrollo sostenible de los países del tercer y cuarto mundos, el uso de las TIC en la educación, la salud y la participación democrática. UNESCO creó inclusive una Comisión TIC que viene trabajando en América Latina y África con esta idea del desarrollo sostenible.

CEPAL, por su parte, lanzó en 2007 el tercer cuestionario sobre prioridades en TIC (2007-2010), a partir del cual se evaluará, como ya se ha hecho en otras dos oportunidades, la evolución en el desarrollo de las Tecnologías para América Latina y el Caribe, según los planes y programas regionales propuestos. Desde 2003, con el documento "Los caminos hacia una Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe", CEPAL aporta su orientación y sus parámetros de medición de desarrollo.

Como este mismo documento mencionaba en el prólogo:

> El concepto de "sociedad de la información" hace referencia a un paradigma que está produciendo profundos cambios en nuestro mundo al comienzo de este nuevo milenio. Esta transformación está impulsada principalmente por los nuevos medios disponibles para crear y divulgar información mediante tecnologías digitales. Los flujos de información, las comunicaciones y los mecanismos de coordinación se están digitalizando en muchos sectores de la sociedad, proceso que se traduce en la aparición progresiva de nuevas formas de organización social y productiva. Esta "actividad digital", que se va convirtiendo poco a poco en un fenómeno global, tiene su origen fundamentalmente en las sociedades industrializadas más maduras. De hecho, la adopción de este paradigma basado en la tecnología está íntimamente relacionada con el grado de desarrollo de la sociedad. Sin embargo, la tecnología no es sólo un fruto del desarrollo (por ser consecuencia de éste), sino también, y en gran medida, uno de sus motores (por ser una herramienta de desarrollo) (UNESCO, 2003).



Igualmente, CEPAL, en este documento, trataba de hacer una conceptualización de la Sociedad de la Información que de alguna manera contribuye a dar pie a este capítulo de nuestro trabajo:

> El comportamiento humano se basa en el intercambio de información y en la comunicación. La comunicación puede verificarse mediante diversos canales: el habla, textos, gestos, movimientos, expresiones, afectos; hasta la falta de atención puede transmitir cierto tipo de información. Al fin y al cabo, en las relaciones humanas resulta imposible no comunicarse (Watzlawick, Beavin y Jackson, 1990). Un porcentaje creciente de la comunicación humana puede digitalizarse y de hecho se está digitalizando. Este proceso comenzó hace unas décadas y se acelera a medida que evolucionan las soluciones tecnológicas. Estos sistemas tecnológicos son lo que se suele denominar TIC. La utilización de TIC tiene consecuencias significativas en el modo de procesar y distribuir por todo el mundo la información y los conocimientos codificados.
> Las TIC se definen como sistemas tecnológicos mediante los que se recibe, manipula y procesa información, y que facilitan la comunicación entre dos o más interlocutores. Por lo tanto, las TIC son algo más que informática y computadoras, puesto que no funcionan como sistemas aislados, sino en conexión con otras mediante una red. También son algo más que tecnologías de emisión y difusión (como televisión y radio), puesto que no sólo dan cuenta de la divulgación de la información, sino que además permiten una comunicación interactiva. El actual proceso de "convergencia de TIC" (es decir, la fusión de las tecnologías de información y divulgación, las tecnologías de la comunicación y las soluciones informáticas) tiende a la coalescencia de tres caminos tecnológicos separados en un único sistema que, de forma simplificada, se denomina TIC (o la "red de redes").
> La utilización de TIC conlleva necesariamente el proceso de digitalización, mediante el cual se codifican en dígitos binarios los flujos de información, las comunicaciones y los mecanismos de coordinación, ya sea en forma de textos, sonidos, voz, imágenes u otros

> medios. Las TIC digitales utilizan un lenguaje binario para recibir y manipular la información, y también para comunicarse entre ellas. La "sociedad de la información" es una consecuencia directa de este desarrollo en el campo de la información y las comunicaciones.
> El primer requisito para la "actividad digital" es la infraestructura física, es decir, la red. Pertenecen a este primer estrato las redes computacionales, televisión digital, teléfonos celulares digitales, líneas telefónicas, redes de fibra óptica, redes inalámbricas y cualquier otro tipo de hardware, telecomunicaciones y servicios de protocolo de Internet (IP). El segundo requisito lo componen las aplicaciones de servicios genéricos que hacen posible, desde el punto de vista tecnológico, el uso de esta infraestructura física para generar valor agregado. Se incluyen en esta categoría todas las aplicaciones de software, los servicios de almacenamiento remoto en web, los navegadores y los programas multimedia, así como cualquier otro producto basado en *bits* y *bytes*. La infraestructura y los servicios genéricos constituyen los fundamentos del proceso de digitalización (SocInfo, 2000), por lo que se consideran estratos horizontales (UNESCO, 2003:12-13).

Debemos resaltar dos aspectos importantes: las TIC se definen como sistemas tecnológicos mediante los que se recibe, manipula y procesa información, y que facilitan la comunicación entre dos o más interlocutores. Pero CEPAL aclara que son más que informática y más que tecnología puesto que permiten la comunicación interactiva. Ante esta definición cabe decir que no todas las TIC permiten la interacción. Esto dependerá del tipo de TIC y de la generación de TIC a la que nos estemos refiriendo, como veremos más adelante.

El segundo aspecto tiene que ver con otra expresión del documento de CEPAL: no todas las TIC, sino solo aquellas de las últimas generaciones y de las generaciones de convergencia conllevan la digitalización. De allí que sea importante para este trabajo la especificidad de "TIC Digitales". La Sociedad de la Información es consecuencia, pues, no solo de la digitalización, sino de la evaluación de las diferentes TIC, incluidas allí las digitales (pero no únicamente).

Es importante entonces hablar de los tipos de TIC y las diferentes generaciones de TIC digitales para aclarar esta posición en nuestro trabajo específico.



## TIC digitales y otras generaciones de TIC

Comencemos por definir las TIC. Se denominan Tecnologías de la Información y de la Comunicaciones (TIC), al conjunto de tecnologías complejas que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de informaciones contenidas en señales de naturaleza gráfica (texto escrito e imágenes impresas), acústica (sonidos), óptica (imágenes) o electromagnética (datos alfanuméricos).

Por ser tecnologías, no implican solo la cuestión instrumental del saber-hacer, sino la cuestión de las competencias comunicativas y cognitivas necesarias para hacer uso de ellas, así como todas las prácticas sociales que están relacionadas con su uso o aplicación dentro de un contexto determinado. Las primeras TIC que pueden concebirse en el proceso de la evolución cultural humana son precisamente la escritura y la lectura de símbolos gráficos (ideográficos, iconográficos o de representación fonética). Las TIC son, pues, un objeto tecnológico complejo con el que se relaciona el hombre contemporáneo desde su primera infancia hasta el fin de sus días.

Por esto, es posible hablar de tipologías o clasificaciones de TIC y de generaciones de TIC diferentes dentro de la historia. Autores como Francis Balle (2005: 18-19) hacen la siguiente clasificación de las TIC:

| | EMISOR | | |
|---|---|---|---|
| **RECEPTOR O PERCPTOR** | | **PRINCIPALMENTE UN MEDIADOR IDENTIFICADO** | **PRINCIPALMENTE UN PRESTADOR DEL SERVICIO (ANÓNIMO)** |
| | **AUDIENCIA DETERMINADA : «PÚBLICO IDENTIFICADO»** | Intercambio comunitario:<br>«Una colectividad instituida se dirige a sus miembros gracias a un órgano de expresión que le está reservado para ello».<br>Ejemplos: literatura técnica, publicaciones de comunidades científicas, servicios en línea, grupos de discusión de Internet. | Intercambio asociativo:<br>«Unos mensajes o servicios determinados se les proponen a un número limitado de personas, libres de aceptarlos o rehusarlos».<br>Ejemplos: boletines de relación corporativa, cartas confidenciales, videoconferencias, fax, servicios sobre demanda (por Internet o por otros recursos). |
| | **AUDIENCIA IDENTIFICABLE : PÚBLICO «OBJETIVO»** | La propagación de una identidad:<br>«Unas prestaciones variadas y determinadas se ofrecen a una colectividad más o menos numerosa de gente geográficamente dispersa pero que tiene en común unos rasgos identitarios personales o sociales». | La propagación de una causa :<br>«Mensajes o prestación de servicios elegidos para defender o ilustrar una causa que proponen los militantes de un tema a una audiencia profana, con la esperanza de obtener la atención de un número cada vez mayor de interesados». |
| **RECEPTOR O PERCPTOR** | **AUDIENCIA IDENTIFICABLE : PÚBLICO «OBJETIVO»** | Ejemplos: medios de distribución pública como magacines, revistas o periódicos zonales o comunitarios; revistas y periódicos especializados (Minority Medias), publicaciones especializadas profesionales, programas de audio o de vídeo con temas de interés específico, weblogs. | Ejemplos: periódicos de opinión, revistas especializadas, programas o emisiones radiales temáticas, programación tipo «pay per view» y ciertas páginas personales, comunitarias o de organizaciones no gubernamentales. |
| | **AUDIENCIA INDETERMINADA : «GRAN PÚBLICO»** | Difusión de proximidad:<br>«Toda suerte de mensajes o de prestación de servicios que se proponen a la totalidad, sin discriminación, dentro de un área geográfica limitada, por personas que quieren ser mediadores o que se dicen independientes de cara a cualquier tipo de grupo ideológico, cofradía o iglesia».<br>Ejemplos: periódicos locales, estaciones locales de radio o de televisión. También medios institucionales de tipo público. | Difusión de masas:<br>«Toda suerte de mensajes o de prestación de servicios para una totalidad, en cierto modo sin considerar fronteras (. . .). Su propósito es de atraer y cautivar nuevas audiencias dentro de lo masivo».<br>Ejemplos: los grandes medios masivos, los mass media tradicionales y los cibermedios. |

(Adaptación de la tabla "Formas de Comunicación", tomada de: BALLE, Francis. "Médias y Sociedad". París: Montchrétien, 2005. p. 18-19.)



Esta clasificación puede cruzarse en nuestro caso con la propuesta por Guillermo López García (2005) cuando cita a Ramón Salaverría (2004):

Se proponen los siguientes criterios de clasificación:

- Según la autoría (de menos a más formalizada): individual / colectiva / institucional.
- Según la direccionalidad (de más a menos jerarquizada): unidireccional / bidireccional / multidireccional.
- Según la visibilidad (de menor a mayor universalidad de acceso): privada / pública.
- Según el acceso (según nivel de interacción posible): solo recepción / consulta / búsqueda (usuarios específicos o circunstanciales) / interacción práctica (trabajo con otros) / cogestión o participación interactiva (trabajo colaborativo o en red) / autogestión mediada.
- Temporalidad: simultánea /diferida (sincrónica/diacrónica).

Estas tipologías nos muestran la amplitud de las clasificaciones frente a las TIC y la inmensa pluralidad de TIC, viendo estas como algo mucho más allá de lo tecnológico de tipo informático o telemático pero comprendiendo dentro de las clasificaciones esto último.

Ésto, más la evolución continua de las tecnologías, permiten plantear además unas generaciones de TIC diferentes. Hay pues generaciones o linajes técnicos de TIC que se remontan a las más antiguas eras de la historia del hombre (el alfabeto, la escritura, las artes gráficas), aunque se suelan estudiar esas relaciones entre las TIC y la sociedad en épocas más recientes.

Se consideran como genealogías de TIC diferentes (Paquienséguy, 2005):

- Las TIC análogas, cuyas opciones de transmisión dependían de dimensiones materiales no digitales (prensa, radio, televisión y, en general, medios tradicionales). Entre ellas, hay varias generaciones: las TIC alfanuméricas, los medios de información clásicos (prensa, radio, TV), los medios de comunicación (telégrafo, teléfono) o

todas aquellas tecnologías que funcionaban análogamente y se transmitían por procesos de radiodifusión.
- Los sistemas audiovisuales electrónicos de segunda generación y sus sistemas de difusión respectivos (satélites, cable, microondas).
- Las telecomunicaciones de tipo telemático multimodales y multimediales (las redes).

Pero a estas últimas se les deriva una generación que por sí misma tiene características diferentes y que, como es la hipótesis de autores como Françoise Paquienséguy, pueden considerarse una línea técnica distinta: las TIC digitales.

Esta autora menciona como características propias de esta generación de tecnologías, las siguientes:

- Las TIC digitales surgen gracias a la abundancia de oferta, fruto de la convergencia técnica y las leyes de liberalización de los mercados en telecomunicaciones y TIC.

> "Utilizan datos codificados bajo formas digitales y susceptibles de ser intercambiados, re-intervenidos, visualizados, almacenados bajo esta misma forma sobre terminales diferentes. Así, se identifican en su total digitalización, en una posibilidad de puesta en red o de conexión (a una red de redes o abierto, como si fuese simplemente otro aparato) y a menudo en una miniaturización de los instrumentos, que se han vuelto 'terminales de bolsillo'."(Paquienséguy, 2007).

Las empresas que las presentan como productos ya no son únicamente nacidas de la informática sino de los sectores más diversos (desde electrodomésticos, hasta industrias mediáticas). Su paradoja es que si bien estas TIC digitales se conciben como objetos manufacturados totalmente para ser concretos y técnicamente perfectos (listos para ser producidos de modo industrial), son, al mismo tiempo, objetos 'abstractos' e inmaduros, en cuanto a la investigación de sus sinergias funcionales así como de sus usos. Los usos mismos dependerán del usuario final.



