

2017

CULTURA DIGITAL

FUNDAMENTOS DE INGENIERÍA ADMINISTRATIVA
MARIELA DENISSE REBOLLO ALTAMIRA

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE ORIZABA | MAESTRÍA EN INGENIERÍA ADMINISTRATIVA

CULTURA DIGITAL

NUEVAS CULTURAS Y SUS IMPLICACIONES

INTRODUCCIÓN

(Portugal, 2007) menciona que la cultura es la base y el fundamento de lo que somos. Esta existe en nosotros desde el momento en que nacemos y es el aporte moral e intelectual de nuestros progenitores en un inicio y de nuestro entorno posteriormente.

Es importante saber que los pueblos del mundo, desde su fundación, van desarrollando su cultura, la cual, se plasma en sus formas de vida, organización social, filosofía y espiritualidad; normatividad ética y jurídica; arte, ciencia y tecnología; economía y comercio, educación; memoria histórica, lengua y literatura entre otros.

Finalmente, la autora María Portugal define a la cultura como todo aquello, material o inmaterial (creencias, valores, comportamientos y objetos concretos), que identifica a un determinado grupo de personas, y surgen de sus vivencias en una determinada realidad. Dicho de otro modo, cultura es la manera como los seres humanos desarrollamos nuestra vida y construimos el mundo o la parte donde habitamos; por tanto, cultura es el desarrollo, intelectual o artístico. Es la civilización misma.

A continuación, se mencionarán dos definiciones importantes del término “cultura” desde el punto de vista de diferentes ciencias:

Para la Sociología, cultura es el conjunto de estímulos ambientales que generan la socialización del individuo.

Para la Filosofía, cultura es el conjunto de producciones creativas del hombre que transforman el entorno y éste repercute a su vez modificando aquel.

Hecho por: L.A Mariela Denisse Rebollo Altamira

Asesor: Dr. Fernando Aguirre y Hernández

Por otro lado, encontramos que (Salazar, 2001), argumenta que la cultura es entendida como un sistema simbólico de comunicación construido por las sociedades en un tiempo y un espacio determinado y en constante dinamismo permite acercarnos al mundo contemporáneo y hacer una lectura de cómo las sociedades o grupos de hoy están permanentemente construyendo sistemas de comunicación a través de diversos símbolos, y que sus referentes culturales son el producto de una historia de permanentes cambios, son una memoria de su vida. Por medio de la cultura, cada sociedad define su propia manera de ser, de tener su identidad, pero en el mundo contemporáneo y dentro de una visión del sistema mundial los procesos interculturales se dan con cierta frecuencia y diversidad, lo que permite la construcción permanente de nuevas culturas o la rearticulación de las ya existentes.

Por lo tanto, podemos argumentar que el término “cultura” es un sistema que está constituido por todas las experiencias que nos rodean, tanto externas como internas, y es reflejada a través, de nuestra forma de vida, de organización, social, de identidad, tecnología y economía, por mencionar algunas. Sin embargo, en la actualidad, con el uso de la tecnología, se han eliminado las fronteras y barreras, que previamente existían en el mundo entero, dando paso a procesos interculturales que, al darse con frecuencia y diversidad, permiten la construcción de nuevas “culturas”, tal como la “cultura digital”, misma que será analizada en el presente artículo.

ERA DIGITAL

(Marín, 2010) argumenta que, en el siglo XIX, la Revolución Industrial marcó el devenir del hombre entendido como entidad social y cultural. La llegada de la era digital y, con ella, las nuevas tecnologías, ha generado un crecimiento tecnológico sin precedentes, motivando que -en determinados ámbitos- se hable de Segunda Revolución Industrial. Esta era tecnológica no sólo ha favorecido una mejora en la calidad de los servicios, sino un aumento espectacular en la diversidad de los mismos. Así, la implementación de estas nuevas tecnologías se está manifestando sobre lo que se ha llamado sociedad industrial, dando lugar a lo que actualmente conocemos como sociedad de la información o del conocimiento.

