

## INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA PARA NUEVAS COMPETENCIAS EN ENTORNOS MEDIÁTICOS DIGITALES

**María de la Luz Casas Pérez**

[marilu.casas@itesm.mx](mailto:marilu.casas@itesm.mx)



Cuenta con una maestría en Comunicación por la Universidad de McGill en Montreal, Canadá y un doctorado en Ciencia Política por la Universidad Nacional Autónoma de México. Como investigadora ha recibido la distinción como investigador nacional, nivel II del Sistema Nacional de Investigadores, y pertenece a distintas asociaciones nacionales e internacionales de investigadores de la comunicación. Es autora de numerosos artículos, capítulos de libros y libros entre los que se encuentran: “Medios de Comunicación y Libre Comercio” (Trillas, 2000) y “Políticas de Comunicación en América del Norte” (Limusa, 2006). Sus trabajos más importantes se ubican en el área de la comunicación política, las políticas públicas en la comunicación audiovisual y las telecomunicaciones, la sociedad de la información y más recientemente en el desarrollo de e-competencias para los nuevos medios. Actualmente es profesora del Departamento de Humanidades, Arte y Diseño del Tecnológico de Monterrey Campus Cuernavaca.

## Resumen

El presente trabajo se enmarca dentro del objetivo de reflexión para esta publicación que consiste en analizar los vínculos entre la investigación científica sobre comunicación y la aplicación de soluciones a la práctica social. Nuestro propósito es abordar la necesidad de replantear los alcances de la investigación debido a las condiciones de transformación de los medios de comunicación a la luz de la convergencia digital. Nuestra preocupación radica además en la necesidad de generar nuevas metodologías de análisis para el estudio de las competencias tecnológicas que están siendo desarrolladas por las nuevas generaciones, así como la necesidad de articular mecanismos de acción estratégica entre los diferentes sectores de la sociedad a fin de atender, desde una política de desarrollo y evolución cultural a la brecha digital que se provocará como consecuencia de lo anterior.

Por ello, en este trabajo nos daremos a la tarea de: reflexionar sobre la naturaleza de la tecnología, los mecanismos de apropiación, distribución y consumo de la tecnología, particularmente entre las generaciones más jóvenes, y por último propondremos un esquema de articulación que nos permita afrontar algunos de los retos sociales, políticos y culturales que se avecinan a fin de abordarlos desde la investigación estratégica aplicada

**Palabras clave:** investigación, comunicación estratégica, convergencia, competencias, medios digitales.

## Abstract

The objective for this paper is to analyze the relationship between scientific inquiry in communications and its applications for social practice. Our purpose is to define new goals for research in communication media in their transformation for use due to digital convergence processes. Our main concern being to generate new methodologies for the analysis of new digital skills or competences developed by users and especially by digital natives. Hence, it is our purpose to contribute with some ideas that might bring some light for the design of applied communication strategies with the purpose of attending new phenomena derived from changes in consumption, production and distribution of information through digital media that might generate a digital divide among different sectors in society.

Therefore, in this paper we will reflect upon the role of technology, its mechanisms for appropriation and uses, as well as propose a scheme for the analysis of some of the challenges lying ahead for applied strategic communication to resolve.

**Key words:** research, strategic communication, convergence, competencies, digital media.

## Introducción

Los orígenes de la investigación administrativa en comunicación se remontan a la década de los años treinta, cuando el sociólogo Paul Lazarsfeld fue comisionado, en diversas ocasiones, por las instituciones de medios y del gobierno para llevar a cabo investigación estratégica aplicada. De hecho, la vinculación entre la investigación social y comunicación y su aplicación estratégica encuentra su mejor ejemplo justamente en la oficina de investigación aplicada que se conoció precisamente como el *Bureau of Applied Social Research*<sup>1</sup>. Entre 1940 y 1960 Lazarsfeld desarrolló investigación de campo a fin de determinar la forma en que los medios de comunicación de la época, especialmente la radio, influían en las personas, encontrando que la influencia de los medios disminuía dependiendo de la percepción, el género, la edad, las relaciones con la familia y el grupo de pares, y con la filiación política. Así, los primeros años de la investigación científica en comunicación aplicada arrojó cuatro paradigmas de interpretación: el de los efectos limitados, el modelo institucional, el paradigma crítico y el paradigma tecnológico (Katz, 1987:25-45).

---

<sup>1</sup> Las actividades de investigación de Paul Lazarsfeld dieron inicio en 1937 con el proyecto de investigación de la radio y la creación de la *Office of Radio Research* de la que además de Paul Lazarsfeld eran co directores Frank Stanton y Hadley Cantril. Stanton era ejecutivo de la CBS, mientras que Cantril, experto en psicología social, al igual que Lazarsfeld estaba sumamente interesado en la investigación social aplicada y fue responsable de hacer el primer estudio académico sobre el impacto de la radio a causa del programa de 1938 *La Guerra de los Mundos* de Orson Welles. La oficina de investigación sobre la radio de la Universidad de Princeton recibió un importante financiamiento de la Fundación Rockefeller, y luego se trasladó a la Universidad de Columbia (Morrison, 1978a; Pollack, 1980, en Katz, 1987: 26).

Las primeras décadas de la investigación aplicada responden claramente a los intereses de expansión de las industrias comerciales de medios en los Estados Unidos, pero también a la necesidad de explorar más acerca de los efectos de la propaganda. Ambos propósitos tuvieron como meta fundamental la consolidación del modelo norteamericano.