> "La mayoría de estas TIC digitales son realmente terminales de acceso dotadas de grandes capacidades de conexión a una red, a otras TIC digitales o a tecnologías periféricas. Considerar las TIC Digitales comercializadas como terminales de Información y de Comunicación Digitales, revela la importancia de las redes a las cuales se conectan. La red aporta contenidos, programadores, destinatarios que dan parámetros a las capacidades, a la utilidad y al interés del terminal" (Paquienséguy, 2007).

- La amplísima gama de usos y su convergencia de usos y de servicios. Las nuevas TIC digitales no tienen una utilización única; ofrecen múltiples opciones de utilización y promueven servicios que permiten modificar incluso la oferta técnica inicial. Tendrán pues unos usos prescritos (de los creadores) y unos usos innovadores que dependerán del usuario final. Los usos se construyen progresivamente con la apropiación que tengan los usuarios del nuevo dispositivo.
- Contenidos multimediales. Con la digitalización todos los contenidos que circulan por estos nuevos aparatos técnicos suelen ser multimediales y, en muchos casos, hipertextuales.
- Mediatizan progresivamente todos los procesos de comunicación. "Los usos de los soportes en sistema toman la forma exterior de los contenidos, así que el contenido tiene una función secundaria" (Paquienséguy, 2007). Las funciones que soportan la comunicación se mediatizan cada vez más, dada la abundancia creciente de las TIC digitales, su relativa omnipresencia, y parece plegarse a las reglas de funcionamiento de herramientas que no solamente la permiten, sino que la favorecen.
- La mayoría están pensadas para un uso individual y *personalizable*. La "*customización*" de los dispositivos permite que haya nuevas formas de representación del mismo y una cierta identificación personal con el objeto.

Estas características nos determinan y especifican una franja de TIC específicas propias de un contexto sociocultural también específico: el de la sociedad de la información, de la comunicación y del conocimiento.

# 4. ¿Y la sociedad del conocimiento?

Ya hemos mencionado las diferencias entre la Sociedad de la Información y la Sociedad del Conocimiento a grandes rasgos. Pero creemos necesario tratarlas más profundamente en este capítulo. La principal claridad en este punto es que si bien la Sociedad de la Información tiene sus orígenes conceptuales en los paradigmas de la sociología económica y la economía postcapitalista más recientes, la Sociedad del Conocimiento los tiene en las reflexiones filosóficas sobre la ciencia, la tecnología y las formas de inteligencia humana.

El término Sociedad del Conocimiento surge en 1995 como una descripción de la sociedad venidera. Su autor, Taichi Sakaiya, se refería al valor 'conocimiento' como algo que iba más allá de dar precio por el saber: la valoración del saber creativo y del valor de uso subjetivo de ese saber (Boisier, 2001).

Para algunos autores, la Sociedad del Conocimiento es fruto de la Sociedad de la Información o una de sus metas sociales. De hecho, autores como Joan Majó, presidente del Instituto Catalán de Tecnología, afirman que estamos en la transición entre una y otra. Este autor plantea que: "La diferencia entre la Sociedad Industrial y la del Conocimiento es la cantidad de información disponible y la

accesibilidad al conocimiento; capacidad para producir, distribuir y aplicar conocimientos" (Majó, 2002: 140). Complementa este autor diciendo que esto genera tres nuevas necesidades: la de aprender a seleccionar adecuadamente el conocimiento, la necesidad de encarar la cada vez más rápida circulación y corta vida del conocimiento nuevo y la necesidad de basar nuestro bienestar no en el consumo de objetos, sino en el consumo de conocimiento y por tanto, una nueva visión de desarrollo humano sustentable y sostenible.

Este concepto de desarrollo que comienza a aparecer desde los años 90 y que hoy en el nuevo milenio se hace más y más necesario, se relaciona además con la reflexión de que los seres humanos no pueden –ni deben- ser concebidos simplemente como agentes económicos ni como cifras dentro de los estudios de aumento o disminución de bienes y de servicios. Debe concebirse su humanidad desde la vida en entornos físicos agradables, en armonía social; una convivencia de comunidades reales con estilos de vida compatibles con sus aspiraciones sociales y culturales. El ser humano debe ser entendido como un sujeto social que tiene opciones, que influye con sus opciones en la vida de los suyos y de su comunidad y se deja influir por las opciones asumidas para el bienestar colectivo. En síntesis: si conocer supone tener información, comprender y convivir supone conocimiento, pero también aprendizaje social.

Autores como Pierre Levy, plantean que ese aprendizaje social implica además un aprendizaje colectivo, es decir, aquel que está demarcado por tres principios: a) aprender depende de compartir conocimientos; b) el nuevo conocimiento depende de la combinación de diversos conocimientos (interdisciplinariedad, pluridisciplinariedad y transdisciplinariedad de los problemas sociales); la incertidumbre y la complejidad son retos para la construcción de nuevo conocimiento (la innovación depende de la incertidumbre y de la complejidad de miradas). Por lo demás, todo aprendizaje colectivo requiere de una alta dosis de capital social y de una gestión social permanente.

Las "Regiones que aprenden" (Learning Region) es un concepto asociado a esta última afirmación y que puede servir de ejemplo para materializar el tema de la inteligencia colectiva: la innovación, el desarrollo y, en general todo nuevo conocimiento, proviene no de un evento único (one off) centrado en rupturas cognitivas (breakthrough), sino de procesos entrelazados de interacción gradual y acumulativa, basados en trayectorias anteriores de desarrollo (Edgington, 1998 citado por Sergio Boisier, 2001).



Esto conlleva un quiebre frente a las teorías lineales de la innovación en las que un bajo I+D se explicaba por baja creatividad o baja actividad investigativa. Hoy, la mirada de la innovación se reconoce como un aprender-haciendo constante y sistemático, al que se le suma un aprender-usando y un aprender interactuando por medio de redes y flujos complejos de ideas, conocimiento y aprendizaje que pueden gestarse en parques científicos o tecnológicos, en incubadoras tecnológicas y universitarias, pensadas como organizaciones inteligentes que toman postura frente a sectores claves de conocimiento para lograr regiones competitivas en ese saber-hacer particular. En últimas, la Región que aprende, es una región inteligente que ha sabido convertir su trayectoria de desarrollo en procesos colectivos de innovación y de producción de conocimiento.

Volviendo al tema de la sociedad del conocimiento, cabe decir que no solo los teóricos se han mencionado al respecto. También lo han hecho organismos internacionales. De hecho, en los principios de acción de la UNESCO para este decenio, se afirma que la información y el conocimiento están en el centro de toda revolución tecnológica. UNESCO retoma a Castells y hace la diferencia entre sociedad de la información (perspectiva social) y sociedad informacional (perspectiva económica) y relaciona la información y el conocimiento explicando que:

> "Cuando se dice que la información se ha convertido en un recurso estratégico para lograr y mantener el bienestar de las sociedades avanzadas, se hace referencia a un tipo de información que, lejos de representar un conocimiento especulativo de la realidad, representa un conocimiento necesario para transformar la realidad en el sentido deseado por los actores sociales" (Díaz Martínez, 1998: 552).

Es decir, la información es un conocimiento que transforma el entorno. Pero es un conocimiento de tipo práctico. Resalta la UNESCO, además, que así como no puede haber una información para todos

sin un conocimiento para todos, el plano de la educación, la ciencia y la tecnología deben entrar en relación con la dimensión humana de esa producción, difusión, uso e incorporación del conocimiento como parte del desarrollo humano y social mundiales.

Claro que toda sociedad humana y toda civilización -desde las primeras ciudades a nuestros días- puede reconocerse como Sociedad del Conocimiento desde algunas definiciones generales que circulan en nuestros referentes mediáticos. Pero es importante puntualizar que solo desde la modernidad se busca que el Conocimiento sea universal, de libre acceso y con carácter de equidad entre los diferentes pueblos o sociedades humanas. Y este es precisamente el problema.

El que se hable de una Sociedad del Conocimiento como una nueva utopía parte de ese ideal de acceso igualitario, libre y universal al conocimiento y a la producción científica humana.

El concepto de Sociedad del Conocimiento difiere también del de Sociedad de la Información en esta misma línea argumentativa, porque este último tiene mayor relación con la tecnología, mientras que el del conocimiento, al subrayar que la información es un modo de conocimiento pero no el único ni el más profundo, plantea dimensiones sociales, éticas, políticas y culturales mucho más vastas y complejas. Así, el compromiso humano y social frente al conocimiento es aún más fuerte y profundo que hacia la información.

Como bien público de la humanidad, el conocimiento, aún más que la información, debe ser un derecho inalienable, sin posibilidad de que existan marginados ni excluidos y aquí subyace la relación entre comunicación y educación tan relevante en nuestro contexto histórico específico. El potencial cognitivo del ser humano, las amplias posibilidades de lenguaje del ser humano y su capacidad de comunicación deben considerarse para la comunicabilidad del conocimiento y para una educación planteada en esos mismos términos de igualdad, universalidad y libertad. Esto, sin olvidar el carácter integrador y participativo que se imponen en esta mirada actual de la educación, conduce a un replanteamiento de tres derechos fundamentales del hombre:



- La libertad de opinión y de expresión, la libertad de información (de informarse, informar y saberse informados) conllevan un pluralismo más claro de los medios y una mayor libertad, integralidad y complementariedad académica.
- El derecho a la educación promueve cada vez más la gratuidad de los procesos de formación básica primaria y secundaria y debería llevar a plantear una mayor cobertura de la formación superior y avanzada en las diferentes naciones del globo.
- El derecho a la participación: tomar parte de la vida social y cultural de la comunidad, poder disfrutar de las artes y del progreso científico y tecnológico, deberían tener una materialización más constatable en nuestras sociedades contemporáneas de lo que fue en las sociedades modernas.

Así, cuanto mayor es el conocimiento compartido y tratado colectivamente, mayor será el aprendizaje, mayor la innovación y el desarrollo humano y mayor la trascendencia de la humanidad en su historia. Una comunidad informada y que comprende, usa e interactúa con el conocimiento es un medio favorable para la innovación, la transformación social y la dinamización cultural e intercultural que requieren los procesos de globalización actuales. La sinergia colectiva proveniente de un conocimiento público, generalizado y de uso amplio, genera el poder necesario para poner en práctica acciones que conduzcan al desarrollo social y humano. Ese conocimiento colectivo será además la mejor estrategia y el mejor escudo protector para promover cambios sociales radicales. Un poco es el ideal de este paradigma de sociedad que traducimos como Sociedad del Conocimiento y, podríamos completar, de una verdadera Sociedad de la Comunicación (entendida, como ya lo hemos repetido, como interacción permanente y de doble vía), tanto para lo local como para lo global.

# 5. La ciudad en la sociedad del conocimiento

En otro libro publicado en esta misma colección, se presentaba un cuadro sobre el tema de la ciudad y las tipologías de ciudad que hasta entonces podían trabajarse (Jaillier, 2003). Retomando el cuadro hoy, habría que ir más allá de lo que para inicios de este milenio era la ciudad posmoderna para hablar de la ciudad en red y las redes de ciudades que vemos en el marco de la Sociedad de la Información y la Sociedad del Conocimiento.

Miremos de nuevo este cuadro:

| | CIUDAD TRADICIONAL | CIUDAD MODERNA | CIUDAD POSMODERNA |
|---|---|---|---|
| **ASPECTOS GEOGRÁFICOS** | - Territorio fijo<br>- Tiempo lineal<br>- Exigencias nacionales<br>- Visión centralizadora<br>- Lo nacional vs. lo extranjero, lo propio vs. lo ajeno<br>- Principales recursos: primarios. | - Territorio estructurado (fronteras ideológicas y físicas)<br>- Tiempo progresivo<br>- Exigencias internacionales (interno/externo)<br>- Visión centro-polos y centro periferias<br>- Lo nacional se relaciona con lo extranjero por el mercado<br>- Principales recursos: actividades secundarias (industriales) | - Desterritorialización (fronteras simbólicas de grupos)<br>- Tiempo fluido, instantáneo<br>- Exigencias mundiales<br>- Visión multicéntrica (nodal)<br>- Ni nacional ni extranjero (el ciudadano global)<br>- Principales recursos: actividades terciarias (mediadas por procesos de comunicación e información) |
| **ASPECTOS DEMOGRÁFICOS** | - Sociedad de explotación<br>- Visión demográfica marcada por las instituciones tradicionales (Iglesia, Estado, Familia) | - Sociedad de producción<br>- Visión de lo demográfico desde las instituciones públicas y colectivas (empresas, sociedades, entidades públicas, OG y ONG) | - Sociedad de consumo (e información)<br>- Visión desde las comunidades simbólicas (reencuentro con lo étnico en algunos casos) |
| **ASPECTOS DE CONFORMACIÓN SOCIAL Y CULTURAL** | - Comunicación de corto alcance (oral, presencial, simultánea)<br>- Predominio de la esfera privada<br>- Ser espacial-oral<br>- Producción cultural subordinada<br>- Cultura nacional -experiencia colectiva<br>- Primacía de los lazos particulares<br>- Discurso centrado en lo externo-purismo, rigidez<br>- Cultura tradicional<br>- Identidad nacional -monolinguismo<br>- Comunidad vivida<br>- Primacía del Estado como autoridad. | - Comunicación mediada (simultaneidad sin necesidad de la presencialidad)<br>- Predominio de la esfera pública<br>- Ser socio-espacial<br>- Producción cultural de tipo institucional, autónoma<br>- Cultura internacional- experiencias desde un campo cultural específico<br>- Primacía de los lazos empresariales (y de mercado)<br>- Discurso centrado en la relación sujeto-objeto. Objetividad y rigor<br>- Cultura popular vs. cultura dominante<br>- Identidad nacional como patrimonio (memorias nacionales) Monolingüismo y bilingüismo<br>- Comunidad imaginada<br>- Prima el Estado representativo. | - Comunicación mediatizada<br>- Cambio de sentido de la esfera pública y de la esfera privada<br>- Ser socio-comunicacional de múltiples subjetividades<br>- Producción cultural abierta, múltiple, co-construida<br>- Cultura transnacional-experiencias múltiples<br>- Primacía de los lazos afectivos (nuevas "tribalizaciones")<br>- Polidiscursivo -basado en la intersubjetividad, múltiple, incierto<br>- Cultura transnacional popular<br>- Identidad transnacional -memorias glocales, multilingüismo<br>- Comunidades imaginarias<br>- Prima el Estado descentralizado y descentrado (debilitamiento del Estado) |

Tomado de: JAILLIER, Erika. Comunicación, Investigación y Ciudad. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana, 2003.



