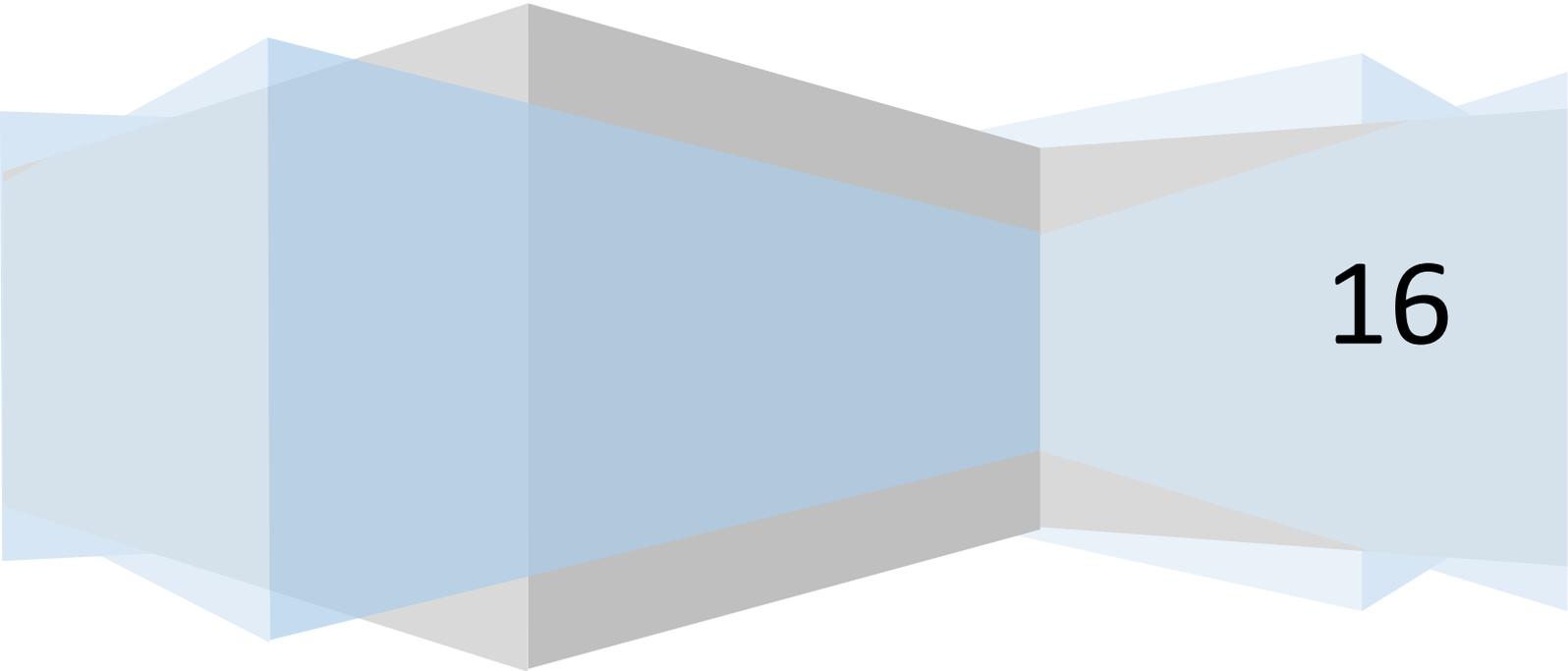


FUNDAMENTOS DE INGENIERIA ADMINISTRATIVA

CULTURA DIGITAL

KEILA YERITZE ROJAS GUTIERREZ



16

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
DESARROLLO	4
DEFINICIONES	4
HISTORIA	4
APLICACIONES DE LA CULTURA DIGITAL	5
CARACTERÍSTICAS DE INFORMACIÓN DISPONIBLE EN INTERNET	6
¿CUÁNDO PODEMOS DECIR QUE ALGUIEN TIENE CULTURA DIGITAL?	7
EFECTOS DE LA CULTURA DIGITAL	8
CULTURA DIGITAL Y EL CAPITALISMO	8
TURISMO CULTURAL	10
REDES SOCIALES	11
CULTURA DIGITAL Y LAS ORGANIZACIONES.....	12
COMPETENCIAS DIGITALES PARA TRANSFORMAR LOS NEGOCIOS	13
VENTAJAS DE LA CULTURA DIGITAL EN LAS ORGANIZACIONES.....	15
CONCLUSIÓN	15
AGRADECIMIENTOS.....	16
PROPUESTA DE TESIS.....	16
BIBLIOGRAFIA.....	17

INTRODUCCIÓN

A medida que ha pasado el tiempo, la manera de comunicarnos ha cambiado, también cada día siempre surge algo nuevo. Y con ello nuevos hábitos y costumbres, no solo a nivel de uso de tecnologías de información, sino también a nivel social.