No es de extrañar entonces que las estructuras de operación, los formatos de producción, las metodologías de evaluación, y en general todos los mecanismos diseñados para el óptimo funcionamiento de la estructura de medios, haya tenido su correlato precisamente en la investigación social aplicada de esas primeras décadas, que además, dio como resultado algunas de las primeras interpretaciones académicas sobre el particular.

Durante décadas, los paradigmas explicativos del papel de los medios desde la óptica funcionalista norteamericana respondieron muy bien a las necesidades de la realidad social, para la explicación de una realidad consolidada con las instituciones, y en los medios, herramientas útiles para hacer más eficiente su funcionamiento.

### **La naturaleza de la investigación aplicada**

Mucho se ha escrito y analizado acerca de los primeros años de la investigación científica norteamericana y particularmente mucho se ha criticado su énfasis inicial en los efectos de la comunicación. Resulta comprensible, sin embargo, el interés desmedido por el impacto de los medios masivos. Todos los recursos conocidos para la época fueron puestos en marcha a fin de conocer más acerca del impacto de las nuevas tecnologías, en este caso la radio. Así por ejemplo destaca el *Lazarsfeld-Stanton Program Analyzer*, máquina que tenía por objeto obtener “evidencias cualitativas” en tiempo real del impacto de los programas de radio en las audiencias. Este ejemplo, por sí solo, retrata de cuerpo entero los intentos de la industria de medios y de la investigación académica por converger en la investigación científica (Levy, 1982:30).

Desde la época de la investigación crítica, Adorno y Horkheimer sancionaron el papel de la investigación científica en comunicación y su papel. Max Horkheimer en especial criticó ácidamente a Paul Lazarsfeld por llevar a cabo lo que llamó *investigación administrativa*, es decir, la investigación que se pone en marcha, no por el interés genuino del conocimiento, sino por atender a las necesidades de un cliente que paga al

investigador por sus servicios<sup>2</sup>. Preocupado por la naturaleza de su investigación, el propio Lazarsfeld definió los alcances de la investigación crítica y la investigación administrativa en comunicación, definiendo a la segunda como aquella que se lleva a cabo con algún tipo de estrategia con el objetivo de llevar a cabo un servicio público o privado, e incluso fue un poco más allá para señalar que, las objeciones que se hacen a la investigación administrativa tiene que ver con su alcance limitado en la atención de problemas simples que emanan de las presiones económicas y sociales de la sociedad contemporánea, cuando que los métodos pueden ser también aplicados para atender los problemas de la comunidad<sup>3</sup>. Por otra parte, si bien el propio Lazarsfeld reconocía la importancia de la reflexión crítica en el análisis de la sociedad contemporánea, también discurrió la imposibilidad para la época, de concretar esfuerzos para la investigación complementaria entre ambos paradigmas (Lazarsfeld, 1972:165).

Durante años, se cuestionó además el énfasis de la investigación en los efectos de los medios. Las diferentes vertientes del pensamiento crítico debatieron acerca de la concepción alienante de los medios, la pérdida de la autonomía y libertad del individuo y la forma en que el paradigma norteamericano desarrollaba sus diferentes modelos para explicar el proceso de la comunicación haciendo énfasis principalmente en sus efectos.

En la última etapa de la investigación funcionalista, mucho se especuló acerca de si el concepto de efecto seguía siendo demasiado conductista para la investigación, y si el énfasis de la investigación debía de trasladarse del medio al receptor, haciendo énfasis en la percepción y trasladando la discusión hacia una concepción más cercana a la adopción y a la interpretación de los contenidos. El propio Katz recuerda sus discusiones originales con Lazarsfeld en relación a incorporar términos tales como “activación”, “conversión” y “reforzamiento”, a fin de explicar mejor lo que estaban observando en los fenómenos de recepción (Katz, 1987:26).

A partir del desarrollo del modelo de los efectos limitados en los años cuarenta, y a pesar de las críticas consecutivas que se desarrollaron en los años posteriores, en las siguientes décadas el resto de la investigación administrativa norteamericana se enfocó hacia el desarrollo de una buena cantidad de metodologías emanadas desde los centros de investigación, las instituciones de medios y las agencias gubernamentales, tendientes

<sup>2</sup> En sus memorias, el propio Lazarsfeld recuerda las críticas de sus colegas que eventualmente reeditaron en la salida de Adorno del proyecto en 1941. Paul F. Lazarsfeld. An episode in the history of social research: A memoir. En: Baily, B and Flemmig, D. (1969). *The Intellectual Migration. Europe and America 1930-1960*. Cambridge: Harvard University Press, p. 342.

<sup>3</sup> Lazarsfeld, P. F. (1972). Administrative and Critical Communications Research. *Qualitative Analysis. Historical and Critical Essays*. Boston: Allen and Bacon Inc, págs. 158-159.

a la medición de aspectos como las preferencias electorales, el rating o los estudios de mercado. En casi todos los casos, la investigación aplicada reciente tuvo como propósito responder a las necesidades cambiantes de las instituciones públicas y privadas que han visto en los medios de comunicación herramientas útiles para llevar a cabo sus fines, sean estos informar, divertir, promover la venta de algún artículo, o bien contribuir a la difusión de información social relevante.

Para Halloran, la gran pregunta relativa a la comunicación social aplicada radica en primer lugar, en su capacidad de responder intelectualmente a la realidad en términos de explicar mejor un fenómeno y en segundo lugar en la posibilidad que tienen los diseñadores de política y los profesionales de los medios de aplicar positivamente sus resultados (Halloran, 1998:1).