Hoy tendríamos que incluir una columna adicional: la ciudad de la Sociedad de la Información (la ciudad en red) y la ciberciudad. El proceso de transformación de las hoy llamadas ciudades hipermodernas (haciendo uso del término trabajado por Lipovetsky en sus reflexiones sobre los "tiempos hipermodernos"), está enmarcado en el crecimiento de la red y en la evolución de la Internet (de la web 1.0 y 2.0 a la web 3.0, de la que ya se puede hablar en algunos espacios como los países nórdicos, Tokio, Seúl, Hong Kong o Singapur).

El hecho de pasar de redes de grupos a plantear la red como una inteligencia artificial cada vez más compleja y múltiple, así como trabajar por una web semántica, se traduce en pensar un ciberespacio donde el usuario no solo tiene un papel activo (propio de la web 2.0 y sus redes sociales), sino un rol de conceptualizador de relaciones y co-creador de enlaces semánticos entre diferentes contenidos de la red de redes mundial. Algunos añaden una cuarta dimensión aparte de sonido, espacio y tiempo, lo táctil: los cinco sentidos cobran cada vez mayor importancia en estas nuevas relaciones en red.

En este sentido, pensar la ciberciudad y la ciudad de la Sociedad de la Información en este otro contexto, conlleva características como las siguientes:

## Aspectos geográficos

La ciudad en red y la ciberciudad son geográficamente diferentes. La primera está dislocada (no tiene locación, es decir, no tiene territorio): funciona en nodos que orientan, transforman o reproducen información. La ciudad en red es la ciudad de ciudades: las ciudades -nacionales o internacionales- conectadas por procesos de información. Hay tres tipos de nodos en esta red: los nodos de innovación, los nodos de producción, los nodos de difusión y de comercialización.

Los nodos de innovación son aquellas ciudades centradas en los procesos de I+D que crean el conocimiento de punta. En ellas, no está la producción, pero sí los "cerebros" que logran las innovaciones. Estas ciudades conectan con aquellas que sirven de nodos de producción, es decir, las que tienen la tecnología y la mano de obra necesarias para materializar las innovaciones. Estos nodos de producción conectarán

con nodos de producción más pequeños: la producción de las innovaciones se hace cada vez más por procesos de maquila y la mano de obra final está localizada en territorios diversos que dependen de un nodo central de producción.

Aparte de estos nodos anteriores, están los nodos de difusión y de comercialización, que generalmente están ubicados en plataformas geopolíticamente estratégicas para cubrir el mayor campo de acción posible. Colombia, como esquina del Sur del continente es nodo de difusión para muchos procesos de transmisión de servicios y de productos, pero no todo pasa por sus puertos.

La ciberciudad, en cambio, está desterritorializada y es utópica: solo existe en el ámbito virtual y, aunque funciona en red, no es entendida bajo el mismo concepto de la ciudad de la información. Es un cambio de situación del conocimiento y de la cultura, no una deslocalización de los flujos informativos y de transferencia de tecnología, como sí lo es la anterior. La ciberciudad es una utopía en el sentido de que existe sin unos topos concretos: con la aparición de la cibercultura, el ciberespacio se constituye en un nuevo topos complejo, solo construido en las relaciones, las nuevas formas de contacto, la posibilidad de vínculo. El mundo y el espacio, incluso la ecología humana en lo cotidiano avanza en lo virtual y se sintetiza en topos que solo son construcción simbólica. La ciberciudad es un topos constructivo y construido simbólicamente, no representacional ni contemplativamente. La existencia depende de la participación de los actores. A diferencia de otras formas de ciudad que pueden existir independientemente de la participación, la ciberciudad solo existe en la participación concreta, en la convivencia, en el "habitar" por medio del compromiso explícito y no solo de nombre.

En ambas formas de ciudad, el tiempo es fluido e instantáneo. Pero su medición es diferente: en la ciudad en red, la mirada frente al tiempo es efectista y por tanto permanentemente mesurable. El tiempo es condición para la eficiencia y eficacia de los procesos de transferencia, de comercio de bienes y de servicios, de actualidad de la información. El ritmo está en la urgencia: todo es urgente y la velocidad es máxima.

La ciberciudad mide sus tiempos desde el tiempo de la cultura, desde el ritmo de los actores y de los participantes. Es el ritmo del



ciberhabitante, permanente constructor de contenidos y de relaciones. Es el ritmo de lo humano y de las pautas de comunicación utilizadas para cada evento.

Tanto la territorialidad como el tiempo son glocales (mezcla permanente de lo local y lo global) pero transnacionales. Por lo tanto, las actividades principales son terciarias (información, comunicación, intercambio), pero adicionalmente condicionadas por las características telemáticas y dependiente de la evolución de las diferentes generaciones de TIC.

## Aspectos demográficos

Dado que hablamos de una Sociedad que va más allá del consumo y se centra en procesos ya no transaccionales sino relacionales, cobra importancia el individuo como sujeto social que se mueve entre el ser consumidor de información y cliente de servicios, el ser ciudadano y el ser agente activo del cambio (propio y de su realidad concreta, tanto de la actual como la virtual).

El tema de las comunidades virtuales y las redes sociales permea este aspecto de lo demográfico. Si en la primera fase de la posmodernidad las comunidades simbólicas entraron en el ruedo, en estas fases subsiguientes, las intersubjetividades, las comunidades de interés, las tribalidades hipermediáticas y las nuevas formas asociativas desde el ciberespacio dejan percibir transformaciones de la socialidad y de las estrategias de socialización en varias vías.

## Aspectos de conformación social y cultural

La Ciberciudad se caracteriza en este aspecto por ser el espacio clave para la comunicación mediatizada multimediática y multimodal. Hablamos de mediatizada porque todo proceso de información y de comunicación está mediado por un dispositivo (masivo o no) pero en este caso multimediático (como sucede con las redes sociales en Internet 2.0 y como se espera que sean los nuevos sitios interactivos

en la web 3.0). Además, esta multimediación es además multimodal: utiliza varios canales y varios modos de comunicación y no únicamente diversos medios. Dada la continua interacción de los sujetos, esta multimodalidad bombardea con información a los usuarios, pero también es el mejor recurso para la presencia permanente de éste en el espacio de la ciberciudad.

Por otro lado, la interacción permanente de los usuarios en el ciberespacio hace que se pierdan en muchos casos las diferencias entre lo público, lo privado y lo íntimo. Más bien podríamos hablar de intersecciones permanentes entre estos mismos conceptos. El sujeto posmoderno tiene dificultades en hacer esa división. Pero si además se le suma el carácter de lo virtual a sus relaciones, la intersección es lo único concreto en este sentido.

Esa misma continuidad de las relaciones que rompe las barreras de lo público y lo privado suele ser útil en otros ámbitos como el productivo. El teletrabajo y la producción cultural abierta, así como la creación colectiva se ven beneficiados con esta situación. Surge también una nueva ruptura en este campo: la aparición del trabajo colectivo, de la creación colectiva y de los amplios modos de compartir información, producción y factura de productos, motivan la aparición de nuevas formas de derechos, como ocurre con el *Commun Creative* y los *Copyleft*. Estos, si bien no se contraponen al *Copyright* y por tanto a las leyes sobre derechos de autor nacionales e internacionales, sí complementan estas con la posibilidad de compartir la creación y proteger ciertos (y no todos) los derechos de uso de los nuevos objetos culturales.

Esta misma alternativa de producción puede conducir a su vez a producciones culturales transnacionales e interculturales. Prueba de ello son las mezclas étnicas musicales que ya circulan masivamente por la red como una amalgama que va más allá de lo nacional y refleja los inmensos contactos interculturales de los ritmos complejos de algunas tribus transnacionales. Sin embargo, los críticos de la red hablan de esta producción simbólica como algo superficial, engañoso y seductor en vista de que lo cultural, en el caso de la red, pierde su anclaje exterior, su ser como objeto social en tanto su uso es limitado y a veces elitista. Cabría aquí hacer la diferencia entre



metáfora ("es como si…") y sacramento ("es"), de la que hablaba Gregory Bateson al tratar los temas de la producción simbólica y las formas de construcción de lo social por medio de lo ritual (Bateson, 1990). Dicho de otro modo, estas producciones son una metáfora de la interculturalidad y de las opciones de la producción inter-étnica, así no sean un producto real en sí mismo.

Así, la producción de cultura en el ciberespacio, si bien puede tratarse de manera optimista y positiva, también conlleva nuevos problemas: la identidad. La construcción de los marcos identitarios propios de cada grupo o comunidad por virtual que sea, implica unas negociaciones profundas para transformar los conflictos internos en una construcción social diferente y dinámica que no deja de ser compleja. En la ciberciudad, como ya sucede en algunos mundos paralelos de tipo virtual, aparecen conflictos territoriales y fanatismos que llevan a comportamientos violentos dentro y fuera de la red. En lo virtual, los avatares de unos grupos luchan con otros de sus rivales. En el mundo actual–real, esto se puede ver en los brotes violentos de ciertos grupos urbanos frene a otros de diferente identidad (por ejemplo, los *skin head* de ciertas latitudes luchan con todo lo extranjero, incluso si esto implica luchar con un nativo de la misma ciudad pero que tiene creencias o simbologías identitarias diferentes).

Por otro lado, las vidas paralelas de un usuario gracias a sus avatares (identidades construidas en la Red y representaciones del "Yo" por medio de construcciones de corporalidades virtuales en una "segunda vida" únicamente desde el ciberespacio, son un problema interesante para disciplinas científicas como la sociología y la psicología, por las rupturas y los comportamientos asociativos que conllevan. Como dicen autores como Gladys Roco, José Luis Anta y José Palacios en el primer congreso sobre Cibersociedad, "en Internet las cosas no solo no son lo que parecen, sino que sobre todo no son lo que dicen ser. Y no es que hablemos de una mentira, sino de un enorme juego de simulacros".

Y complementan más adelante:

> …el simulacro es de tal tamaño que termina por devorar, incluso, al propio movimiento. Es por eso que ha triunfado en la red el sexo, aquello que es puro símil, aquello que promete y es capaz de

> dar todo lo que la red es. Y este punto es importante de tener en cuenta, porque aquellas cosas que la red prometía parece que sólo se dan cuando hablamos de la oferta sexual. Privacidad, intimidad, abaratamiento de los costos, diversidad de opiniones, diferenciaciones por gustos, acceso rápido y exclusivo, identificación, democratización… sólo se pueden encontrar, de manera realista, en lo dedicado al sexo (Anta, Palacios y Roco, 2002: 4)

Otro fenómeno propio de la ciberciudad y que tiene relación con el anterior, son ciertas relaciones de los usuarios frente a los lazos afectivos: surgen los términos de "lazos afectivos acorporales" y el "ultrahedonismo". La "acorporalidad" es un fenómeno muy propio de sociedades como las nuestras en donde lo corporal tiene tan alta valoración para los procesos de socialización. Ser "acorporales", es no querer tener cuerpo propio. El avatar, como representación ideal de un "Yo" particular, no es un cuerpo, es solo una grafía del cuerpo virtual con el que se quiere hacer manifiesto el "Yo" de la representación.

No reconocerse como algo corpóreo sino como algo "sin cuerpo real", como sucede entre algunos *gamers extremos*, es una negación de la identidad externa.

Retrocedamos, cuando se habla de identidad es necesario comprender lo siguiente:

> La identidad se construye a partir de la diferencia, involucrando procedimientos de inclusión y exclusión. Esta lucha simbólica por imponer una determinada visión del mundo, que se procesa en la vida cotidiana, está permanentemente en función de la mirada del otro, la identidad del actor social es el resultado de dos definiciones: la externa y la interna. Por un lado encontramos, pues, las clasificaciones originadas en el "exterior" del grupo, que muestran cómo el grupo es reconocido por los demás. Por otro lado, esta definición se completa con la identidad que "parte" del interior del grupo; las formas en que la identidad es simbólicamente representada por ese mismo grupo. Estas dos direcciones que intervienen en la construcción de identidades sociales, se articulan en forma compleja (Martínez Guirao, 2002).



Esto se aplica también al sujeto: si su exterioridad es negada, se construye una representación ideal (virtual) de esta exterioridad para existir en la ciberciudad: el avatar. Pero el avatar no es un cuerpo, es solo un gráfico que puede variar de un ciberentorno a otro. El anonimato y el uso de pseudónimos e hipocorísticos es parte de esa negación y del ocultamiento del propio cuerpo. Para algunos psicólogos (por ejemplo, Gerard Apfeldorfer, psiquiatra y terapeuta francés), este fenómeno de la acorporalidad puede verse reflejado en el mundo actual-real bajo comportamientos como la anorexia extrema y la obesidad extrema (una forma de negarse a habitar en un cuerpo no deseado).