Cada día se crean 2,5 quintillones de bytes de datos¹. El 90% de los datos que poseemos en la actualidad tienen menos de dos años y el 99,5% de los datos generados en nunca se han analizado ni se han usado. Cada día se emiten más de 400 millones de tweets por parte de sus 200 millones de usuarios. Cada minuto³ se suben a youtube 48 horas de vídeo y se realizan más de 2 millones de búsquedas en google. Cada minuto las organizaciones reciben más de 34.000 likes en sus páginas y se escriben más de 27.000 posts en tumblr.

Vivimos rodeados de datos e información. La información es abundante y accesible, el siguiente artículo muestra como esto ha contribuido al surgimiento de una nueva cultura y su influencia en la sociedad.

DESARROLLO

DEFINICIONES

Cultura: es el conjunto de los hábitos que conforman una sociedad, costumbres y la manera de ser que adoptamos en nuestro entorno.

La Cultura Digital es una serie de costumbres, conocimientos y formas de ser y pensar que tiene una sociedad en cuanto a medios de información basados en tendencias tecnológicas. Es conocer sobre las nuevas herramientas que están a nuestra disposición para un sin fin de usos.

(WIKI, 2009)

HISTORIA

Definir algo tan amplio como el término “cultura digital” o “cibercultura” puede tornarse bastante complicado, desde el momento en que la propia definición de ‘cultura’ es bastante difusa. Consideraremos la cultura digital como todo el conjunto de conocimientos o unidades de información que han nacido o se han desarrollado principalmente en el entorno virtual de Internet.

Es imposible no referirse al neologismo acuñado por el célebre Richard Dawkins, “meme”. Este neologismo es definido como la unidad mínima de información cultural, la cual se transmitiría entre individuos de forma similar a los genes en procesos evolutivos.

Podemos considerar la “cultura digital” como ese conjunto de memes que son ‘fecundados’ en el entorno digital de un ordenador y, por lo general, sobreviven transmitiéndose a través de la Red.

No se debe confundir este término “meme”, con los conocidos ‘memes de Internet’ que, si bien también son ‘memes’ de alguna manera y pueden considerarse como una unidad

de información cultural, no constituyen la totalidad de los memes que forman la cultura digital.

En 1998 el Sindicato Internacional de Telecomunicaciones planteó que para una verdadera democracia digital, se deberían de cumplirse los puntos como parte de los desafíos que constituyen la Declaración de la Interdependencia Digital:

- 1) Mejorar el acceso a la tecnología con el afán de crear igualdad.
- 2) Superar por medio de la tecnología los problemas de lenguaje, por ejemplo, crear traductores digitales en tiempo real.
- 3) Crear una red mundial de conocimiento que sirva para afrontar los desafíos más importantes a nivel mundial en materias como la educación, salud, alimentación, seguridad, etc.
- 4) Usar la tecnología para asegurar el libre flujo de ideas, apoyar la democracia y el libre discurso.
- 5) Usar las tecnologías de comunicación para la expansión de oportunidades económicas a todas las familias del mundo.

A partir de los ochenta y hasta prácticamente nuestros días vivimos la revolución de la multimedia, en donde convergen las funciones del teléfono, la televisión y los ordenadores en una sola tecnología que ha logrado la comunicación instantánea mediante la transmisión de imágenes, datos y voces. Con éste último desarrollo, se está creando la cultura cibernética que es la primera cultura realmente universal en la historia del hombre.

(MARTINEZ, 2015)

APLICACIONES DE LA CULTURA DIGITAL

En el terreno de la salud han favorecido muchos procesos médicos: Con las imágenes obtenidas por medio de la tomografía computarizada y la resonancia magnética se

pueden obtener simulaciones con un alto grado de precisión de órganos y sistemas permitiendo determinar dónde se debe hacer una intervención quirúrgica.