El traslado de los métodos de investigación social al contexto latinoamericano tuvo lugar en la década de los sesenta, cuando con la aparición de las teorías sobre el desarrollo, la investigación en comunicación social fue víctima de la fragilidad de las estrategias de los grandes organismos internacionales y de la vulnerabilidad estructural de los países en los que fue aplicada.

Durante varias décadas, especialmente en América Latina los métodos de la investigación social en comunicación tuvieron como propósito desarrollar la región latinoamericana a fin de incorporarla a las naciones más ricas<sup>4</sup>. Los objetivos no siempre se consiguieron. En muchos casos provocaron mayor marginación y subdesarrollo. Para Beltrán, la consigna de la comunicación estratégica aplicada es que ahora es fundamental para lograr el desarrollo con equidad y paz (Beltrán, 1993); por ello es fundamental reconocer hacia dónde ha sido utilizada y cuál es el camino que le queda por recorrer.

Los investigadores de la comunicación social aplicada responden a la necesidad de difundir información estratégica que contribuya a la solución de los grandes problemas nacionales. Su participación, no puede estar articulada exclusivamente con las industrias de medios, o con las instituciones de gobierno, sino que requiere ser instrumentada de manera tal que vincule a todos los actores sociales que participan o contribuyen al desarrollo de la sociedad, ya sea participando directamente en el diseño y la operación

---

<sup>4</sup> De acuerdo con el índice de Conectividad de 2012 dado a conocer por el World Economic Forum WEF, Suecia es el país con mayor conectividad del mundo y Haití con la menor. Según el reporte, en general los países de Latinoamérica y el Caribe se han quedado atrás en el desarrollo de la conectividad y la implementación de tecnologías de banda ancha. WEF (2012). *The Global Information Technology Report*, P. xiii.

de las industrias de la información y la comunicación, o ya sea en su utilización y aprovechamiento.

Hoy en día la comunicación estratégica aplicada tendría que ser cuestionada en términos de su esencia transformadora, de su capacidad para generar conocimiento y proporcionar soluciones a las grandes presiones de la sociedad contemporánea.

### **Un nuevo camino por recorrer**

Así como en las décadas de los treinta y cuarenta la radio entusiasmaba a los pioneros de la comunicación social aplicada como objeto de investigación, ya que reconocían en ella el tremendo potencial de difusión e instantaneidad que transformó a la comunicación de su tiempo, hoy es importante reconocer los cambios y las transformaciones que la tecnología ha traído consigo, no solo a las instituciones de medios, sino también a la vida cotidiana de las personas.

Así como los medios masivos de comunicación produjeron grandes colectividades que respondían de manera aparentemente consensuada a la difusión de los contenidos, así los nuevos medios están produciendo respuestas o como dirían Lazarsfeld y Katz “activaciones” específicas en algunos estratos de la sociedad que responden de manera diferenciada a los contenidos de la nueva industria de medios.

Actualmente no son los medios masivos de comunicación, ahora considerados “tradicionales”, sino los nuevos conglomerados de medios convergentes, estructurados sobre la base de la comunicación digital, los que se encuentran dominando la escena.

Sus usuarios ya no se parecen en nada a los receptores pasivos de los medios, o a las audiencias que buscaban desvincularse del impacto mediático haciendo pensar a los investigadores en los “efectos limitados”. Ni audiencias, ni receptores. Los nuevos usuarios de las tecnologías de información y comunicación son individuos cuyas potencialidades de creación, producción y emisión, no son excluyentes con la recepción. Se trata de usuarios, consumidores, o “pro-sumidores<sup>5</sup>” de información que igualmente pueden elegir ser consumidores pasivos de la comunicación que activos, o como dice Orozco, participantes de la “auto-comunicación-masiva” (Orozco, 2011).

Así como en la década de los sesentas y setentas el nuevo paradigma tecnológico de la comunicación arrasó con la reflexión intelectual para acercarse al medio y no al

---

<sup>5</sup> El término se refiere a la conjunción entre productores y consumidores de la comunicación.

contenido. –el “medio es el mensaje” de Marshall McLuhan, (McLuhan, 1964)-, parece retomar importancia, de forma que en el siglo XXI, la tecnología amenaza nuevamente con arrasarlo todo. Así, las nuevas tecnologías basadas en la computación y en la digitalización, constituyen el transporte de la nueva cultura que, influenciada por el contenido de la comunicación y por la participación activa de los usuarios, abre caminos hacia un nuevo espacio cognitivo y de formas de pensamiento.

### **Nuevas formas de comunicación y utilización de la tecnología**

Katz recuerda que la esencia del paradigma tecnológico recae en la idea de que un medio o una tecnología se caracteriza por ser dominante en la medida en que su uso transforma el orden social, y retoma a otros que como Innis atribuyó al papiro la dominación de Egipto (Innis, 1964); como Einstein que encontró en la imprenta el eco del pensamiento renacentista en la ciencia y en la cultura (Einstein, 1979) o Carey que explicó el desarrollo de la industrialización y el capitalismo gracias a la invención del telégrafo (Carey, 1983). De esta misma manera, el ingreso de una tecnología dominante no solo difunde una ideología y la replica en el mundo conocido, sino que transforma la concepción propia del hombre que la genera (Katz, 87:43).

Numerosos investigadores se han ocupado de preguntarse en qué consiste la relación del hombre con la tecnología y por qué ésta se ha constituido en su fascinación más reciente. Entre ellos se puede contar a sociólogos, psicólogos, antropólogos y también a filósofos. Trabajos como los de Jacques Ellul, una de las influencias más importantes de la escuela McLuhiana<sup>6</sup>, de Neil Postman y otros<sup>7</sup>, nos recuerdan que la fascinación del hombre con la tecnología no es nueva.