Por su parte, el ultrahedonismo, se refiere principalmente a que todo lo que guste, cause placer inmediato, o dé respuesta a los intereses inmediatos, es lo correcto o "está bien". Es una postura de las generaciones más recientes que, además de traer consigo unas reflexiones desde la ética que pueden ser contrarias a la mayoría de las escalas de valores de las sociedades tradicionales occidentales, acaba produciendo conflictos graves de tipo social. El ultrahedonismo en la vida virtual de los usuarios de la red puede llevar al pansexualismo: todo debe conducir a lograr el placer por el placer a través de los sentidos. Los ultrahedonistas son activistas del sexo virtual porque es "seguro" y suelen ser libertarios en el más absoluto sentido. Los mayores ideales son la autoindulgencia, la autoadulación, el individualismo y la libertad. De ahí que el ultrahedonista sea casi el polo opuesto al acorporal del que veníamos hablando.

Ambas formas de concebir el cuerpo pueden resultar chocantes para las sociedades tradicionales, pero el hecho de trabajar con procesos de etnografía virtual implica respetar también esas diferencias. La preocupación actual de los investigadores sociales que tratan el tema de la etnicidad, la ciudadanía, la identidad y las nuevas formas de sociabilidad es precisamente mantener esa postura de la investigación en el mundo real: saber traducir la experiencia a una forma textual y reconocer y aceptar que debe hacerse una interpretación de esa textualización. La inserción en el mundo virtual como observador participante –virtual, obviamente– protege la diferencia. Más aún, reconocer esas múltiples miradas del mundo, del cuerpo y de

la sociedad, constituye el objetivo primordial de esta alternativa de construcción de la realidad para la investigación.

Ahora bien, dentro de todo el análisis de estas mismas formas de convivir y de mantener relaciones afectivas consigo mismos y con los otros, el tema de los procesos de fortalecimiento de las prácticas sociales asociativas debe también entrar en revisión. De allí que sea pertinente tratar el tema de los grupos virtuales y las comunidades virtuales.

En principio, cuando se habla de comunidad virtual entendemos por esta la relación de dos términos complejos: *comunidad*, que significa coexistencia social de un grupo en un determinado territorio que comparte unos valores y unas finalidades de agrupación, y *virtual*, que se refiere a aquello que existe en potencia. Es decir, aquello que solo es real en tanto se actualiza y permite la reconstrucción de referentes del mundo.

En tal sentido, como se ha dicho en otros textos (Jaillier, 2006), entran en juego características como:

- La imagen de lo comunitario que pueden tener los usuarios / participantes en cuanto a referentes, autorreferentes, dedicación, retroalimentación, sentido de colaboración, realización personal y social, etc.
- Las distinciones entre lo virtual y lo real en términos de posibilidades de tiempo y espacio.
- La calidad de los espacios multilaterales de comunicación que permiten los intercambios verbales (conversaciones, enlazamientos de diálogos desde diferentes sitios de la Red, el archivo de las discusiones, de la información y de los productos comunicativos) de otros tipos que posibilitarán nuevos intercambios alrededor de esos mismos recursos del sitio *web* en un futuro. Dicho de otro modo, lo que Pierre Lévy mencionaba como ejes necesarios para pensar la interactividad de un dispositivo de comunicación: la reciprocidad, la implicación, la ***telepresencia*** y otros tratados por autores como Patrick Pajon: la atracción del sitio y la ***fidelización*** alcanzada hacia éste (por identificación y pertenencia).



Una comunidad virtual es comunidad en tanto es un conjunto de personas unidas por factores de diversa índole, que comparte un territorio (en este caso simbólico), unos intereses (etnia, lengua, religión, gustos, preferencias, opiniones…) y unos objetivos de trabajo o de asociación que les llevan a relacionarse e interactuar entre ellos y con otros grupos.

Lo virtual tiene cualidades no despreciables en las actuales condiciones sociales: su flexibilidad, la permanente auto-revisión que los participantes hacen de sí mismos (de su autoimagen y de su modo de ser vistos por otros), así como el compromiso afectivo que se genera a través de la Red en muchos casos, ha hecho que se revalúen posiciones que originariamente eran contrarias a la idea de la Red como espacio de socialización. Además, la existencia de este tipo de procesos de conformación de grupos ha hecho que se mire como un objeto de estudio aún por indagar más a fondo la habilidad de identificación de los individuos con los grupos *online* (personas con quienes jamás se ha encontrado ni ha entrado en relación fuera de lo mediático y que sin embargo, logran producir lazos de afecto).

Si bien hay un buen número de clasificaciones bajo el rótulo de "Comunidad Virtual" (comunidades de debate, comunidades de socialización, comunidades temáticas, comunidades científicas, comunidades de acción política, comunidades institucionales como las mencionará Francisco Javier Valiente, periodista e investigador de la Universidad San Pablo CEU, de Madrid), hay dos grandes taxonomías que vale la pena resaltar y aplicar frente a cualquiera otra: las comunidades de interés y aprendizaje y las comunidades de práctica. Ambos tipos funcionan realmente en un sentido más estricto y más completo de lo que es comunidad.

El primer tipo se refiere a un colectivo organizado de personas que participan en igualdad de condiciones dentro de un espacio comunitario cuyo principal objetivo es la construcción de opiniones, información y conocimientos. El grupo mismo ejerce su propio automonitoreo y autoevaluación. Si bien se aplican principalmente en el campo educativo, en la red pueden tomar diferentes formas e intereses con fines de aprendizaje y desarrollo del pensamiento.

El segundo tipo se refiere a personas de diferente edad, nivel educativo y sociocultural, diferentes profesiones e intereses que deciden participar de un proceso de asociación libre con el fin de, por medio de la gestión de conocimientos y experiencias, poner en juego acciones concretas que permitan transformaciones sociales en lo micro o en lo macrosocietal. Estas comunidades de práctica han ido en aumento desde finales de los 90 y a finales de esta primera década del milenio hay algunas altamente consolidadas y que sirven de ejemplo para entender el funcionamiento de una verdadera comunidad virtual. Desde 2005, con el crecimiento de las redes sociales la posibilidad de comunidades de práctica ha llevado a procesos de fortalecimiento democrático en países como España, Chile o Brasil.

Algunas de estas comunidades han dado pie para que se establezcan verdaderas políticas públicas sectoriales, lo que nos lleva a mencionar otros dos términos relacionados con esta visión de ciberciudad: la ciberdemocracia y el e-gobierno. Primero definamos este último. Se entiende por e-gobierno, e-government, o gobierno electrónico el uso de las TIC para el conocimiento en los procesos internos de lo gubernamental y la entrega de productos y servicios del Estado tanto a los ciudadanos como a la industria. Muchas de las tecnologías involucradas y sus implementaciones son las mismas o similares a aquéllas correspondientes al sector privado del comercio electrónico (o *e-business*), mientras que otras son específicas o únicas en relación a las necesidades del gobierno, por ejemplo, las estrategias de gobernanza y de transparencia que se pueden evidenciar en los sitios gubernamentales de ciertas ciudades, regiones o países. En otras palabras, el e-gobierno aplica las tecnologías de información y de comunicación para facilitar las relaciones con los ciudadanos en términos de información y prestación de servicios informativos sobre los procesos que les conciernen.

Por su parte, la ciberdemocracia va más allá de los alcances tradicionales del e-gobierno: busca la participación del ciudadano de forma activa y propositiva, promueve el uso de la Red para la utilización de mecanismos de participación ciudadana y para la comunicación directa y bilateral entre el ciudadano y su gobierno. La ciberdemocracia patrocina la deliberación pública en este nuevo espacio común



y ciudadano que puede ser la Red. La participación en este sentido, es un proceso de generación de conciencia crítica y propositiva en el ciudadano. No es realmente efectiva mientras no vaya modificando y ampliando las relaciones de poder. La presencia de los ciudadanos en los asuntos públicos es una condición necesaria para alcanzar la gobernabilidad democrática, por lo que la Red puede ser una alternativa para fomentar esta presencia y su consecuente opción de participación voluntaria y proactiva (Documentos internacionales y andinos sobre Participación y Ciudadanía, http://www.uasb.edu.ec/, Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador).

La ciberdemocracia busca el salto del espacio público tradicional al espacio público virtual: en un mundo donde imperan la cultura tecno-científica, y los avances tecnológicos, cada vez más, transforman nuestras concepciones sobre nuestros cuerpos (*cyborgs*), nuestras comunidades (virtuales), nuestras formas de sociabilidad (copresencia electrónica), y obligan a incluir nuevas problemáticas en las agendas políticas, es coherente encontrar que los nuevos entornos y escenarios para la inclusión política sean precisamente los medios y las tecnologías de información y de comunicación que permitan la interacción directa.

Este último ejercicio o práctica social nos demuestra las amplias oportunidades que se abren para el ciudadano actual frente a su concepción de ciudad y, por qué no, de ciudadanía global. Pero nada de esto podría ser posible si no comprendemos que las TIC no cambian nuestra realidad, sino que son solo herramientas para que seamos artífices de esos cambios.

Las herramientas están dadas, pero la brecha digital y la brecha social continúan. De nada sirve tener acceso a los bienes tecnológicos si no reflexionamos sobre los usos sociales de la tecnología y si no consolidamos cada vez mejores y más eficientes prácticas sociales y comunicacionales para servirnos de ellas.

Pero, ¿qué es entonces usar las tecnologías? ¿A qué nos referimos con prácticas sociales? Estas preguntas motivan justamente nuestro siguiente capítulo.

# 6. La comunicación, las prácticas sociales y los usos en la sociedad del conocimiento

Una vez tratados los temas de la Sociedad del Conocimiento y de la ciudad en este tipo de sociedad, aparece la pregunta de cuál es la relación del hombre contemporáneo con las TIC digitales en este marco o contexto urbano y societal. Nos remitimos entonces a tres conceptos propios de la Sociología de las Tecnologías y de la Innovación: las prácticas, los usos y las representaciones sociales de lo tecnológico.

Comencemos con el concepto de usos sociales. Se entiende por usos sociales la utilización de un objeto técnico después de adquirir un "saber hacer" y unas habilidades que permitan darle valor social, político y simbólico a dicho objeto (Jouet, 2000). Es decir, en el proceso de relación entre el sujeto y el objeto: primero va la utilización y después de un proceso de construcción simbólica (y por tanto de valoraciones culturales y sociales) del objeto, podrá hablarse del uso. Con cada innovación a este objeto tecnológico, el proceso de construcción de los usos sociales puede cambiar, pero en general pasa por los mismos tres momentos:

- Acceso y penetración del objeto tecnológico en el entorno social.
- Adopción y adaptación del objeto.
- Apropiación e integración del objeto en la vida social.

El uso social es, pues, un factor esencial para esa apropiación del objeto técnico y para su integración en la vida cotidiana del sujeto o usuario. En el caso de las TIC y de las generaciones de TIC digitales, esto no es menos cierto. Toda nueva TIC implica un proceso de acercamiento, adopción y apropiación que permitirán hablar luego de un uso social de esta TIC. Desde la mirada de la Sociología de los usos de la cual partimos, tanto el uso como la apropiación son construcciones sociales del objeto tecnológico, a partir de interacciones dialógicas en las que se articulan las variaciones de concepción (diferencias entre el creador, el desarrollador, el divulgador y el usuario), la situación del uso en un contexto práctico, la evolución tecnológica y unas necesidades y expectativas socioculturales que permiten la inserción del objeto técnico en unas dimensiones sociales, políticas y culturales para lograr el anclaje social e histórico del mismo.

"Los usos sociales de los medios demandan ser incluidos en un continuum empírico, remitiendo no sólo a una diversidad de objetos, sino igualmente a un continuum histórico de tal manera que un uso estructurado, por ejemplo, llegue a ser desestabilizado, después recompuesto bajo otras formas" ante la introducción de un nuevo elemento en el dispositivo" (Pronovost, 1994 citado por Paquienséguy, 2007).

El uso de un nuevo dispositivo retoma los aspectos ya conocidos de dispositivos o de procesos tecnológicos similares que ya hayan existido o con los que el sujeto ya haya vivido experiencias previas. Cuando el sujeto logra un uso reiterado de las tecnologías y comienza a integrarlas a su vida cotidiana, es posible hablar de una apropiación de la tecnología.

> "La apropiación es un proceso: es el acto de constituirse en sí" (Jouet).

> "La apropiación es un proceso a la vez individual y a la vez social. (…) Su pertinencia científica y social describe el proceso de interiorización progresiva de competencias técnicas y cognitivas entre los individuos y los grupos que manejan cotidianamente estas tecnologías" (Proulx, 2005).



Toda apropiación tecnológica implica pues una construcción social del uso de la tecnología a partir de interacciones dialógicas en las que se articulan las variaciones de concepción (diferencias entre el conceptor, el desarrollador, el divulgador y el usuario), la situación del uso en un contexto práctico, la evolución tecnológica y unas necesidades y expectativas socioculturales que permiten la inserción del objeto técnico en unas dimensiones sociales, políticas y culturales para lograr el anclaje social e histórico del mismo.