En la vida social ha permitido acercar al hombre, aunque sea de manera virtual. Nunca antes se había tenido la oportunidad de acceso a tanta información. Ninguna biblioteca tradicional es equiparable con las oportunidades que brinda Internet, pues éste es la suma de millones de computadoras alrededor del mundo con millones de sitios e información especializada. Ahora es fácil enviar y compartir información entre los usuarios de un sistema.

En la educación es un hecho que las herramientas digitales no podrán sustituir al profesor, pero bien utilizadas son una extensión de los estímulos educativos, ayudando a clarificar ideas o conceptos y permitiendo visualizar lugares que probablemente nunca se podrán visitar. La forma en que se aprenderá en el futuro está destinada a utilizar cada vez más esta tecnología.

La era digital y su entorno de redes ha permitido ampliar la imagen pública de la ciencia.

La imagen pública de la ciencia se forma en gran medida por la labor profesional de los medios de comunicación y las tecnologías digitales que usan. Las tres últimas décadas (1985-2005) han significado, para lo digital, el espacio de inmersión en una infinidad de aspectos culturales y se han incorporado en los medios masivos de comunicación

CARACTERÍSTICAS DE INFORMACIÓN DISPONIBLE EN INTERNET

Algunas características de la información que se genera día a día en la red, se mencionan a continuación.

- Es **global**, cualquier contenido que se publica en Internet estará disponible a través de multitud de países, creando una sociedad global que comparte unos conocimientos en común.
- Es **inmediata**, a diferencia de la información transmitida a través de cualquier otro medio, la información que llega a Internet requiere de un tiempo prácticamente despreciable para estar a disposición de todos los usuarios.

- Es **interactiva**, da igual las trabas que se intenten poner, todo lo que llegue a Internet recibirá modificaciones y se interactuará con dicho contenido de una u otra manera.

Los contenidos en Internet crecen día a día en distintos formatos y tiene sus repercusiones en el mundo real. Todos los días podemos encontrar en la red miles de datos nuevos.

Tener una educación en como toda esta información surge, se transforma e influye a la sociedad, es esencial para comprender el mundo en el que vivimos. Y estar informado día a día de todos los movimientos que surgen en la red, puede ayudar a desenvolverse mejor, no sólo en este mundo digital, sino fuera del mismo

(DAWKINS, 2016)

¿CUÁNDO PODEMOS DECIR QUE ALGUIEN TIENE CULTURA DIGITAL?

Se puede decir que alguien tiene cultura digital, cuando una persona tiene conocimientos de las últimas tendencias tecnológicas Internet, etc. Y también al ir pasando el tiempo, se va adaptando a lo nuevo que vaya saliendo. Es muy importante para la persona con esta cultura, saber usar estas herramientas adecuadamente según lo que requiera.

La persona con esta cultura se va a mantener siempre interesada, muchas veces van a optar por desarrollar aplicaciones que puedan mejorar un servicio.

La cultura digital lleva consigo la creación del hábito, el hecho de que se vaya impregnando en cada uno la coherente necesidad de digitalizar todo: los conocimientos, actividades de la vida diaria, experiencias que nos marcan de una u otra manera y nos conducen a la creación de entornos diferentes, móviles y hasta cierto punto cuestionables.

La cultura digital nos proporciona grandes ventajas como un proceso de adaptación mucho más fácil, que nos otorga cierta libertad y nos provee de herramientas para aprovechar de una mejor manera el tan valiado "tiempo".

EFFECTOS DE LA CULTURA DIGITAL

En la actualidad existe un campo de problemas referido a los efectos de Internet sobre la identidad (personal, colectiva, política, social, cultural, etc.) que incluye una reactualización acerca de lo que sabíamos o creíamos saber sobre los medios masivos tradicionales como la televisión, el cine, la radio y los medios gráficos, pero también sobre el teléfono, el correo, el diario íntimo, los clubes de fans y las compras por catálogo por mencionar solo algunos ejemplos que están en el centro de la discusión sobre lo "viejo", lo "nuevo" y la transición entre lo viejo y lo nuevo.

Se trata de entender si Internet es un medio "nuevo", o una red que ensambla y/o reinventa medios "viejos", o sencillamente un dispositivo que potencia la capacidad de acceso del ciudadano común al mundo mediático permitiéndole no solo interactuar con los productores sino también y en cierta medida convertirse él mismo en un productor de contenidos mediáticos.