En 1954 Ellul publicó un libro que llevaba por título *La Technique ou l'enjeu du Siècle* y fue traducido al español simplemente como *El siglo XX y la técnica. Análisis de las conquistas y peligros de la técnica de nuestro tiempo*. En él, el autor se hace las siguientes preguntas: ¿Qué es lo que está en juego? ¿Qué es lo que pone a consideración la ciencia y la tecnología? ¿Hasta qué punto la técnica nos ha robado de una de las manifestaciones más importantes de la racionalidad humana y nos ha generado nuevas? ¿Cuáles son las implicaciones? A lo largo de su obra el autor responde que entre las características inherentes a toda técnica se encuentran la racionalidad, la artificialidad,

<sup>6</sup> Referente a Marshall McLuhan y a su tradición académica.

<sup>7</sup> Sus más preclaros exponentes son miembros de la Media Ecology Association.



el automatismo, la auto-argumentación, el monismo, la universalidad y la autonomía; características todas que generan un sistema artificial que subordina o elimina lo natural.

El siglo XX reconoció en la tecnología el brazo instrumental de la ciencia y de la técnica, como la articulación excelsa de la racionalidad y del intelecto humano en beneficio de fines más sublimes. La técnica, y por extensión la tecnología representan el resultado de la totalidad de los métodos racionales que permiten la eficiencia absoluta para un período del desarrollo determinado.

Por otra parte, una de las características fundamentales del ser humano es su capacidad de racionalizarlo todo, la tecnología contemporánea lo ha acostumbrado no al ejercicio de la razón, entendida ésta para la modernidad como razón instrumental, sino a la sinrazón de la razón entendida ésta como el fin último de la era postmoderna.

El hombre del siglo XXI es por tanto un ser tecnologizado que depende de la tecnología de comunicación actual para generarse una identidad, colocarla en el mundo y relacionarse con otros. Al convertirse no solo en espectador sino también en partícipe, el ser humano muchas veces resulta víctima de sí mismo; no obstante, al volverse dependiente de ella, el ser humano se ha convertido en sirviente de la tecnología (Ellul, 1960).

Si bien en los años ochenta, poco antes de la explosión que trajo consigo la era digital, el movimiento hacia las “materialidades de la comunicación” hacía referencia a las diferencias de interpretación a los que estaba sujeto el ser humano dependiendo del soporte material físico a través del cual recibía los mensajes (Gumbrecht, 2004:26), al margen del soporte de intercambio, interpretación y materialidad suministrado por los medios, el ser humano era todavía consciente del ejercicio de razonamiento e interpretación necesario para su articulación hermenéutica y de interpretación. No obstante, la reflexión sobre el soporte tecnológico utilizado todavía respondía a la necesidad de preguntarse sobre el fin de la tecnología y sobre sus designios. Hoy en cambio, el cambio tecnológico es tan acelerado, que ya no nos preguntamos acerca de para qué usamos la tecnología o cuáles fueron las condiciones y necesidades originales para su invención y desarrollo. Simplemente nos hemos acostumbrado a que la tecnología funcione, a que determine nuestros ciclos de vida, a que nos indique qué hacer y cuándo hacerlo. El paradigma de la digitalización que Katz había predestinado al suponer que una estructura tecnologizada de medios habría de organizarnos y definir nuestra acción social, está llegando a su materialización (Katz, 1987:30) Las

computadoras, las alarmas electrónicas, los sistemas de mensajería instantánea, todos nos condicionan y nos orientan. Nuestra vida entera se encuentra duplicada en sus registros, nuestra razón de ser se establece bajo la mirada observante y permanente de la tecnología, en la cual la eficiencia no constituye realmente una opción sino una necesidad que se impone a toda actividad humana. La tecnología nos empodera, nos conecta con otros, puede constituirse en un instrumento de poder, dominación o control, que articulada en red incluso aporta a la estructura de legitimación social (Castells, 2009:16).

Si la tecnología del siglo XX, -que por cierto disfrutamos o padecemos ampliamente en el siglo XXI-, es resultante de un hecho irrenunciable: así como las técnicas de las eras precedentes consistieron en remplazar el músculo humano, estamos ahora ante una segunda revolución que consiste en remplazar el cerebro del hombre. Y si la nueva tecnología reemplaza nuestros cerebros a fin de almacenar, ordenar y sistematizar una cantidad de datos nunca antes posibles en la historia de la humanidad, ¿no nos habrá robado también de la capacidad de reflexionar a través de nuestro intelecto?

Quizás sea por eso que la tecnología actual es una tecnología eminentemente de reacción motriz y no de razonamiento. Para utilizarla basta pulsar botones, con el mínimo de esfuerzo posible, y no requiere ningún entrenamiento básico.

La característica de la tecnología contemporánea consiste entonces en haberse sublimado a sí misma: Producto de la transformación intelectual, la moderna tecnología ha sublimado la actitud de toda una civilización completa. Su artilugio fundamental es la noción del confort. Lo que finalmente nos ha hecho tan dúctiles y sujetos a la dominación tecnológica es lo que la tecnología puede hacer por nosotros, y la constante dependencia de la comodidad o el mínimo esfuerzo.

La idea de Marshall McLuhan de los medios como extensiones del hombre (McLuhan, 1964), ampliada por otros como De Kerckhove (1999a, 1999b, 2001), ha orientado ampliamente al pensamiento contemporáneo y ha sido retomada recientemente por autores como Jenkins (2006), quien entendió que el fenómeno de la digitalización provocó el colapso de la tecnología de comunicación haciendo converger a los viejos medios con los nuevos y generando por tanto un fenómeno cultural y social totalmente nuevo.