Que las técnicas implantadas por esta nueva etapa digital constituyen un conjunto de tecnologías cuyas aplicaciones abren un amplio abanico de posibilidades a la comunicación humana. El carácter sinérgico de las nuevas tecnologías marcará los procesos productivos y comunicacionales de nuestra era a nivel mundial, denominada Revolución Digital. Así, los sectores del ámbito de las telecomunicaciones pierden su carácter autónomo e independiente a favor de la flexibilidad, y las antiguas parcelaciones tecnológicas autónomas se disuelven haciéndose obligatorios los contactos y las colaboraciones multidisciplinares.

La influencia ejercida por los medios informáticos en todos los procesos y fases de la comunicación de los medios actuales abarca el registro, la manipulación, el almacenamiento y la distribución de la información, ya sea en forma de textos, imágenes fijas o en movimiento, sonido o construcciones espaciales. Por consiguiente, igual que la energía fue el motor de la Revolución Industrial, la información es el eje sobre el que gira esta revolución tecnológica.

Hecho por: L.A Mariela Denisse Rebollo Altamira

Asesor: Dr. Fernando Aguirre y Hernández

En este contexto (Marín, 2010) argumenta que en este contexto donde tecnología y medios de comunicación de masas se encuentran, se establece un nuevo modelo económico, productivo y social que supone la aparición de industrias, perfiles profesionales y modelos económicos hasta ahora desconocidos.

De modo que la industria tecnológica y los medios de comunicación deben replantearse su papel, teniendo siempre presente la necesidad, y el carácter obligatorio, de la cooperación intersectorial para llegar al usuario final en el marco de las nuevas tecnologías de la comunicación.

De ahí, que surja la necesidad de analizar el alcance y magnitud de los cambios sociales, que son fruto de la adopción e inmersión de dichas tecnologías mencionadas anteriormente.

Actualmente, vivimos en un contexto de innovación tecnológica donde encontramos una transformación generalizada de los medios, soportes y canales de información. El salto de lo analógico a lo digital, constituye una nueva configuración de los medios, así como un cambio de mentalidad, en los procesos y los modos.

La Era Digital abre nuevas posibilidades que anteriormente eran inconcebibles, se puede apreciar cómo la convivencia de diferentes tecnologías no sólo determina nuevos avances técnicos, sino que éstos evolucionan hacia nuevas formas y modos. Con la implementación de los sistemas digitales y las nuevas tecnologías de la información ha tenido lugar una redefinición de los medios de comunicación tradicionales.

De este modo, el avance tecnológico siempre debe ir unido al progreso social, abriendo puertas a nuevos horizontes de conocimiento y garantizando la madurez intelectual de las sociedades.

(Elgezabal, 2016) expone que la Era Digital nos ha traído muchos más recursos de conocimientos sobre las realidades sociales que la era analógica (era de los medios de comunicación de masas y de las industrias culturales con ventas

Hecho por: L.A Mariela Denisse Rebollo Altamira

Asesor: Dr. Fernando Aguirre y Hernández

masivas de libros, discos o audiovisual) y en la que unas elites relativamente reducidas y especializadas, gestionaban el saber y la opinión pública.

CULTURA DIGITAL

(Gómez, 2008) menciona que Cultura digital es un nombre cada vez más usado para referirse a las nuevas prácticas culturales basadas en la tecnología digital. El estudio antropológico sobre esta temática inició en Estados Unidos y Europa, cuando comenzaron a notarse importantes consecuencias culturales, siendo uno de los investigadores pioneros Nicholas Negroponte, quien publicó un libro clave para reflexionar sobre este fenómeno. Este autor ha relanzado el interés por la reflexión sobre el impacto de la tecnología en las modernas sociedades.

El concepto de 'cultura digital' está englobando diversos temas y a menudo se mezclan dos aspectos que tienen diferencias importantes. El primer aspecto hace referencia al hecho de incorporar a nuestras vidas los instrumentos y herramientas digitales. El otro aspecto, que a menudo lo integramos al primero, tiene que ver con la cultura derivada de lo que conocemos como sociedad del conocimiento que tiñe las relaciones sociales, los modelos de generación de conocimiento y los procesos productivos.