Por otra parte, en cualquiera de estos casos el otro aspecto de la cuestión sería el preguntarse sobre si la identidad que produce Internet, son distintas y cuanto y en qué sentido de las que producían de antaño, como televisores, radios y diarios en papel.

Lo que está en discusión entonces es del orden de las relaciones entre identidad, tecnología y sociedad en una época histórica cambiante.

CULTURA DIGITAL Y EL CAPITALISMO

Allí Marx escribe que el capitalismo incita a consumir previa producción de un sujeto consumidor educado para un consumo determinado según su clase social, lugar de residencia, época histórica, etc.: "el consumo mediatiza la producción creando para los productos un sujeto para el cual ellos son productos... el objeto no es un objeto en

general, sino un objeto determinado, que se debe consumir de un modo determinado, tal como indica previamente la producción.

El hambre es hambre, pero el hambre que se satisface con la carne cocida y comida con cuchillo y tenedor, es distinta a la persona que come carne cruda sirviéndose de las manos, uñas y dientes. Así pues, la producción produce no sólo el objeto del consumo, sino también el modo de consumir, y no sólo de una manera objetiva sino también subjetiva.

¿Cómo se vincula esta problemática con Internet y los “viejos” y “nuevos” medios e identidades? Para esto analicemos un ejemplo rápido. ¿Cuál sería, por ejemplo, la diferencia entre el público que ve un programa de televisión en un aparato convencional con aquel que lo hace en un *smartTV*?, el público interactuó con los medios enviando millones de cartas por correo, comunicándose por teléfono, escribiendo cartas de lectores, o sencillamente esperando en la puerta del canal de TV para felicitar o insultar a un productor, un empresario o un actor: clubes de fans existieron siempre porque esa fue una modalidad de consumo televisivo creada por los productores de televisión.

Ahora el público puede interactuar directamente desde el aparato de TV enviando un tweet, publicando un comentario en facebook, participando de un foro de un sitio web oficial del programa de TV, o simplemente usar un movimiento de manos o un comando de voz para cambiar de canal. La cuestión no es del orden de la interactividad sino de las modalidades de interacción que habilita Internet al ensamblarse con la TV .

Analicemos otro ejemplo ¿Publicar en un blog que tiene de diferente de llevar un diario íntimo? Que los contenidos íntimos ahora pueden hacerse públicos a través de Internet si es que decido hacerlo público, puedo también publicar mis poemas, mis novelas o mis ensayos, sin pasar por una editorial, el papel, el gasto de imprenta, es cierto, pero que se publique en Internet no significa que alguien lo lea.

Quizás Internet es más íntimo de lo que pensamos, aunque, claro está, hay alguien que por supuesto no solo lee y visiona todo lo que publicamos sino también que lo archiva, lo clasifica, lo convierte en base de datos, lo relaciona con otros individuos, nos construye un perfil de identidad tanto o mas sofisticado que cualquier otro que

podamos construir nosotros mismos. Pero bueno, todos estos atributos son los que hacen que un dispositivo, un medio, genere un público: Internet produce públicos y lo hace de un modo mucho más sofisticado y complejo que cualquier otro medio, incluyendo la publicidad tradicional- nunca antes inventado por el capitalismo.

(FANLO, 2013)

TURISMO CULTURAL

En los últimos años, el concepto de turismo ha ido transformándose con el paso del tiempo. Junto al tradicional turismo de sol y playa o turismo de masas, nacen otros conceptos turísticos tales como turismo cultural, turismo rural, etc. Y son múltiples los términos que engloban estas nuevas manifestaciones: turismo urbano, monumental, arqueológico, etnográfico, turismo literario, ecoturismo, agroturismo, turismo gastronómico, turismo deportivo e, incluso, turismo sexual, etc.

Según los informes de la Organización Mundial del Turismo, el turismo es el sector principal de la economía mundial. Se espera que este sector represente el 11% del producto bruto mundial y, lo que es más importante, que genere uno de cada 11 empleos.