Ahora bien, los discursos de la inmediatez, la participación democrática, y la creación de la sociedad del conocimiento (Jenkins, 2006: 3), requieren de una nueva alfabetización digital, además del entrenamiento en la utilización docta de la tecnología

y sus diferentes narrativas digitales. La circulación del contenido depende además de la participación activa de todos estos consumidores y usuarios digitales, quienes no solamente producen, sino que también transfieren y hacen circular estos paquetes de información que la sociedad global mercantiliza hasta la saciedad.

¿En qué proporción somos informados de lo esencial, contribuimos generando nuevo conocimiento, participamos con otros para resolver problemas o usamos los datos que se encuentran a disposición a fin de dar sentido a nuestra existencia? ¿En qué medida necesitamos todo lo que consumimos? ¿Es la nueva tecnología digital de comunicación un agregado a nuestra calidad de vida? ¿Representan los nuevos medios digitales una ventaja tecnológica respecto de los anteriores? ¿Son los medios del siglo XXI una bendición o un instrumento de dominación tecnológica?

A lo largo de sus trabajos, Jacques Ellul (1960, 1964 y 1980) no vaciló en promover a la ecología como una de las condiciones esenciales del equilibrio humano. Su planteamiento, innovador como otros, hace referencia a lo que hoy conocemos como ecología de los medios, es decir, a las formas en las cuales los medios de comunicación inciden no solo en nuestra percepción, entendimiento, sentimientos y valores, sino también a la forma en la que nuestra interacción con los medios, es decir cómo la tecnología, afecta, facilita o impide nuestras posibilidades de supervivencia. Si como dice Ellul, la técnica es el producto de la racionalidad y la artificialidad, entonces la razón nos ha llevado a la idea de un progreso artificial, que el hombre ha pagado con una subordinación cada vez más estrecha al propio instrumento de su liberación (Ellul, 1964).

A diferencia de los medios de comunicación anteriores, la nueva tecnología de la digitalización nos ha traído cambios sustantivos: uno de ellos es la multimedialidad, es decir la posibilidad de un medio de encarnarse en otro, y por otra parte, la interactividad, que ha arrancado al hombre de su pasividad para integrarlo al torbellino de la producción digital, pero ya no como el centro sino como el subproducto de la intermediación tecnológica.

### **Viejos paradigmas de investigación para nuevas competencias en entornos mediáticos digitales**

El siglo XXI ofrece un crisol de oportunidades, pero también una multiplicidad de retos. Las condiciones de estructuración de la realidad social de cara a la globalización y la crisis internacional obligan al replanteamiento de la investigación en comunicación

estratégica aplicada, especialmente de cara a las competencias necesarias para la utilización de la tecnología en ambientes digitales.

La investigación sobre la recepción, la interpretación de las audiencias o el consumo de los medios ya no responde a la realidad de individuos hiper-conectados que generan su propia comunicación produciendo, criticando y participando a veces incluso por encima de los dictados de las instituciones de medios.

Los viejos paradigmas para la investigación de la realidad social han quedado cortos para analizar la nueva realidad. Una en la que lo viejo se entrelaza con lo nuevo y lo nuevo resulta ser la investigación sobre las interacciones con las pantallas. Este eterno sujeto receptor en singular y las siempre audiencias en plural se han ido haciendo visibles y van transitando y tomando forma y presencia amplificadas y diversificadas.

El receptor no lo es más, o sí, pero sólo a veces... cuando lo desea, se convierte además en productor, y al mismo tiempo en re-productor de lo que él mismo produce o de lo que producen otros. Su apropiación de la tecnología es múltiple. La usa para definir sus propios tiempos y espacios de interacción, pero además para ubicarse en el mundo a través de una colección de pantallas múltiples. Se conecta, observa y es observado a través de las pantallas de la computadora, la *tablet* o el celular.

El paradigma tecnológico se extiende cada vez más para incorporar no solo la reflexión sobre la relación del hombre con la tecnología, sino también sobre la condición comunicacional contemporánea. La investigación en comunicación tiene que ir más allá del acceso o no a las pantallas, tiene que acercarse lo que enmarca nuestro estar y ser como sujetos sociales es lo comunicativo y de la lógica de intercambio comunicativo - reactivo o no- a la realidad circundante.

La conectividad y la interconectividad es la piedra de toque de la comunicación. Estar conectado, ser visible ante el mundo e interactuar con él son los nuevos indicadores del proceso.

Si las grandes aportaciones de los medios masivos consistieron en permitirnos saber, escuchar o conocer de primera mano, la de la era digital consiste en facultarnos "estar".

Hasta hace unos años vivir sin teléfono celular no era un problema, quien hablaba por teléfono buscando a alguien recibía por respuesta: *no está, deje un recado*. Pero las generaciones actuales ya no se conforman con tales respuestas, cualquiera de ellos precisa de un teléfono celular (por modesto que parezca) para experimentar la sensación de estar ubicable. Un tercio de los jóvenes con celular confiesa sentirse ansioso o intranquilo cuando está sin su teléfono de acuerdo con un dato del estudio Global

mobile forecast to 2010 de Informa Telecoms & Media, empresa inglesa dedicada a comunicaciones basadas en tecnologías de información y comunicación (citado en Ramírez, 2009).