Otro estudio pionero fue de Sherry Turkle (1997), quien puso en alerta sobre la manera en que internet impactaba en nuestros sentidos de identidad y de privacidad, inclusive las consecuencias del anonimato. Ella estudió cómo un porcentaje altísimo de gente que entraba al chat en aquel momento mentía sobre su sexo, edad, características físicas o ingreso económico, y que esto no era un fenómeno aislado.

Desde principios de la década de 1990, la cultura digital empieza a ser considerada objeto de estudio antropológico, debido a sus efectos sobre las identidades nacionales, locales e individuales, en el lenguaje, además de las

Hecho por: L.A Mariela Denisse Rebollo Altamira

Asesor: Dr. Fernando Aguirre y Hernández

consecuencias sociales, políticas y legales en lo que respecta al uso de los nuevos medios de comunicación.

La gran aportación de la antropología en un futuro inmediato tiene que ir dirigida hacia el estudio y análisis de la cultura digital. El antropólogo tendrá que estudiar y analizar los valores sociales y culturales que forman parte del mundo digital, que en los planes de inclusión social de cooperación al desarrollo sean tenidos en cuenta los valores sociales y culturales de los individuos y grupos para no provocar actuaciones traumáticas. Y, en segundo lugar, en el mundo digital, que empieza a cobrar existencia paralela está generando todo un sistema de relaciones, estructuras, valores y comportamientos específicos y será necesario estudiarlos, tanto con los códigos del propio mundo digital como en las relaciones que se establecen con el mundo real y valorar la influencia y aspectos que se establecen en estos dos sistemas.

Algunas características que queremos proponer para abordar el estudio de la cultura digital son:

1. La cultura digital se desarrolla en un ecosistema global. La globalidad es el primer concepto y ello nos hace adoptar actitudes, vínculos y pautas sociales radicalmente diferentes a las que conocemos hasta ahora.
2. Este ecosistema global se mueve en un entorno multicultural. La segunda característica a tener presente es la multiculturalidad en un escenario que no está exento de confrontación.
3. La cultura digital se genera sobre una tecnología específica que acorta los tiempos de emisión-recepción y es interactiva. De ahí el éxito de los portales dinámicos frente a los estáticos que mantienen la misma información.
4. La cultura digital deviene constructivista y con un acentuado carácter participativo. Los productos que se mueven sobre la red son elaborados, definidos, destruidos y reconstruidos por los propios ciudadanos y grupos.

Hecho por: L.A Mariela Denisse Rebollo Altamira

Asesor: Dr. Fernando Aguirre y Hernández

5. La cultura digital se desenvuelve en un cambio acelerado que se ha convertido en uno de sus signos de identidad más definatorios. Lo que vale hoy mañana puede estar obsoleto. Los productos que se elaboran, por tanto, se adaptarán a esta característica. No olvidemos el grandioso éxito de los videos cortos en portales como YouTube.
6. La sociedad no es del todo permeable a la cultura digital, al menos en estos años, Se necesita una base de conocimientos y la adquisición de competencias básicas que limita su universalización. Por tanto, es necesario generar esos entornos favorables de los que se hablaba con anterioridad.

(Santamarina & Yurén, 2010) indican que en algunos espacios geográficos las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) constituyen parte del ambiente social y cultural de los sujetos, mientras que en otros países estas herramientas son auténticas novedades.

Las brechas existentes en materia de TIC contribuyen a profundizar las desigualdades y a dejar fuera de los beneficios de la globalización tecnológica a una gran cantidad de personas en el mundo. Dado que, las TIC no son sólo medios o herramientas, puesto que los usos diversificados de éstas tienen fuerte impacto en la cultura y en la vida misma de los sujetos: en sus proyectos, en sus modos de ver el mundo, en sus formas de interactuar y, en suma, en su identidad.

Se sabe que la forma de instalarse y navegar en la red Internet (ciberespacio) configura distintos modos de interactuar, de procesar y difundir la información, e incluso de construir el conocimiento. Se amplía y complejiza el ciberespacio al tiempo que se configura la cibercultura. Sin embargo, la apropiación de la cultura digital no es homogénea pues depende de los distintos usos que se le dan a la herramienta y al modo en el que se interrelaciona con la cultura local.