Hay cuatro **condiciones** imprescindibles para que la apropiación se haga efectiva y logre realmente impactos:

1) Experticia técnica y cognitiva del artefacto.
2) Integración significativa del objeto del objeto técnico en la práctica cotidiana del usuario.
3) El uso repetitivo de esta tecnología permite al usuario posibilidades de creación y de innovación en la práctica social y
4) Cuando se alcanza una apropiación colectiva, la apropiación social supone que los usuarios puedan proponer políticas públicas y procesos de innovación (producción industrial, distribución comercial, co-creación) (Ver Breton y Proulx, 2002).

El concepto de apropiación para nuestro caso está íntimamente ligado a las sociedades del conocimiento (el concepto de apropiación se fundamenta en el reconocimiento del sujeto, un sujeto que no se restringe a ser usuario en el sentido únicamente utilitarista o consumista del objeto técnico, sino que se entiende ese "Ser Usuario" como un sujeto que se desarrolla en una sociedad y que usa ese objeto técnico de manera interpretativa, crítica y propositiva).

Para alcanzar el ideal de usuario de esta mirada sobre la apropiación, se requiere desarrollar el potencial cognitivo (la UNESCO parte de que los nativos digitales tienen unas competencias que es necesario articular con las competencias cognitivas de la generación

de los inmigrantes digitales que tienen el conocimiento). **Ese potencial cognitivo parte del proceso mismo de cambio del sujeto: utilización –> uso social –> apropiación -> integración.**

Desde 1980 se redescubre la importancia de revisar las dimensiones del uso y de la apropiación. Las relaciones hombre/máquina se basan en un cierto número de limitaciones impuestas por la máquina y que dependen de la dimensión puramente técnica. Está también la dimensión social del objeto técnico que es su validación, valoración y significación dentro del contexto social. Pero si se asume que la apropiación conlleva una construcción personalizada del uso y que cada individuo tendrá niveles diferentes de apropiación, ésta tendrá que revisarse desde tres dimensiones posibles (Rieffel, 2001):

- La dimensión subjetiva (la apropiación vista como el acto de constituirse como parte del interés del usuario, de sus significaciones subjetivas y los modos de empleo particulares. La autonomía, en otras palabras). Esta dimensión está constituida por unas lógicas que se traducen en la experiencia: la lógica utilitaria ("usar por usar" algo), la lógica crítica (tomar distancia y saber explicarse las decisiones de uso o no) y la lógica de integración (cuando se identifica el objeto dentro de una categoría social dentro de la experiencia cotidiana).
- La dimensión cognitiva: implica modalidades particulares de adquisición de: saber–hacer (descubrir las funcionalidades del aparato), haber hecho (aprendizaje del modo operativo por cuestiones externas) y habilidades prácticas. Estas son habilidades cognitivas básicas en el sujeto. Muchas de ellas se desarrollan de modo inductivo. Solo cuando el sujeto adapta y no adopta, se empieza a ampliar la dimensión cognitiva a las prácticas de socialización y a los intercambios colectivos. La dimensión cognitiva, al estar emparentada directamente con el lenguaje, tendrá relación con otro concepto importante en este capítulo: las representaciones y las prácticas sociales.
- La dimensión identitaria: constituye probablemente lo que más reflexiones e investigaciones produce en el campo de lo educativo y lo social. Tiene relación con la imbricación entre identidad personal e identidad social en las prácticas sociales con las TIC y por medio de las TIC (Rieffel, 2001). Es lo que permite que exista una personalización de las tecnologías o de los objetos tecnológicos.



Hay una negociación compleja que es necesaria para la apropiación y para la integración de un objeto tecnológico que parece extraño en un primer momento. Esta negociación se da no solo en el caso de la técnica, sino también de cualquier propuesta o cambio cultural. La negociación es un proceso de integraciones parciales que implican a veces retrocesos y a veces avances rápidos en el estilo de actuar (modos de hacer las cosas) y en la lengua (modos de decir o expresar las cosas). La inclusión de tecnicismos y modismos en el habla, es un primer momento de acercamiento entre la dimensión técnica y la dimensión socio-cultural. Hay tres trayectos posibles:

- *Shifting*: consiste en pasar directa y completamente a la lengua las palabras nuevas. Es una adopción completa del lenguaje técnico porque su utilización conlleva también valores sociales de distinción, de valoración.
- *Switching*: se utilizan parcialmente ciertos elementos del lenguaje técnico y los modos de hacer que se proponen con éste. Hay una adaptación del lenguaje.
- *Blend*: consiste en una integración más profunda pues se refiere a la interacción de los universos de referencia y no sólo sus términos. Así, el estilo de actuar y el nuevo lenguaje se convierten en innovaciones en sí mismas porque hibridan unos conceptos con otros.

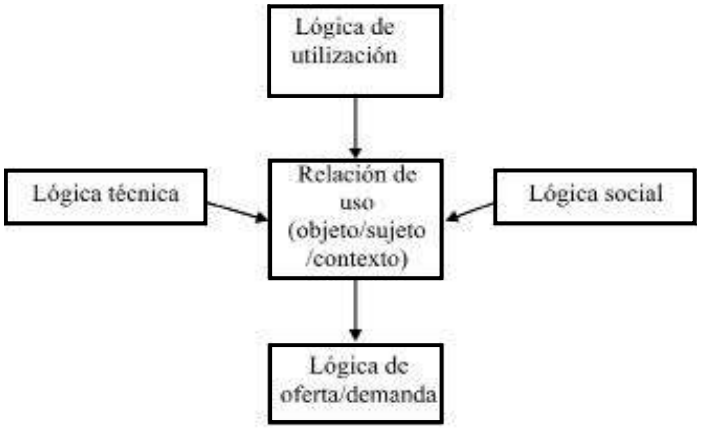
Estos trayectos nos relacionan dos componentes del proceso de apropiación: el componente cognitivo (atravesado por el lenguaje y las representaciones sociales) y el componente sociotécnico (usos y prácticas sociales). Como ya dijimos, usar es manejar el mundo de la materia, pero también jugar con los universos culturales en sus dimensiones simbólicas e imaginarias (Mallein y Toussaint, 1992).

En tal sentido, al relacionar el tema de los usos sociales con el proceso de apropiación de las innovaciones tecnológicas, tiende a ser mirado desde lógicas diferentes:

| LÓGICAS | LÓGICA TÉCNICA | LÓGICA SOCIAL |
|---|---|---|
| Concepción del término | Proceso de desarrollo técnico autónomo (Everett Rogers) | El objeto técnico, la innovación y su uso son construcciones sociales. (Bruno Latour) |
| Utilización del término | Determinismo técnico de los usos (Marshall Mc Luhan) | Prácticas de uso autónomas correlacionadas con el contexto. (Jacques Perriault) |

El cuadro anterior fue tomado de Thierry Vedel, "Sociologie des innovations technologiques et usagers: introduction à une sociopolitique des usages", 1994.

Esas lógicas implican una mediación en todo proceso de apropiación del objeto técnico. Por eso, otros autores plantean el tema del uso como un cruce de cuatro lógicas:




"El uso es el producto de un encuentro: entre la lógica social del utilizador y la lógica técnica del objeto o del sistema del cual aquel se sirve" (Mercier, 1992). La definición del uso está potencialmente presente en la concepción del producto, pero el usuario debe disponer de unas capacidades de análisis técnico que lo llevan a hacer "uso"



del objeto. Ese análisis técnico es permanente y se imbrica con un análisis social implícito que todo humano en sociedad es capaz de hacer gracias a las experiencias previas con otros objetos similares o diferentes. Hay, pues, tres mediaciones permanentes: la mediación técnica (prescripciones de uso o modos de empleo iniciales), la mediación social (socialización primaria y secundaria de la técnica) y la competencia humana individual, es decir, la acción individual de interactuar con el objeto, de seguir o no su prescripción de utilización, de valorarlo y de darle atribuciones (de deseo, de elección, de prohibición, de autorización, etc.) (Boullier, 1992).

El uso social de un objeto técnico depende, pues, de las prácticas vividas con el objeto, la finalidad y las tareas que se le asignan, las significaciones culturales complejas de sus aplicaciones en la vida cotidiana, incluso, los usos compensatorios (que provienen de las limitaciones del 'utilizador' en su interacción solitaria frente al objeto) (Proulx, 2005).

Hay que entender que desde el punto de vista individual, el sujeto es libre y autónomo frente al uso. Su aproximación al objeto le permite aplicar en él ciertas claves de la creatividad cultural propia de su contexto. Michel de Certeau habla de la diferencia entre "el arte de hacer" y "las maneras o modos de hacer" para referirse a esas interacciones entre el practicante y un objeto determinado. El individuo tiene sus propias tácticas para enfrentarse a un objeto y así hacerle frente a las estrategias (dimensiones descriptivas y normativas del objeto técnico) de las industrias de consumo (Certeau, 1999).

De allí la importancia de los otros dos conceptos ya mencionados: las prácticas sociales y las representaciones sociales.

## Prácticas sociales y representaciones sociales

Se definen como prácticas sociales (Jodelet y Moscovici, 1990), los sistemas de acción socialmente estructurados e instituidos en relación con los roles sociales de los actores. No pueden considerarse como componentes desarticulados o comportamientos atomizados de grupos específicos. Son maneras o modos habituales en que una

persona o un grupo realizan algo. En tal sentido, deben comprenderse las prácticas sociales como un uso, costumbre o modo de actuar de un grupo. Es un comportamiento reconocido socialmente (Flament, 2001) por los actores o agentes sociales. No hay prácticas sociales sin representaciones sociales que le estén ligadas y viceversa.

Pero entendamos qué son, entonces, representaciones sociales: se definen como representaciones sociales los sistemas colectivos de interpretación y de comprensión del entorno social. Estos sistemas permiten que los actores adquieran conocimientos y los integren en un marco asimilable y comprensible para ellos, en coherencia con su funcionamiento cognitivo y los valores a los que se adhieren (Abric, 1994, citado por Moliner, 2001).

La representación social es un concepto clave en el análisis de la mediación entre la lógica técnica y la lógica social en el uso de los objetos. Una representación social comporta cuatro funciones en interacción:

- La percepción del elemento nuevo (y los procedimientos que permiten esta percepción).
- La legitimación de la noción por la cual el sujeto se decide a utilizar el objeto o a integrar lo que sabe de él en su vida cotidiana.
- La integración en la organización individual de las nociones (construcción del pensamiento sobre el objeto y expresión sobre éste) –objetivación.
- La producción de nuevas nociones y proyectos en los que interviene esa noción adquirida -Anclaje (Jacques Perriault, 1992).

Hay, pues, varias fases en la construcción de la Representación Social del objeto técnico: primero, la percepción. Luego, la aceptación del mismo por convicción interna del sujeto y de la socialización de éste. La integración no es rápida, depende del sujeto y del contexto histórico-espacial en el que éste se mueve.

El uso efectivo del objeto depende no sólo de que preexista una representación, sino también una finalidad (esto conlleva una problemática de regulación interior de los desequilibrios que enfrenta el individuo al interactuar con el objeto técnico). El estudio de esos



comportamientos de interacción frente a la técnica comportan una dimensión cognitiva que debe ser estudiada para poder comprender el paso de la utilización al uso y del uso a la apropiación e integración del objeto en la vida cotidiana social (domesticación) (Perriault, 1992). La representación social de las TIC permite de un lado conocer las necesidades, expectativas y limitaciones de los actores sociales en el proceso de innovación tecnológica y, por otro lado, muestra las imágenes asociadas a la puesta en escena de un sistema técnico considerado.

Dicho de otro modo, la manera en que los sujetos interpretan los diferentes aspectos de las situaciones en las que se encuentran (representaciones) determinan los comportamientos puestos en juego en dicha situación (práctica). Así, situaciones novedosas dentro de un contexto social, generan percepciones y representaciones sociales novedosas y por ende, prácticas diferentes. A veces, los estudios sobre percepciones solo dejan entrever dinámicas existentes en la representación social que serán visibles únicamente a través de prácticas posteriores (incluso con años de diferencia). O sea, estudiar las percepciones iniciales sobre un tema como el de los usos de las TIC digitales, nos arrojará seguramente más representaciones que prácticas reales, pero esto de por sí será ya una posible tendencia de una práctica social futura o en plena dinámica de validación colectiva.

Esto es importante tenerlo en cuenta para estudios que impliquen los análisis de transformaciones sociales en proceso: la transformación es progresiva en tanto las prácticas sociales nuevas no entren en contradicción con los modelos o referentes de representación social del mundo. En cambio, la transformación será resistente si las nuevas prácticas sociales contradicen esa misma representación del mundo.

Es cierto que, en ocasiones, las prácticas sociales novedosas logran "negociar" la percepción de incompatibilidad con la representación social existente y de este modo, logran fundar una nueva forma de representación del mundo. Pero no siempre sucede de este modo.

La aceptación de una nueva práctica social no se da por acumulación de prácticas individuales o grupales, sino por el cambio de significación que éstas tienen dentro de los actores sociales que participan del cambio. Sin embargo, la generalización de las prácticas sociales sí logra impactar la mentalidad colectiva y generar cambios

de significación en ciertos momentos históricos. Las teorías de la influencia social de las relaciones interpersonales y de los pequeños grupos demuestran la injerencia de las unas en las otras (Mugny, Quiamzade y Tafani, 2001).

## Tipos de prácticas sociales humanas

Las prácticas sociales cotidianas entre los seres humanos pueden tener dos grandes tendencias: de un lado están las prácticas simples y de otro las prácticas complejas.