El contacto a distancia es ya una realidad y basta tener un celular, una cuenta de Internet, estar suscrito a servicios como Twitter para no sentirse “incomunicado”. Los mensajes se envían desde la página misma, como mensaje de celular, desde un servicio de mensajería web, inclusive desde aplicaciones de terceros. Cuando alguien actualiza el estado los demás usuarios reciben ese informe de manera inmediata en la forma que hayan elegido. Mayor ubicuidad nunca se había tenido (Casas y Villanueva, 2010).

No se trata simplemente de medios de comunicación, Internet y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, producto de la convergencia digital, constituyen herramientas para trabajar, para informarse, para aprender, para comunicarse con otros, para expresar arte, para generar identidad, ocupar un lugar en el mundo o simplemente estar.

Como diría De Kerckhove: Internet es la nueva piel de la cultura que reviste al planeta. Sus usos, aplicaciones e implementación son imprescindibles para la nueva comunicación estratégica (De Kerckhove, 1999a).

Los principios constitutivos de Internet son siete: 1) la red de redes como plataforma de trabajo, 2) el fortalecimiento de la inteligencia colectiva, 3) la gestión de las bases de datos como competencia básica, 4) el fin del ciclo de las actualizaciones de versiones del software, 5) los modelos de programación ligera junto a la búsqueda de la simplicidad, 6) el software no limitado a un solo dispositivo y 7) las experiencias enriquecedoras de los usuarios. (Cobo y Pardo 2007).

La tecnologización de la vida actual a través de dispositivos digitales ha obligado al hombre a articularse a sí mismo respondiendo a las materialidades de los artefactos tecnológicos a través de los cuales interactúa; pero también, el uso extenso de las tecnologías de información requiere nuevas competencias por parte de los usuarios. Jorge A. González, (citado en Cabello y Moyano, 2006) concibe a esas nuevas competencias de naturaleza tecnológica como un “sistema finito de disposiciones cognitivas que permiten efectuar infinitas acciones para desempeñarse con éxito en un ambiente mediado por artefactos y herramientas culturales”.

Ahora bien, se está conectado, pero ¿y qué se hace con la información?, ¿cómo se estructura la comunicación?, ¿qué tanto se depende de nuevas competencias

tecnológicas y digitales para hacer presencia e interactuar con otros?, ¿es la conectividad suficiente para la comunicación estratégica?

Para nadie es un secreto ya que se vive en un mundo interconectado, un lugar al que ya pocos pueden llamar “privado” donde se ha dejado que la privacidad, en otros tiempos tan aquilatada se convierta en un espejo público, en donde todos pueden verse y una libreta colectiva en la que cualquiera puede escribir.

Atrás han quedado esos días en donde el descubrir la red y navegar en ella era un acto individual.

Este inicio de siglo y de milenio, ha estado caracterizado por una gran transformación estructural, misma que nos ha insertado en una nueva era de transmisión de información y conocimiento, la más veloz que haya consignado la historia de la humanidad; caracterizada además como una era en la que se impone la movilidad como cultura, para la cual se requiere una capacidad especial de adaptación y ampliación de funciones, en donde además el conocimiento es esencial para el desarrollo de cualquier actividad (Castells, 1997, 2000, 2006), es decir, no basta tener acceso a la información; se requiere de nuevas competencias para entornos digitales.

La competencia es realmente la capacidad de dar un giro a las acciones, emprender nuevas iniciativas, aprender de los acontecimientos y hacer un balance de una acción. Es lo que se denomina “reflexividad”, es decir, la capacidad de los individuos para comportarse como sujetos que toman decisiones, responsables de sí mismos y que aprenden de sus éxitos/errores (Lesemann, 2007 en Valenti y Avaro, 2007).

Dichas competencias comprenden, esencialmente:

La capacidad de usar el conocimiento y las destrezas relacionadas con productos y procesos.

La aplicación de destrezas, conocimiento y actitudes a las tareas o combinaciones de tareas.

La habilidad para desempeñarse frente a actividades y problemas.

La habilidad para saber hacer en determinados contextos y situaciones.

La capacidad para movilizar conocimientos y técnicas; en síntesis:

La capacidad para integrar conocimientos, habilidades, destrezas, aptitudes (Mastache, 2007).

No resulta menor, por tanto, preguntarse si las habilidades para la conectividad y la interacción generarán nuevas clases sociales, o si la generación de nativos digitales, mucho más proclives y hábiles con la tecnología, comenzarán a separarse en una

auténtica brecha digital con las generaciones anteriores o con los “desconectados” inhabilitados por la falta de acceso. Lo anterior requiere de una profunda evaluación en la medida en que las competencias digitales, también conocidas como competencias tecnológicas *IT-skills o e-skills*, hoy se consideran tan importantes como las habilidades en matemáticas y alfabetización (Cobo, 2009).

### **Los retos de la investigación en comunicación del siglo XXI**

¿Se ha acabado... se está acabando el tiempo de las audiencias? ¿Vamos hacia una sociedad como mutantes hiper-conectados, permanentemente pendientes de pantallas? (Orozco, 2011).

Si bien esta argumentación desarrollada puede tener fundamento y validez, las lecciones aprendidas durante más de 60 años de investigación sobre las audiencias, también nos permiten reconocer que las legítimas preguntas y cuestionamientos que nos hacemos sobre el fenómeno de la recepción y sobre el de la comunicación en general, tampoco son novedosas (Orozco, 2010:2). La inquietud sobre la naturaleza del ser humano y su relación con la tecnología va más allá del campo de la comunicación social o del estudio sobre los medios masivos.

¿Qué se debe hacer para aprovechar entonces los recursos que brindan las tecnologías de información y comunicación, a fin de convertirlas en verdaderas herramientas de generación de conocimiento? ¿Qué se puede hacer, sobre todo en nuestros países latinoamericanos, para aprovechar los recursos de las nuevas tecnologías a fin de generar conocimiento necesario y autónomo?