El sector turístico es una de las mayores fuerzas económicas de algunas regiones y países. Sin embargo, el turismo provoca impactos sobre el territorio, el medio ambiente, las sociedades, las culturas y las economías locales ya que el turista no es sólo un gran consumidor de recursos naturales y un gran productor de residuos, sino también, un "contaminador" de culturas. El turismo pone en contacto la cultura local receptora con la cultura foránea y esto, que puede tener unos efectos positivos, también tiene impactos sobre las formas de vida y los hábitos lingüísticos, artísticos, gastronómicos, económicos, etc. provocando que la cultura y los gustos de las poblaciones locales se adapten a los gustos del visitante que es, en la mayor parte de los casos, producto de la cultura hegemónica globalizada.

El turismo masivo amenaza el medio natural y el medio social de numerosos territorios, sociedades y culturas. Para evitarlo, la planificación de unos servicios turísticos de

calidad y respetuosos con el medio ambiente y el medio social y humano, debe basarse en un turismo sostenible, esto es, una oferta turística que haga compatible esta actividad, con la preservación y la recuperación de los valores culturales, sociales y ambientales, junto al desarrollo de las sociedades locales

(CULTURA, 2016)

REDES SOCIALES

Internet crece no sólo como espacio de información y comunicación, sino también como espacio de cooperación e interacción. En estos 4 sentidos: información, comunicación, interacción y cooperación, las redes sociales ayudan a la práctica de la gestión cultural no sólo como una forma de difusión y promoción del arte y la cultura, sino también como espacio de encuentro entre los profesionales de la gestión cultural.

Las redes sociales se basan en la teoría de los Seis grados de separación. Según esta teoría, toda la gente del planeta está conectada a través de una cadena de conocidos de no más de seis personas. De esta forma, el número de contactos crece exponencialmente con el número de enlaces de la cadena. Sólo un pequeño número de enlaces son necesarios para que el conjunto de conocidos se convierta en la población humana entera.

El origen de las redes sociales se remonta a 1995, cuando Randy Conrads crea en la Web el sitio classmates.com. El objetivo de esta red social era que la gente pudiera recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, el instituto, la universidad, etc.

En 2003 empiezan a aparecer sitios web que promocionan online las redes de círculos de amigos y el término redes sociales se empieza a usar para describir las relaciones en las comunidades virtuales. Este término se hace popular con la llegada, ese mismo año, de sitios tales como Friendster, MySpace, Tribe.net, Ecademy, Soflow y LinkedIn.

La popularidad de estos sitios creció rápidamente y grandes compañías entraron en el espacio de las redes sociales en Internet. Por ejemplo, Google lanzó Orkut a principios de 2004 y Yahoo creó una red social en el año 2005. Actualmente hay más de 200 sitios de redes sociales.

El funcionamiento es el siguiente: En estas comunidades, un número inicial de participantes envían mensajes a miembros de su propia red social invitándoles a unirse al sitio. Los nuevos participantes repiten el proceso, creciendo el número total de miembros y los enlaces de la red. Los sitios ofrecen diversas características como una actualización automática de la libreta de direcciones, perfiles visibles, la capacidad de crear nuevos enlaces mediante servicios de presentación y otras maneras de conexión social en línea. Las redes sociales también pueden crearse en torno a las relaciones comerciales, pero también para relaciones de amistad o para encuentro entre profesionales.

La existencia de las redes sociales está basado en una serie de herramientas informáticas que configuran el llamado software social, y que operan en tres ámbitos de forma cruzada:

- Comunicación (herramientas que ayudan a poner en común conocimientos), como las comunidades de blogs o bitácoras.
- Comunidad (herramientas que ayudan a encontrar e integrar comunidades), como Friendster.
- Cooperación (herramientas que ayudan a hacer cosas en común), como Wikipedia.

CULTURA DIGITAL Y LAS ORGANIZACIONES

La digitalización de una empresa no es un objetivo en sí mismo, no es un punto de destino sino un proceso de profunda transformación que exige actitudes de cambio y de adaptación permanente para salir de zonas de confort y explorar nuevas posibilidades. La clave, para personas y organizaciones, es ver esta transformación como una oportunidad que permita combinar inteligentemente prácticas y formas de hacer que

nos siguen dando resultado con nuevas técnicas y habilidades que nos conecten con los resultados del futuro.

COMPETENCIAS DIGITALES PARA TRANSFORMAR LOS NEGOCIOS

A continuación, se muestra una metodología diseñada para que una empresa genere competencias digitales.