(Santamarina & Yurén, 2010) describen el término “cultura digital” como la forma peculiar que la cibercultura adquiere en una población determinada.

Hecho por: L.A Mariela Denisse Rebollo Altamira

Asesor: Dr. Fernando Aguirre y Hernández

Si un grupo se encuentra rezagado en el uso de las TIC, su cultura digital es pobre y ello coloca a sus integrantes en una situación de desventaja en relación con los no rezagados.

En México, la modernización digital se ha vivido con retraso en relación con otros países. La computadora personal en nuestro país apareció a mediados de los ochenta y por esas fechas también se registró la primera conexión mexicana a una red internacional llamada Bitnet. En 1986, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) se conectó directamente a dicha red a través de una institución del Estado de Texas. Poco después, la Universidad Nacional Autónoma de México hizo lo mismo a través del nodo del ITESM. En 2008, un 23.6% de la población de México es usuario de Internet I y II, y hay 31 millones de computadoras en el país. Prácticamente todas las universidades están conectadas a Internet y otras redes, así como las empresas y los organismos públicos.

(Santamarina & Yurén, 2010) menciona que el término “cibercultura” se describe como: El conjunto de las técnicas (materiales e intelectuales), de las prácticas, de las actitudes, de los modos de pensamiento y de los valores que se desarrollan conjuntamente en el crecimiento del ciberespacio.

Dicha definición no puede entenderse sin su referente: el ciberespacio, al que en el artículo de Santamarina se define de la siguiente manera: El ciberespacio (que llamaremos también la “red”) es el nuevo medio de comunicación que emerge de la interconexión mundial de los ordenadores. El término designa no solamente la infraestructura material de la comunicación numérica, sino también el oceánico universo de informaciones que contiene, así como los seres humanos que navegan por él y lo alimentan.

(Lévy, 2007) menciona que la cultura digital es entendida como la totalidad de las redes que han surgido y han sido configuradas decisivamente por los impactos de las nuevas TIC digitales, por lo tanto, entendemos que la cultura digital va más allá de los sistemas, prácticas, entornos y medios culturales simbólicos (como los directamente relacionados con la información, la comunicación, el conocimiento o

Hecho por: L.A Mariela Denisse Rebollo Altamira

Asesor: Dr. Fernando Aguirre y Hernández

la educación) y se extiende prácticamente por todos los ámbitos de la sociedad digital.

De manera gráfica, la cultura digital puede verse como la intersección de:

1. La cibercultura;
2. Los usos y modos de apropiación de las TIC, y
3. El capital cultural y el capital económico.

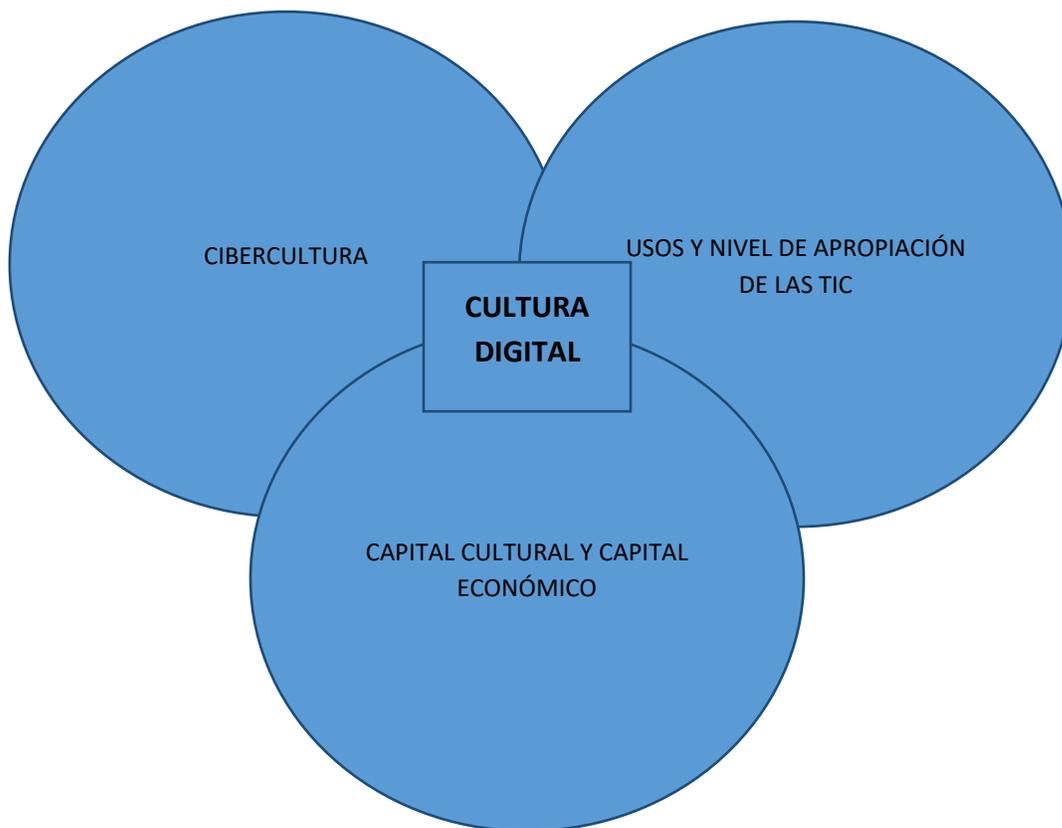


Figura: La Cultura Digital y sus Condicionantes

Fuente: (Santamarina & Yurén, 2010)

(Fossatti & Gemetto, 2012) explican que la cultura digital está basada en la posibilidad de trabajar con estos objetos digitales que se pueden transformar y compartir mediante herramientas tecnológicas.

A continuación, se mostrará en una tabla comparativa de (Elgezabal, 2016), que comparará a la Cultura Analógica y la Cultura Digital con sus respectivas tendencias y tipo de comunicación entre sí.

Hecho por: L.A Mariela Denisse Rebollo Altamira

Asesor: Dr. Fernando Aguirre y Hernández

Cultura y Comunicación Analógicas	Cultura y Comunicación Digitales	Tendencias
Los medios de comunicación gestionaban la agenda y la opinión pública	Se añaden agendas múltiples que reestructuran el sistema de información.	Omnipresencia de las redes, trend topics efímeros pero empoderamientos desde algunos ámbitos.
Industrias separadas de materiales, programaciones y contenidos.	Convergencia, multimedialidad con interactividad desde internet.	Naturaleza dispar de la propia red: comercial y, en paralelo, social media y entornos colaborativos.
Media convencionales, y son motores los editores/programadores/ y propiedad intelectual.	Señores de las redes globales: proveedores de servicios (Amazon, Apple), plataformas (Facebook, YouTube), buscadores (Google), aparataje (Microsoft, Samsung).	Nuevos distribuidores se apropian y gestionan los contenidos. Hay vulnerabilidad como sociedades vigiladas.
Jerarquía entre creador y usuario y reglas del gusto. Cultura pasada por la crítica. Expresividades y formatos específicos.	Cultura líquida, asociativa. Flexibilidad y abundancia de la producción amateur y consumos productivos. Todos comunican. Mix expresivos.	La lustración y la modernidad redefinidas. Hipercomunicaciones multidireccionales.
Brecha cultural y comunicativa.	Democratización digital pero brecha añadida en los accesos de pago.	Oportunidad de accesos.
Comunidades convencionales. Geografía con compartimentación entre local, nacional e internacional.	Se solapan comunidades virtuales. Globalidad con geografías.	Identidades básicas y subidentidades múltiples. Globalidad y proximidad son compatibles.
Hogar-castillo-espacio domésticos privado	Ciber-Hogar interconectado, interferido y emisor.	Espacio público no político, pero emergen actores políticos tecnológicamente dotados.
Economías de escala con modelos de negocios estables.	Crisis de los modelos.	Economías de red, club, atención, del don y la experiencia.
Procomún histórico y	Inmenso procomún	Mentalidades analógicas

Hecho por: L.A Mariela Denisse Rebollo Altamira

Asesor: Dr. Fernando Aguirre y Hernández

apropiación.	amenazado y rentabilidad también.	restringiendo oportunidades digitales.
--------------	-----------------------------------	--