La respuesta no es sencilla, sobre todo porque involucra grandes transformaciones sociales que exigen, fundamentalmente la creación para los espacios de interacción entre los alumnos y los profesores, y de ambos con su entorno. Es por ello que la mayoría de las naciones avanzadas están promoviendo no solamente el uso de nuevas tecnologías de información y comunicación, sino también observando la adopción que de ellas hacen las nuevas generaciones, a fin de desarrollar en ellos auténticas e-competencias. Ciertamente existen ya hoy en día en nuestros países iniciativas de la industria, el comercio y el gobierno que buscan acortar la brecha digital que nos está convirtiendo en perseguidores de la tecnología y no en punteros del desarrollo multimediático, pero no basta con dotar de computadoras las aulas, de hacerlas más

accesibles a los bolsillos, de impulsar iniciativas para dotar de internet los colegios, las instituciones de enseñanza a todos niveles; lo que se hace necesario hoy más que nunca es poder guiar el uso de esos mecanismos para convertirlos en verdaderos aliados de la educación.

Es necesario desarrollar mayor investigación relativa a los usos y aprovechamiento de las nuevas tecnologías, a fin de conocer los factores que motivan la interacción y las habilidades que se despliegan en la búsqueda de información, para la interacción, para el entretenimiento y para la comunicación. En este sentido, es necesario generar líneas de investigación relativas a:

- El desarrollo de *e-competencias* relacionadas con el *multitasking* o desempeño de actividades de manera simultánea.
- La exposición a herramientas de información y comunicación conocidas como nuevas tecnologías y particularmente el uso de redes sociales.
- El conocimiento de los hábitos de consumo y aprovechamiento de tecnologías electrónicas de información y comunicación, así como las motivaciones que inducen a ese consumo.
- El desarrollo de habilidades y competencias alternas, vinculadas con las *e-competencias* que se perfeccionan a partir del perfeccionamiento de las anteriores especialmente en redes sociales, como la interacción en grupo y el liderazgo.
- La vinculación de elementos de contenido para el aprendizaje, incluyendo aspectos recreativos y no solamente informativos o didácticos.
- La tipificación de las habilidades cognitivas que es posible desarrollar en los nuevos espacios de comunicación virtuales asociados con las redes.
- El aprovechamiento de la información recolectada a partir de hábitos de consumo y patrones de uso, que puede ayudar a desarrollar otros campos de estudio como la inteligencia artificial, la metacognición y la generación de conocimiento a través de las nuevas tecnologías de información y comunicación (Casas y Villanueva: 2010).

Si bien todos estos aspectos están siendo parcialmente abordados por distintas disciplinas, es necesario contribuir a la investigación interdisciplinaria para que, con la mira en los jóvenes de esta generación y en las del futuro, se desarrollen las competencias indispensables en pro de un mejor aprovechamiento de su aprendizaje.



## Conclusiones

La comunicación estratégica aplicada tiene como objetivo fundamental responder a los retos y a las problemáticas que nos presenta la sociedad contemporánea. Uno de ellos, indudablemente es la transformación de los procesos sociales en distintos ámbitos tales como la educación, el trabajo y el entretenimiento debida a la aparición de nuevos entornos mediáticos producto de la convergencia digital. Lo anterior obliga a los investigadores, analistas, y diseñadores de políticas públicas a un replanteamiento serio respecto de los paradigmas para la investigación, pero también acerca de las formas para a apropiación e implementación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, con la finalidad de responder de mejor manera a la solución de los problemas sociales y a los retos que enfrentarán las generaciones futuras.

Una de los principales cambios orquestados a partir de la emergencia de este nuevo entorno mediático es el tránsito de receptores o audiencias a usuarios interactivos de la tecnología. El paradigma tecnológico contemporáneo obliga ya no a pensar en el medio, o en el contenido, o en los receptores como beneficiarios de la información, sino en la tecnología misma como el vehículo de transformación del todo social.

Por otra parte, el uso y apropiación que los individuos hacen de la tecnología requiere ya no de un receptor pasivo, sino de una persona que necesita tener ciertos conocimientos, habilidades y dominios de la tecnología; en otras palabras, se requiere de ciertas competencias digitales.

Hoy en día es notable observar cómo los más jóvenes, los nacidos con la tecnología, son mucho más hábiles para su manejo, más proclives al uso y manejo de la información y se sienten mucho más cómodos en ambientes digitales que las generaciones que los precedieron. También es un hecho que no todos tienen acceso a la tecnología, el acceso a la conectividad impacta en el grado de desarrollo de los países, o de los distintos grupos al interior de un mismo país. Por esa razón es sumamente importante que como resultado de lo anterior se generen nuevos esquemas de planeación estratégica para el uso y aprovechamiento de la tecnología, se revisen permanentemente los paradigmas que permiten el replanteamiento de la tecnología como herramienta para el mejoramiento y la solución de los problemas de falta de inequidad, justicia y desarrollo social, y establezcan líneas de investigación que permitan el análisis del uso, apropiación y aprovechamiento de las nuevas herramientas de información y

comunicación digitales, la transformación de los nuevos entornos mediáticos, y la generación de mecanismos para el desarrollo y la transformación social basada en una auténtica comunicación estratégica aplicada.