Las prácticas simples están relacionadas con "disposiciones biológicas y calidades sensibles inmanentes a la condición humana" (Arias, 1998). Las exigencias cognitivas que demandan este tipo de prácticas responden al sentido común, a la construcción de los vínculos sociales y a interpretaciones básicas del mundo fundamentadas inicialmente en creencias y razonamientos que reproducen lógicas funcionales y pragmáticas (Arias, 1998).

Este primer conjunto de prácticas está constituido por:

- Prácticas para la supervivencia (atienden necesidades de alimento, vivienda, salud, educación, cobijo, vestido y recreación). Se relacionan con el trabajo.
- Prácticas propias de la condición biológica y fisiológica del ser humano: son las prácticas sociales que condicionan nuestro vivir en el mundo dentro de un entorno determinado (comer, beber, dormir, estar con otros, descansar y otras funciones orgánicas).
- Prácticas para el placer: las que procuran el disfrute de los sentidos.
- Prácticas para la afectividad: las que permiten expresar y compartir sentimientos. Se manifiestan en las relaciones interpersonales básicas.
- Prácticas religiosas: no dependen de una fe, sino del condicionamiento del ser humano hacia la trascendencia. Son actos adquiridos que responden a creencias e interpretaciones del mundo, asumidas como naturales dentro del grupo social.
- Prácticas de conservación cultural: procuran las condiciones para el sostenimiento y aseguramiento de los vínculos e instituciones sociales. Tienen relación con las normas de convivencia tácitas y explícitas, los valores, las convenciones, las jerarquías, los protocolos, la etiqueta, el reconocimiento de la autoridad.
- Prácticas de contravención: se contraponen a la estructura social y pueden conllevar resultados punibles por en grupo social en el que se convive. Sin embargo, algunas de ellas son necesarias para la dinamización de la cultura y para las transformaciones sociales que permiten la adaptación a nuevas situaciones.



Dentro de las prácticas complejas (Arias, 1998), debemos considerar todas aquellas que pueden configurarse en un orden social preescrito o que surgen de los márgenes de la estructura social. Suelen tener una labor de transformación o de reestructuración social. Permiten el desarrollo del conocimiento y del saber. Están enmarcadas en la construcción simbólica de las sociedades humanas. Implican de los sujetos un mayor trabajo mental, sensible, físico y espiritual. Son en esencia las siguientes:

- Prácticas para el desarrollo del pensamiento: son evidentes en los procesos educativos y de formación.
- Prácticas para el desarrollo del saber científico: remite a facultades cognitivas racionales, intuitivas, imaginativas y lógicas de los individuos. Están presentes en los procesos de investigación y de potenciación del pensamiento.
- Prácticas para la creación y la expresión de facultades estéticas y sensibles: requieren rigurosidad, opción y decisión de los actores. Se materializan en la producción cultural que conjuga lo sensible con la voluntad de crear estéticamente.
- Prácticas para construcción de nuevas relaciones sociales: suponen conocimientos locales y globales sobre la realidad. Nacen de la necesidad de ampliar territorios, conocimientos y representaciones del mundo. Son claves para la dinamización de la cultura porque "oxigenan" lo local y permiten la aparición de actitudes críticas y reflexivas sobre las problemáticas sociopolíticas y socioculturales que se establecen en la relación entre unas sociedades y otras.

Se materializan en procesos de inculturación, transculturación, aculturación y en relaciones interculturales. Potencializan los encuentros intra e interculturales humanos.

- Prácticas de poder: surgen de juegos de dominación, pero también del reconocimiento de la autoridad de Otro por motivos diferentes a los puramente biológicos. Tienen como fin la definición de normatividades complejas propias del ser político del hombre.
- Prácticas para el desarrollo físico corporal: en ellas se enmarcan los deportes, la recreación y todas las actividades lúdicas del ser humano que permiten otros tipos de conocimiento mediados por el cuerpo y las habilidades de éste. Se consideran complejas porque requieren trabajo, voluntad, esfuerzo físico y disciplina.

Como puede verse en lo anterior, cuando se habla de prácticas sociales se está haciendo mención de un concepto amplio. Pero en ese mismo concepto hay dos que son subyacentes y que debemos retomar en nuestro trabajo: la comunicación y la cultura. Prácticas culturales son todas aquellas prácticas complejas que se ocupan de dar sentido a las prácticas sociales cotidianas del hombre. Son también prácticas sociales, pero van más allá de lo cotidiano en tanto buscan comprender el significado simbólico y trascendente de las demás prácticas humanas (Sardar, 2005).

La cultura es lo que al hombre lo hace hombre. No es la sociedad, ni las prácticas sociales simples pues éstas las comparte con otros animales (Debray,1995). La cultura se construye a través de las prácticas complejas y de la reflexión del hombre sobre las mismas. Las prácticas sociales y las prácticas culturales tienen algo en común que desde el principio de este libro hemos tratado de mostrar: las prácticas comunicativas. Sin la comunicación, no hay prácticas sociales y sin éstas, no hay prácticas culturales. Esta es la razón para que en reflexiones como la que actualmente hemos desarrollado sea imprescindible revisar estas prácticas mencionadas.

Tanto el uso como las prácticas sociales con TIC digitales no son una actividad libre de selección y de decodificación e interpretación de mensajes como ocurre con los medios masivos. Más bien, es un proceso de diálogo y no de enunciación/recepción. En ese sentido,



el usuario elige el dispositivo, elige la aplicación que requiere y construye el uso y la práctica de acuerdo con las posibilidades y limitaciones del objeto tecnológico elegido y de sus propios modos de uso (individualización de las prácticas). Esa subjetividad en los modos de uso hace que como investigadores debamos pensar en que son tecnologías que, si bien materialmente están completas y ya creadas, permanecen abiertas como producto según la relación con el usuario. Éste es quien en definitiva construirá el producto final con sus propios *inputs* y modos de utilización.

Y es precisamente esta capacidad de construcción del producto final y la aplicación efectiva e inteligente de las TIC como herramientas de creación cultural y social, lo que permitirán que realmente superemos la Sociedad de la Información y nos insertemos en otra que apunta mucho más al desarrollo sustentable y sostenible: la Sociedad del Conocimiento. En últimas, sin capacidad crítica, sin un uso social crítico y consciente de la tecnología, sin un aporte creativo a los procesos de investigación, de producción cultural, de producción tecnológica, de trabajo a favor de una participación efectiva en los procesos de apropiación tecnológica e integración de las tecnologías a la vida cotidiana, es difícil pensar en romper un poco la brecha digital que por el contrario tiende a aumentar si solo nos quedamos con la ilusión de la Sociedad de la Información.

La Sociedad del Conocimiento, la Sociedad de la Comunicación está en parte en nuestras manos. La cuestión es hacernos conscientes del reto que todo esto significa.

# 7. Inquietudes pendientes

El panorama anterior nos invita a hacer una revisión de lo que para nosotros significan los cambios que Internet y las nuevas formas de sociedad contemporáneas implican en términos de cultura, de comunicación y de información.

Lo primero que tenemos que reconocer es que en América Latina el tema de la Sociedad de la Información (y de algún modo, el de la Sociedad del Conocimiento) tiene una imagen positiva y esperanzadora que no deja de caer por momentos en la utopía, de ser una especie de solución a muchos de nuestros problemas socioculturales. Tal vez sería preciso dejar que las tecnologías y los nuevos paradigmas de sociedad ocupen su lugar y se vean con ojos más críticos, al menos desde la academia y desde los encargados de analizar los medios.

Lo segundo es que vale la pena darle una mirada a la calidad con la que la Red y los dispositivos relacionados con ella prestan soluciones a verdaderas necesidades de información, de comunicación, de expresión y de servicios que se supone motivan su desarrollo. ¿Hasta dónde lo que circula en el ciberespacio responde a nuestras verdaderas necesidades sociales e individuales? ¿Hasta dónde hacemos

parte activa de esa sociedad del Conocimiento poniendo en juego nuestra posición como usuarios y como seres políticos copartícipes de un bienestar social? ¿Cómo es la calidad de la información que se presenta en la web? ¿Qué hacemos para intervenir en ella, para mejorarla, para criticarla, para darle criterios de uso y apropiación? ¿Qué herramientas de comunicación, qué lazos, qué posibilidades de contacto y de intercambio plantean realmente nuestros espacios en la red? ¿Motivan a la comunicación? A cuál comunicación: ¿a una comunicación informativa y funcional o a una comunicación de verdadera co-construcción y participación? ¿Cuántas comunidades virtuales funcionan en nuestro país, con qué compromisos y con qué profundidad han sido establecidas? ¿Cómo funcionan, qué tipo de lazos crean? ¿Cuánto han modificado la cultura? ¿Bajo qué características socioculturales se presentan en el ciberespacio? ¿Qué buscan expresar? ¿Qué mecanismos de expresión se perciben en la Red? Estas y muchas otras preguntas sobre la relación entre Internet, Sociedad de la Información y del Conocimiento podrían plantearse desde la comunicación.

Las preguntas sobre los aspectos sociales y culturales también abundan. El problematizar sobre el tema permitiría cambiar la postura frente al asunto de las tecnologías de información y de comunicación en aras del conocimiento. Problematizar en estos casos no es pensar en ellas como algo diabólico ni como una nueva dominación; es simplemente contribuir con el objetivo de situar a las tecnologías digitales en el lugar preciso, ni más ni menos. No son la panacea, no son tan transparentes como a veces se cree; tampoco son un instrumento que deba satanizarse como ha sucedido con otras TIC en otros momentos. Es contextualizarlas y darles la oportunidad de la incorporación a la cultura. "Un sistema de comunicación de gran público es mucho más que un problema de cubrimiento o de cantidad de usuarios. Es un problema que lleva a una teoría de la cultura, a un análisis de las relaciones entre la política, la cultura y la técnica en el seno de la democracia" (Wolton, 2000) y eso es precisamente uno de los puntos para comprender a Internet y todo lo que éste implica en nuestro medio.

Lo tercero, puesto que estamos en un mundo donde ha cobrado especial valor la comunicación como patrimonio teórico, es preciso



evitar reducir la reflexión sobre las tecnologías de información y de comunicación a las mutaciones de los sistemas técnicos, la infraestructura y la descripción de su utilización. Pensar en términos de comunicación implica reflexionar la lógica de los intereses, de las desigualdades, de los mecanismos de poder. No es posible quedarse con una idea de progreso simplemente por el cambio de una tecnología a la otra. Lo técnico no basta para entender la comunicación. Ésta es interacción, compromiso individual y colectivo, es saberse usuario y al mismo tiempo creador y constructor de las relaciones establecidas, es ver tanto el componente social y humano como el componente técnico y la visión, percepciones y opiniones de esa técnica dentro del intercambio social y su inserción en la cultura. De allí que hablar de cibercultura y de sociedad de conocimiento emergente en términos de comunicación y de información, requiera ciertas luces.

Indagar por la Cibercultura y por el Conocimiento colectivo desde su relación con lo comunicacional y con lo informativo implica plantearse interrogantes sobre la adecuación de las formas éticas y estéticas de ambos (cultura y conocimiento) y de sus dispositivos tecnosociales. En otras palabras, es reconocer cómo se da la construcción del mundo a partir de la existencia de lo real-actual y lo virtual, de la cultura en potencia y la cultura vigente, del conocimiento y de las múltiples (o casi infinitas formas) de éste en los términos actuales. Lo ético y lo estético no son lo mismo en un mundo tangible y sensible que en un mundo que sólo puede ser actualizable a partir del uso de la tecnología. Los mundos virtuales son variados, pueden ser limitados y editorializados o pueden ser en red, indefinidos y abiertos. "Estar dentro" y "estar fuera" cobran un sentido especial que va más allá del uso de claves simbólicas y toca lo religioso, lo afectivo y el comportamiento moral. Exclusión e inclusión están presentes en forma permanente dentro de la Red, no solo gracias a Internet, sino a la convergencia mediática.

¿Cómo comprender los comportamientos éticos y lo estético en un mundo donde la variabilidad puede ser constante? ¿Cómo vivirlos cuando se está fuera del mundo virtual si pueden ser hasta cierto punto opuestos a los dictados por el mundo actual sensible y tangible? ¿Cómo debe cambiar la regulación de ese dentro y ese fuera

estando en la web? ¿Cómo debe cambiar cuando se está fuera de la web? El ciberespacio es hoy por hoy un lugar de comunicación, de transacciones económicas, de aprendizaje, de diversión, de socialización. ¿Cómo pensar la normatividad en un espacio que tiende a ser anárquico, liberalizante y contrario a cualquier tipo de límite o de censura?

Lo comunicacional y lo informativo tienen también una relación especial con lo estético a partir de la ciberlectura y la ciberescritura. Las nuevas formas sensibles implican otro tipo de codificación y de decodificación múltiple que va más allá de las lenguas, las imágenes y los sonidos. Lo multimediático nos lleva a preocuparnos por esas nuevas formas sensibles y sus influencias con los procesos de aprendizaje, pero también con lo puramente comunicativo e informativo: todo mensaje o información en los sistemas electrónicos tiende a ser multimodal y multisensorial, ¿cómo estar preparados para responder a los requerimientos de la ciberlectura y la ciberescritura? ¿Cómo se ve modificado el acto de comunicación y el intercambio informativo a partir de esos nuevos modelos que no solo juegan con las cartas de la estética sino también con las de la percepción, lo cognitivo y psicolingüístico?

"La cibercultura permite una actualización de los esquemas sociales por la vía de las comunidades y grupos de interés, una actualización de los esquemas cognitivos por medio de la creación colectiva y la co-construcción permanente de la información, de lo artístico y de todo lo que implique el conocimiento, y una actualización semiótica a partir de la utilización de los hipertextos y la infinita gama de simbologías que se renuevan, se modifican, se superponen dentro del metamundo virtual de la web" (Lévy, 1997).