1. Conocimiento digital: Capacidad para desenvolverse profesional y personalmente en la economía digital.
2. Gestión de la información: Capacidad para buscar, obtener, evaluar, organizar y compartir información en contextos digitales.
3. Comunicación digital: Capacidad para comunicarse, relacionarse y colaborar de forma eficiente con herramientas y en entornos digitales.
4. Trabajo en red: Capacidad para trabajar, colaborar y cooperar en entornos digitales.
5. Aprendizaje continuo: Capacidad para gestionar el aprendizaje de manera autónoma, conocer y utilizar recursos digitales, mantener y participar de comunidades de aprendizaje.
6. Visión estratégica: Capacidad para comprender el fenómeno digital e incorporarlo en la orientación estratégica de los proyectos de su organización.
7. Liderazgo en red: Capacidad para dirigir y coordinar equipos de trabajo distribuidos en red y en entornos digitales.
8. Orientación al cliente: Capacidad para entender, comprender, saber interactuar y satisfacer las necesidades de los nuevos clientes en contextos digitales.

(SALVETELLA, 2014)



VENTAJAS DE LA CULTURA DIGITAL EN LAS ORGANIZACIONES

- Acercamiento a consumidores y potenciales clientes al saber sus necesidades reales.
- Acceso a mayor número de clientes con uso de una baja inversión.
- Fortalecimiento de la presencia de marcas y negocios en el mercado.
- Incursión en mercados
- Flujo de información
- Mejor uso de recursos
- Intercambios culturales
- Rastreabilidad
- Logística en tiempo real

CONCLUSIÓN

Como se mostró en la lectura las redes sociales, blogs, páginas y otras herramientas tecnológicas, son un reflejo de nuestra sociedad, podemos encontrar información verídica, objetiva y bien intencionada, pero también otra todo lo contrario y en ocasiones maliciosa.

Todas estas herramientas, si se les da un buen uso, nos pueden ayudar a optimizar nuestro tiempo y a ahorrar recursos, por eso hay que saber aprovecharlas. La Cultura Digital involucra el conocimiento sobre la manera de aprovechar toda herramienta nueva y usarla correctamente según las necesidades. Es tener en cuenta que vivimos en un mundo globalizado que está en constante evolución informática.

Hay muchas maneras de sacarle provecho a los nuevos avances, muchas personas piensan que no tienen la necesidad de conocerlos o no les interesa, pero una vez que por algún motivo llegan a conocer sobre esto se dan cuenta de la falta que les hacía, se crea la necesidad.

El reto al que nos enfrentamos, es la utilización correcta de nuestro criterio para discernir qué información podemos tomar de la web.

AGRADECIMIENTOS

Agradecida con Dios por todas sus bendiciones, igualmente por la oportunidad de trabajar en el proceso de mejorarme a misma.

A mi “alma mater” el Instituto Tecnológico de Orizaba por su esmero en la formación de profesionistas de calidad, a mi Profesor M.A.E Fernando Aguirre y Hernández por su dedicación, esmero y compromiso al compartir sus conocimientos.

¡A Dios por la vida y por la ciencia!

PROPUESTA DE TESIS

CULTURA DIGITAL Y SUS EFECTOS EN LA INFORMACIÓN EDUCATIVA

Objetivo: mediante una investigación analizar la información que es absorben los estudiantes, por medio de la web.

BIBLIOGRAFIA

- CULTURA, M. D. (2016). *AGETEC*. Obtenido de http://www.agetec.org/ageteca/turismo_cultural.htm
- DAWKINS, R. (2016). *DIGITAL CULTURAE*. Obtenido de <http://www.digitalculturae.com/definiendo-la-cultura-digital/>
- FANLO, L. G. (NOVIEMBRE de 2013). *UBA*. Obtenido de ubaculturadigital.wordpress.com/2013/11/08/internet-identidad-y-transicion
- MARTINEZ, V. (2015). *RAZON Y PALABRA*. Obtenido de <http://razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa%209/VictorMartinez.pdf>
- SALVETELLA, R. (02 de 2014). *COMPETENCIAS DIGITALES*. Obtenido de http://www.rocasalvatella.com/sites/default/files/maqueta_competencias_espanol.pdf
- WIKI, M. (2009). *WIKI*. Obtenido de http://www.wiki.espol.edu.ec/index.php/Cultura_digital