## Bibliografía

- Bailyn, B.; Flemmig, D. (1969). *The Intellectual Migration. Europe and America 1930-160*. Cambridge: Harvard University Press
- Beltrán, L. R. (1993). Discurso de Inauguración de la IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo organizada por el Instituto para América Latina IPAL. Lima Perú, 23 a 26 de septiembre de 1993. Documento electrónico consultado el 5 de abril de 2012 y disponible en:  
[http://www.infoamerica.org/teoria\\_articulos/beltran1.htm](http://www.infoamerica.org/teoria_articulos/beltran1.htm)
- Cabello, R. y Moyano, R. (2006) Tic y educación: Competencias Tecnológicas y capacitación para la apropiación de las tecnologías. Universidad Nacional de Gral. Sarmiento. *Razón y Palabra*. Consultado el 26 de mayo de 2009  
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n49/bienal/Mesa%2013/PonenciaRoxanaCabello2.pdf>
- Carey, J. (1983). *Technology and Ideology: the Case of the Telegraph*. Prospects an Annual of the American Cultural Studies: 303-325
- Casas, M. L (2011). *El hombre frente a la tecnología*. Manuscrito inédito. Guadalajara, Jal. Junio de 2011.
- Casas, M. L., y Villanueva, G. (2010). E-Competencias: Nuevas habilidades del estudiante en la era de la educación y la globalidad y la generación de conocimiento. *Revista Signo y Pensamiento* No. 56: Observatorios Curriculares en Educación Superior. Facultad de Comunicación y Lenguaje - Departamento de Comunicación - Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.  
[http://recursostic.javeriana.edu.co/cyl/syp/index.php?option=com\\_booklibrary&task=showCategory&catid=36&Itemid=48](http://recursostic.javeriana.edu.co/cyl/syp/index.php?option=com_booklibrary&task=showCategory&catid=36&Itemid=48)
- Castells, M. (1997). *La era de la información*. Madrid: Alianza Editorial
- Castells, M. (2000). *End of Millenium*. Malden, MA: Blackwell
- Castells, M. (2006). *Observatorio global. Crónicas de principios de siglo*. Barcelona: La Vanguardia Ediciones, S.A.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford, UK: Oxford University Press
- Cobo, J. C. (2009). *Apuntes digitales*. E-rgonomic. Blog personal disponible en la siguiente dirección electrónica: <http://e-rgonomic.blogspot.com>

- Cobo, J.C. (2008). *Las 7 estrategias*. Blog personal disponible en la siguiente dirección electrónica: <http://fcom.us.es/blogs/innovaciondocente/2008/11/17/las-siete-estrategias-cristobal-cobo/>
- Cobo, C., Pardo, H. (2007) *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México D.F.
- De Kerckhove, D. (1999a). *La piel de la cultura. Investigando la nueva realidad electrónica*. Barcelona: Gedisa
- De Kerckhove, D. (1999b). *Inteligencias en conexión. Hacia una sociedad de la Web*. Barcelona: Gedisa
- De Kerckhove, D. (2001). *The architecture of intelligence*. Basel, Boston: Birkhäuser
- Einstein, E. (1979). *The Printing Press as an Agent of Change. Communications and Cultural Transformation in Early Modern Europe*. Cambridge: Cambridge University Press
- Ellul, J. (1960). *El siglo XX y la técnica. Análisis de las conquistas y peligros de la técnica de nuestro tiempo*. Barcelona: Labor
- Ellul, J. (1964). *The Technological Society*. New York: Vintage Books
- Ellul, J. (1980). *The Technological System*. New York: Continuum
- Gumbrecht, H. U. (2004). *Producción de presencia. Lo que el significado no puede transmitir*. México: Universidad Iberoamericana
- Halloran, J.D. (1998). *Social Science, Communication Research and the Third World. Media Development*. Documento electrónico consultado el 5 de abril de 2012 y disponible en la siguiente dirección electrónica: [http://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/halloran\\_1.pdf](http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/halloran_1.pdf)
- Innis, H. (1964). *The Bias of Communication*. 2<sup>nd</sup> Edition. Toronto: University of Toronto Press
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York and London: New York University Press
- Katz, E. (1987) *Communications Research Since Lazarsfeld, Public Opinion Quarterly*, 51 (50th Anniversary Supplement), S25-S45.
- Lazarsfeld, P. F. (1972). *Qualitative Analysis. Historical and Critical Essays*. Boston: Allen and Bacon Inc.
- Levy, M. R. (1982). *The Lazarsfeld Stanton Program Analyzer: A Historical Note. Journal of Communication*. Volume 32. Issue 4, pp. 30-38

- Mastache, A., et al. (2007). *Formar personas competentes*. México: Novedades Educativas.
- McLuhan, M. (1964). *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*. México: Editorial Diana
- Orozco, G. (2010). *Audiencias, siempre audiencias. Hacia una cultura participativa en las sociedades de la comunicación*. Conferencia inaugural del XXII Encuentro Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. AMIC. Ciudad de México, mayo de 2010.
- Orozco, G. (2011). *Curso Audiencias, pantallas, aprendizajes y participación social: perspectivas y desafíos desde la educomunicación*. Tecnológico de Monterrey, Campus Guadalajara, junio de 2011.
- Ramírez, C. (2009). Esclavos del Móvil. *El País Semanal* 2009; 17 de mayo de 2009 (1703)
- Valenti, C. y Avaro D. (2007). *Instituciones, sociedad del conocimiento y mundo del trabajo*. México: FLACSO
- World Economic Forum (2012). *Global Information Technology Report 2012*. WEF. Documento electrónico consultado el 6 de abril de 2012 y disponible en: [http://www3.weforum.org/docs/Global\\_IT\\_Report\\_2012.pdf](http://www3.weforum.org/docs/Global_IT_Report_2012.pdf)