Y en esa metamorfosis permanente, el flujo de la información y la posibilidad de recrear actos comunicativos es clave para cualquier transformación. ¿Cómo responder a esas necesidades de cambio icónico, musical y lingüístico? En nuestro campo profesional, que es precisamente la información y la comunicación, ¿cómo debemos estar preparados? Adicionalmente, la web nos presenta otras alternativas para la vida diaria que no dejan de entrar en lo cibercultural: la renovación constante de los saberes y del saber-hacer, el teletrabajo



y el uso de la intranet y las nuevas tecnologías intelectuales (bases de datos, hiperdocumentos, archivos digitales de uso colectivo, inteligencias artificiales de simulación y de modelización, etc.). La pregunta sigue siendo válida: ¿cómo prepararnos? Porque esto no solo implica el acceso a la información, sino adaptarse a nuevos estilos de razonamiento y de conocimiento.

Un último campo de problematización: la relación de estas sociedades de la Información y del Conocimiento tiene que ver con los procesos de formación de la opinión pública dentro y fuera del ciberespacio. Hay una pregunta que ronda desde hace algún tiempo por las mismas páginas de la web: ¿el ciberespacio es la nueva ágora o el nuevo panóptico de la sociedad? Los conflictos de intereses, la falta de regulación en el ciberespacio, los primeros intentos de reglamentación son todavía asuntos polémicos. El punto de vista de los economistas, el de los comerciantes, el de los jefes de Estado y el de los defensores del "bien público y la libertad" se contraponen hasta en lo más mínimo. Un ejemplo es el ya no tan reciente caso de Napster y de otros fenómenos de interacción *peer to peer.*

Este último tema puede motivar más de una búsqueda desde lo comunicacional: ¿cómo luchar contra las utopías de la comunicación que niegan las diferencias de intereses y de poder existentes en Internet? ¿Cómo huir de la simplicidad de quienes piensan que los fracasos en materia de comunicación y conflicto de hoy se resolverán con los cambios tecnológicos de mañana? ¿Cómo abordar más profundamente el papel de los públicos usuarios en los procesos de participación política que se llevan a cabo a través de Internet? ¿Podemos hablar de consumidores o de ciudadanos en términos de información y comunicación política del ciberespacio? Con las amplias formas de interacción que la Red permite, ¿cómo replantear en nuestro entorno cercano el tema de la participación y de la construcción colectiva de lo ciudadano? ¿Es posible en nuestro contexto latinoamericano la ciberdemocracia en toda su extensión?

La importancia histórica de la comunicación durante estos dos siglos en los contextos más diferentes y dispares nos lleva a comprender la imposibilidad de reducir la comunicación a lo que pasa hoy en día con las nuevas tecnologías, pero nos motiva a no dejar pasar este

momento histórico sin analizarlo, sin tomar conciencia de lo que pesa el factor comunicación en el uso de esas tecnologías. Y como el contexto, ese espacio y tiempo influyen en la relación entre la tecnología y la sociedad, no podemos dejar de mirar nuestro alrededor, hacernos las preguntas pertinentes desde nuestro entorno más cercano.

De allí que insistamos en lo siguiente:

- La relación entre comunicación y cultura implica pensar las tecnologías y los sistemas de comunicación y de información pero necesariamente la reflexión científica debe ir más allá: debe plantear, además, la comprensión de las relaciones entre los individuos y entre éstos y la sociedad.
- Pensar la comunicación desde la ideología de la técnica nos ha llevado en muchos casos a asumir que los medios tradicionales y los nuevos medios se superponen o se substituyen. La verdad es otra: ningún nuevo medio ha sustituido al anterior, más bien se han complementado y se han modificado desde su uso e inserción social. Con las tecnologías digitales de la comunicación y de la información puede pasar otro tanto: muy seguramente complementarán y modificarán el uso de las tradicionales, pero lo que las hará diferentes será la calidad en cuanto a lo comunicacional. Son los principios y valores que se asuman de lo que es comunicación humana y social lo que hará que una tecnología sea más coherente con la sociedad y por tanto más eficiente que otra. Des-tecnificar la comunicación (y que valga el neologismo), implica humanizarla y socializarla relativizando la ideología técnica.
- En el caso de la Sociedad de la Información, la comunicación y el conocimiento, aunque el cambio técnico y tecnológico no conlleva siempre un cambio en las teorías de la comunicación, bajo las condiciones en que se presenta lo cibercultural vale la pena revisar, analizar y estructurar una reflexión que siente bases teóricas sobre las modificaciones en que se insertan las técnicas y, simultáneamente, los cambios que éstas producen en terrenos como el ético, el estético, el cognitivo, el político y el psicolingüístico, por ejemplo. Las teorías de la comunicación se han convertido en el punto central de los estudios antropológicos contemporáneos. Y es que las reflexiones sobre la comunicación nunca son cuestiones simples: ellas condensan una inmensa variedad de interrogantes filosóficos, sociales y antropológicos de la sociedad.
- Lo último por recalcar: las tecnologías digitales de la comunicación y de la información deben ubicarse en la larga historia de las tecnologías, el hecho de que se piensen como algo diferente y singular puede deshumanizar la sociedad en que han tenido origen. Son uno más de los eslabones en la historia del hombre, pero no El eslabón. Del mismo modo, hay que hacer diferencia entre cibercultura y globalización y entre éstas y la utopía de una única cultura universal. No son lo mismo aunque haya elementos que se crucen en sus definiciones.



## A modo de conclusión

De la comunicación se habla mucho. Los discursos políticos y técnicos relacionan fuertemente la comunicación y la cibercultura pero el silencio teórico sobre lo que esta relación implica es notorio. Es triste decirlo pero la mayoría de los que hablan de comunicación en esos casos, incluso alguno que otro líder de los medios, no se ha interrogado ni ha investigado al respecto. La palabra "comunicación" parece, pues, haber perdido sentido. Y no podemos llegar a eso.

Las tecnologías digitales de la información y de la comunicación y particularmente los fenómenos sociales, políticos, culturales e incluso económicos que aportan la cibercultura, los fenómenos de la Red y en la Red y las nuevas opciones de pensar el conocimiento, nos abren el espacio, nos dan la oportunidad -una más que no podemos desperdiciar- para que nosotros, comunicadores, pensemos de lleno la comunicación. Las inquietudes están ahí, al alcance de la mano, bajo el teclado del computador, en cualquier pantallazo del proceso de navegación que a veces emprendemos por motivos personales. Solo es necesario empezar a organizar las ideas y encontrar una de tantas problemáticas posibles para investigar y, por qué no, teorizar sobre el tema.

# Bibliografía

## Libros :


BRETON, Philippe. *La tribu informatique. Enquête sur une passion moderne*. Paris: Éditions Métaillié, 1990. 187 pp.

BRETON, Philippe et PROULX, Serge. *L'explosion de la Communication*. Paris: La Découverte, 2006. 382 pp.

BRIGGS, Asa et BURKE, Peter. *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Santafé de Bogotá: Taurus, 2002. 425 pp.

CABIN, Philippe (compilateur). *La Communication. Etat des savoirs*. Paris: Editions Sciences Humaines, 1998. 462 pp.

CASACUBERTA, David. *Creación Colectiva. En internet el creador es el público*. Barcelona: Gedisa, 2003.

CASTELLS, Manuel. *La Era de la Información. Tomo I: La Sociedad en Red, Tomo II: El poder de la identidad y Tomo III: Economía, sociedad y cultura.* México: Siglo XXI editores, quinta edición 2006.

CERTEAU, Michel. La invención de lo cotidiano. México: Universidad Iberoamericana, 1999.

CHAMBAT, Pierre (Dir). *Communication et lien social. Usages des machines à communiquer*. Paris: Editions Descartes, 1992. 290 pp.

DEGENNE, Alain y FORSÉ, Michel. *Les réseaux sociaux*. Paris: Armand Colin, 1994. 288 pp.

DELGADO, Juan Manuel et GUTIÉRREZ, Juan (Coordinateurs). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*. Madrid: Ed. Síntesis Psicología, 1998. pp. 287-316 et 427 -463.

DELGADO RUIZ, Manuel. *Ciudad líquida, Ciudad interrumpida*. Medellín: Universidad Nacional, Sede Medellín, 1999. 192 pp.

DERTOUZOS, Michel L. *Qué será. Cómo cambiará nuestras vidas el nuevo mundo de la informática*. Bogotá: Planeta, 1998. 428 pp.

DUBAR, Claude. *La Socialisation. Construction des identités sociales et professionnelles*. Paris: Ed. Armand Colin, 1991.

FLICHY, Patrice. *Une histoire de la communication moderne. Espace public et vie privée*. Paris: La Découverte, 1991. 281 pp.

----------. *Les Industries de l'imaginaire. Pour une analyse économique des médias*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 2ème édition, 1991. 275 pp.

----------. *L'imaginaire d'Internet*. Paris: La Découverte, 2001. 272 pp.

FORESEEN. *Les Screenagers*. Ed. Plon. S.D. P. 11- 141.

GUICHARD, Eric (Dir.) *Comprendre les usages de l'internet*. Paris: Presses de l'École Normale Supérieure, mai, 2001. 262 pp.

JAILLIER CASTRILLÓN, Érika. *Internet : ¿Alternativa de socialización para los jóvenes en Colombia ?* Tesis doctoral presentada para optar al título de Doctor en Ciencias de la Información y de la Comunicación, Universidad Stendhal Grenoble 3, Francia, 2006.

JEANNERET, Yves. *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?* Villeneuve d'Ascq (Nord) : Presses Universitaires du Septentrion, 2000. 135 pp.

KERCKHOVE, Derrick. *La piel de la Cultura. Investigando la nueva realidad electrónica*. Barcelona: Gedisa, 1999. 254 pp.



----------. *Inteligencias en conexión. Hacia una sociedad de la web*. Barcelona: Gedisa, 1999. 247 pp.

LEUNG, Linda. *Etnicidad virtual*. Gedisa.

LÉVY, Pierre. *Cyberculture*. Paris: Odile Jacob, 1997. 313 pp.

----------. *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberespace*. Paris: La Découverte, 1994.

----------. *Cibercultura*. México : Universidad Autónoma Metropolitana y Anthropos, 2007.

LÓPEZ CATALÁN, Óscar y otros. *Paseando por la ciberciudad: tecnología y nuevos espacios urbanos*. Barcelona: UOC, 2006.

LOSADA VÁSQUEZ, Ángel; PLAZA SÁNCHEZ, Juan F.; HUERTA, Miguel A. (Coordinadores). Comunicación, Universidad y Sociedad del Conocimiento. Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca. 2006.

MAFFESOLI, Michel. *Le temps des tribus*. Paris: La Table Ronde, 1988. 328 pp.

MAINGUENEAU, Dominique. *Analyser les textes de Communication*. Paris, Nathan/Her, 2000. 211 pp.

MAYANS I PLANELLS, Joan. *Género Chat. O cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Barcelona: Gedisa, 2002.

MC LUHAN, Marshall. *Pour comprendre les médias*. Paris: Le Seuil, Collection Essais, 1968. 404 pp.

MIÈGE, Bernard ; PAJON, Patrick ; SALAUN, Jean-Michel. *L'industrialisation de l'audiovisuel. Des programmes pour les nouveaux médias*. Paris: Aubier, 1986. p 59 – 99.

MIÈGE, Bernard. *La Société Conquise par la Communication*. Volume 1 et 2. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 1989. 226 pp.

----------. *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 2000. 120 pp.

----------. Communication personnes systèmes informationnels. Paris: Hermès Lavoisier, 2003. 196 pp.

----------. *L'information – Communication, Objet de connaissance*. Bruxelles: De Boeck & Larcier, 2004. 248 pp.

MOLINER, Pascal (Dir). *La dynamique des représentations sociales*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 2001. 303 pp.

MOLINER, Pascal; RATEAU, Patrick y COHEN-SCALI, Valérie. *Les Représentations sociales. Pratiques des études de terrain.* Rennes: Presses Universitaires de Rennes. Collection Didact. de Psychologie Sociale, 2002. 230 pp.

MOSCOVICI, Serge (Dir.). *Psychologie Sociale*. Paris: Presses Universitaires de France, 1984. 620 pp.

MORENO, Isidro. *Musas y Nuevas Tecnologías*. Paidós.

PAJARES DE TOSCA, Susana. *Literatura Digital*. Universidad de Extremadura, 2004.

PARDO, Laura y NOBLIA, María Valentina. *Globalización y Nuevas Tecnologías. Editorial Biblos, 2000.*

RENNINGER, Ann y SHUMAR, Wesley. *Building virtual Communities. Learning and change in Cyberspace*. Nueva York: Cambridge University Press, 2002.

RHEINGOLD, Howard. *La Comunidad Virtual*. Barcelona: Gedisa, 1996.

RIFFIEL, Rémy. *Sociologie des médias*. Paris: Ellipses, 2001. p. 147-167.

ROGEL, Thierry. *Le Changement social contemporain*. Ed. Bréal, 2003. 128 pp.

SALAVERRÍA, Ramón. Cibermedios. Comunicación Social Universidad de Sevilla.

TIRADO SERRANO, Francisco y DOMENECH I ARGEMI, Miguel (Editores). *Lo social y lo virtual. Nuevas formas de control y transformación social*. Barcelona: UOC, 2006

VETTRAINO-SOULARD, Marie-Claude. *Les enjeux culturels d'Internet*. Paris: Hachette, 1998. P. 3-143.

VIRILIO, Paul. *El cibermundo, la política de lo peor*. Madrid: Cátedra, Collection Teorema, 1999. 114 pp.



WENGER, Etienne. Communities of Practice. Learning, Meaning and identity. N.Y: Cambridge University Press, Segunda edición, 2002.

WOLTON, Dominique. Internet, Petit manuel de survie. París: Flammarion, 2000.

## Revistas:

AKRICH, Madeleine. «*Technique et médiation*». Dans: Réseaux N° 60, juillet – Août 1993. p. 87 – 98.

AGOSTINELLI, Serge. «*Développement durable des usages aux outils de communication*». Texte des Colloques *Enjeux et Usages des TICS. Aspects Sociaux et Culturels*. Université de Bordeaux III, Presses Universitaires de Bordeaux, 22 – 24 septembre 2005. p. 199 – 205.

CANDEL, Étienne. «*L'Imaginaire du portail: le cas de Rezo.net*». Dans: *Communication et Langages*, N° 146, décembre 2005. p. 19 – 34.

CANEVACCI, Massimo. «Etnografía Web e identidades avatar». Dans: Nómadas N° 21, octobre 2004. Santafé de Bogotá : Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos, Universidad Central y Compensar, 2004. p. 138 – 151.

CAUQUELIN, Anne. «*Mots et mythes du virtuel*». Dans: Quaderni N°26, Eté, 1995. P. 67-76.

CHAMBAT, Pierre. «*NTIC et Représentations des usagers*». Dans les actes de: *Médias et Nouvelles Technologies. Pour une socio-politique des usages*. Sous la direction de VITALIS, André. Rennes: Editions Apogée, 1994 (a). p. 45 – 60.

CHAMBAT, Pierre. «*Usages des technologies de l'information et de la Communication (TIC): évolution des problématiques*». Dans : Technologies de l'Information et Société, Vol. 6, # 3, 1994 (b). p. 249 -270.

CONSTANZA, Jean-Louis et GARCIA ALVEZ, Ignacio. «*L'évolution de l'internet. Mythes et réalités*». Dans: MédiasPouvoirs, 2005. p. 35 – 46.

COTTE, Dominique. «*Tout peut- il être média ?*». Présentation du Dossier du même nom. Dans: *Communication et Langages*, N° 146, décembre 2005. p. 35 – 40.

ECKERT, Roland. «*Technologie des sentiments: La vidéo érotique et autres écrans*». Dans: GRAS, Alain; JOERGES, Bernward et SCARDIGLI, Victor. *Sociologie des techniques de la vie quotidienne*. Paris: L'Harmattan, 1992. p. 171- 182.

ELIZALDE, Luciano. *«Los jóvenes y las tecnologías de la comunicación y de la información. Hacia una etnografía de los entornos mediáticos».* Dans: Revista de Estudios de Comunicación ZER. Universidad del País Vasco. Novembre, 1998. P.121-155.

HARVEY, Pierre-Léonard. *«Du besoin de socialisation à la socialisation des besoins».* Dans: *Cyberespace et Communautique*. Presses Universitaires de Laval, Québec, 1995.

HAUCH, Valérie. «*Présentation de soi et expertise dans les réseaux informatiques*». Dans: «*Communication, Société et Internet*». Paris: L'Harmattan, 1998. p. 105 – 119.

JAVEAU, Claude. «*La socialisation du monde informatique: la rencontre jeunes enfants – ordinateurs dans la vie quotidienne*». Dans: GRAS, Alain; JOERGES, Bernward et SCARDIGLI, Victor. *Sociologie des techniques de la vie quotidienne*. Paris: L'Harmattan, 1992. p. 61 – 67.

JEANNERET, Yves et SOUCHIER, Emmanuël. «*La communication médiatisée est-elle un ''usage'' ?*». Dans: Communication et Langages, N° 132, juillet 2002. p. 5 – 27.

JEANNERET, Yves et OLLIVIER, Bruno. «*Introduction. Champ scientifique et enjeux sociaux*». Dans: Hermès, n° 38, 2004. p. 172 – 174.

JOUET, Josiane. «*Nouvelles techniques: des formes de la production sociale*». Dans: *Technologies de l'information et Société*. Vol. 1, # 3, 1989. Presses de l'Université de Quebec. Société Québécoise de Communication et de Recherche en Informatique et Association Technologies de l'Information et Société (Communauté Française de Belgique). P. 13 - 33.

JOUET, Josiane. «*Pratiques de communication: figures de la médiation*». Dans: Réseaux N° 60, juillet – Août 1993. p. 99 – 122.

JOUET, Josiane. «*Retour critique sur la sociologie des usages*». Dans: Réseaux n°100. CNET/Hermès, 2000. p. 487 -521.

LE MAREC, Joëlle. «*L'analyse des usages en construction: quelques points de méthode*». Dans le livre: GUICHARD, Eric. *Comprendre les usages de l'internet*. Paris: Éditions Rue D'Ulm, mai 2001. p. 146 – 155.



LE MOIGNE, Jean – Louis. «*Communication, information et cultures: Le plus étrange des problèmes…*» Dans: *Technologie de l'Information et Société*. Vol 1, # 2, 1989. Presses de l'Université de Québec. P. 9 – 33.

LIVINGSTONE, Sonia. *«Les jeunes et les nouveaux médias»*, Dans: Réseau n° 92-93. Paris, 1999. P. 105-132.

MALLEIN, Philippe et TOUSSAINT, Yves. «*Diffusion, médiation, usages des TIC*». Dans: *Culture Technique*, N° 24, Centre de Recherche sur la Culture Technique, 1992. p. 219 – 226.

MALLEIN, Philippe et TOUSSAINT, Yves. «*L'intégration sociale des technologies d'information et de communication: Une sociologie des usages*». Dans: *Technologies de l'Information et Société*. Vol. 6, # 4. DUNOD, 1994. P. 315 -335.

OLLIVIER, Bruno et THIBAULT, Françoise. «*Technologies, éducation et formation*». Dans: Hermès, n° 38, 2004. p. 191 – 197.

PERRIAULT, Jacques. «*Le cheminement de l'usage au cours du temps*» Dans: GRAS, Alain ; JOERGES, Bernward et SCARDIGLI, Victor. *Sociologie des techniques de la vie quotidienne*. Paris: L'Harmattan, 1992. p. 31-44.

PERRIAULT, Jacques. «*Le numérique: une question politique*». Dans: Hermès, n° 38, 2004. p. 183 – 189.

PERRIAULT, Jacques et JUANALS, Brigitte. «*Les Systèmes d'information en milieu désorganisé: pour une mobilisation de ressources en ligne dans des situations d'urgence*». Texte des Colloques *Enjeux et Usages des TICS. Aspects Sociaux et Culturels*. Université de Bordeaux III, Presses Universitaires de Bordeaux, 22 – 24 septembre 2005. p. 21 – 37.

POSTER, Mark. *«Virtual Ethnicity: Tribal Identity in an Age of Global Communications».* Dans le livre: JONES, Steven. *Cybersociety*. Londres: NMC, Sape, 1998. P. 184-211.

PRONOVOST, Gilles. «*Médias: éléments pour l'étude de la formation des usages sociaux*». Dans: *Technologies de l'Information et Société*. Vol. 6, # 4. DUNOD, 1994. P. 377 – 400.

PROULX, Serge. «*Penser les usages des technologies de l'information et de la communication aujourd'hui: Enjeux – Modèles – Tendances*». Texte de la Conférence inaugurale des Colloques *Enjeux et Usages des TICS. Aspects Sociaux et Culturels*. Université de Bordeaux III, Presses Universitaires de Bordeaux, 22 – 24 septembre 2005. p. 7- 20.

RUEDA ORTIZ, Rocío. «*Tecnocultura y sujeto cyborg: esbozos de una tecnopolítica educativa*». Dans: Nómadas, N° 21, octobre 2004. Santafé de Bogotá: Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos, Universidad Central y Compensar, 2004. p. 70 – 81.

SANTERRE, Lise. «*La formation des usagers de la micro-informatique domestique: le rôle des consommateurs*». Dans: *Technologies de l'Information et Société*, Vol. 2, N°2, 1989. Presses de l'Université de Québec. P. 71 – 83.

SCARDIGLI, Victor. «*Déterminisme technique et appropriation culturelle: l'évolution du regard porté sur les technologies de l'information*». Dans: *Technologies de l'Information et Société*. Vol. 6, # 4. DUNOD, 1994. P. 299 – 314.

VEDEL, Thierry. «*Sociologie des innovations technologiques et usagers: Introduction à une socio-politique des usages*». Dans les actes de: *Médias et Nouvelles Technologies. Pour une socio-politique des usages*. Sous la direction de VITALIS, André. Rennes: Editions Apogée, 1994. P.13-34.

VITALIS, André. «*La part de citoyenneté dans les usages*». Dans les actes de: *Médias et Nouvelles Technologies. Pour une socio-politique des usages*. Sous la direction de VITALIS, André. Rennes: Editions Apogée, 1994. p. 35 – 43.

VITALIS, André. «*Contrôle politique et démocratisation des technologies nouvelles*». Présenté dans le Séminaire Sur la Démocratie Electronique, Sénat, Palais de Luxembourg, Paris, 23 et 24 mars, 1995. 18 pp.

PAQUIENSEGUY, Françoise. «*La formation des usages à l'Ere des TIC numériques*». Conférence présenté dans les colloques «*Enjeux et Usages des TICs: Aspects sociaux et culturels*». Université Bordeaux III, 2005.

## Web :

BERNÁRDEZ, Asun. *El cuerpo obsoleto. Mujer y cibercultura* <http://www.ucm.es/info/per3/profesores/abernardez/pdfs/mujer_y_cibercultura.pdf>

CAMPOS GARCÍA, José Luis. *Comunicación, comunidades y prácticas culturales en la cibercultura* En: Razón y Palabra. N°27.Universidad de Sevilla, España, 2009.



<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n27/jlcampos.html>

FEDERACIÓN COLOMBIANA DE MUNICIPIOS Y GTZ. *Gobierno electrónico local e inclusión digital.*2006. Texto en PDF. <http://74.125.47.132/search?q=cache:YU8lev_Cy0UJ:www.fcm.org.co/es/load.php/uid%3D0/leng%3Des/0/imagenes/INF_GES_FCM_07.pdf+FEDERACI%C3%93N+COLOMBIANA+DE+MUNICIPIOS+Y+GTZ.+Gobierno+electr%C3%B3nico+local&cd=7&hl=es&ct=clnk&gl=co>

HAMMAN, Robin. *Introduction to Virtual Communities Research and Cybesociology*. http://www.cybersociology.com/files/2_1_hamman.html

HARRIS, Louis. *European governance and cyberdemocracy.* 30 January 2001

<http://www.louis-harris.fr/version_f/autres_s/accueil.htm#>

KACZMARCZYK, Andrzej. *Cyberdemocracy ante portas.* Institute of Mathematical Machines, Warsaw. 2003. < http://www.min-pan.krakow.pl/PTI-MAZ/Archiwa/archiwum.2004-01/msg00005.html>

LÉVY, Pierre. « *Sur les Chemins du Virtuel* ». [Libro en línea]. Consultado en 2003. Disponible sur : <http://hypermedia.univ-paris8.fr/pierre/virtuel/virt0.htm>

MAJO CRUZATE, Joan. Conferencia presentada en la UOC, Madrid, 2002. [En línea] http://www.oei.es/salactsi/conodoc.htm

MARTÍNEZ GUIRAO, Javier Eloy. *Repercusiones culturales del fenómeno de Internet. Una aproximación desde la Antropología. CULTURA & POLÍTICA @ CIBERESPACIO. 1er Congreso ONLINE del Observatorio para la CiberSociedad.* 9-22 de septiembre de 2002. [Disponible en línea]. <http://www.cibersociedad.net/congreso/comms/gx7martguirao.htm>

MILLERAND, Florence. *Usages des NTIC: les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation* (1ère partie). Commposite.1998. [Disponible en línea] <http://commposite.org/v1/98.1/articles/ntic_1.htm>

MILLERAND, Florence. *Usages des NTIC: les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation* (2ème partie). Commposite. 1999. [Disponible en línea] < http://commposite.org/v1/99.1/articles/ntic_2.htm>

Universidad Pontificia Bolivariana

**SU OPINIÓN**

Para la Editorial UPB es muy importante ofrecerle un excelente producto.
La información que nos suministre acerca de la calidad de nuestras publicaciones será muy valiosa en el proceso de mejoramiento que realizamos.
Para darnos su opinión, comuníquese a través de la línea (57)(4) 3544565
o vía correo electrónico a editorial@upb.edu.co
Por favor adjunte datos como el título y la fecha de publicación, su nombre, correo electrónico y número telefónico.

Esta obra se publicó en archivo digital
en el mes de mayo de 2020.

Las reflexiones que se entregan aquí surgen en parte de los estudios realizados durante la formación doctoral, pero también de algunas experiencias y comprensiones personales de los temas en cuestión. Están concebidos principalmente para el público de los pregrados en comunicación con los que trabaja la autora, aunque retoman algunos aspectos de cursos trabajados en posgrados.
Se ponen ahora a consideración de los lectores con el secreto propósito de que más adelante sean controvertibles o, al menos, promuevan la discusión sobre temas que durante 10 años, han estado en el horizonte de las ciencias sociales y humanas.

ISBN: 978-958-764-132-5
9 789587 641325

ISBN: 978-958-764-807-2
https://repository.upb.edu.co/