Fuente: (Elgezabal, 2016)

IMPLICACIONES DE LA CULTURA DIGITAL

(Fossatti & Gemetto, 2012) argumentan que una de las manifestaciones más evidentes de la cultura digital es la transformación del lenguaje cotidiano. Ya se han instalado en nuestras prácticas discursivas decenas de términos que revelan hasta qué punto se ha metido la cultura digital en nuestra vida diaria: Internet, correo electrónico, páginas web, módem, formatos de archivo, velocidad de conexión, servidor, webcam, interfaz, escáner, compresión, listas de distribución, proveedores de acceso, operadores booleanos, puerto de impresora, foros de discusión, chats, cibercomunidades, medios virtuales, hipertextos, portales, etc.

(Elgezabal, 2016) explica que la cultura digital amplía el sistema de comunicación de manera cualitativa, con nuevos ejes de espacio no geográfico y de tiempo no cronológico, pero no entierra la cultura y la comunicación propia de la era analógica, sino que las remodela. Esa explosión de comunicación incluso se produce en algunos medios convencionales como la TV, que sigue siendo el medio más exitoso, junto con los medios digitalizados y las comunicaciones por la red. En cambio, la prensa escrita convencional y la radio, tienen dificultades económicas en la era de “todos comunicados”.

AGRADECIMIENTOS Y TEMA DE TESIS

Agradezco a Dios por todas sus bendiciones, igualmente por la oportunidad de trabajar en el proceso de mejorarme a mí misma. Agradezco a mis padres por apoyarme en todo momento en esta nueva aventura, al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por su apoyo en mis estudios de posgrado, al Instituto Tecnológico de Orizaba, a la Maestría de Ingeniería Administrativa, así como a la materia de Fundamentos de Ingeniería Administrativa, por proporcionarme las bases necesarias para ser mejor como profesionista y ser humano.

Tema: Implementación de Herramientas de Cultura Digital para el Incremento de Productividad en el Área de Ventas en la Organización “x”

Objetivo: Implementar herramientas de TIC en el Departamento de Ventas en la Organización “x” para incrementar la productividad.

REFERENCIAS CONSULTADAS

Elgezabal, R. Z. (2016). *Tendencias en comunicación: Cultura digital y poder*. Editorial GEDISA.

Fossatti, M., & Gemetto, J. (2012). Arte joven y cultura digital. *Ártica*. Recuperado de <http://www.articaonline.com/descarga-el-e-book-arte-joven-y-cultura-digital>. Recuperado a partir de <http://fcbosque.org/phocadownloadpap/arte%20joven%20y%20cultura%20digital.pdf>

Gómez, P. (2008, diciembre). La brecha digital, brecha social. Los recursos humanos en el desarrollo y la capacitación a través del aprendizaje digital ('elearning') [info:eu-

Hecho por: L.A Mariela Denisse Rebollo Altamira

Asesor: Dr. Fernando Aguirre y Hernández

repo/semantics/article]. Recuperado el 21 de abril de 2017, a partir de

http://www.ugr.es/~pwlac/G24_45Pedro_Maya_Alvarez.html

Lévy, P. (2007). *Cibercultura: informe al consejo de Europa*. Anthropos Editorial.

Marín, J. Á. J. (2010). LA ERA DIGITAL: NUEVOS MEDIOS, NUEVOS USUARIOS Y NUEVOS PROFESIONALES. *Razón y Palabra. Estudios cinematográficos: revisiones teóricas y análisis*, (71). Recuperado a partir de

http://www.razonypalabra.orgwww.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf

Portugal, M. G. (2007). Concepto de Cultura. Recuperado el 20 de abril de 2017, a partir de

<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/cultura-concepto.html>

Salazar, R. D. (2001). Comida y cultura: Identidad y significado en el mundo contemporáneo.

Estudios de Asia y África, 83–108.

Santamarina, D., & Yurén, T. (2010). Cultura Digital en Estudiantes Universitarios. Primera Fase de Estudio de Caso. *Congreso Euro-Iberoamericano de Alfabetización Mediática y Culturas Digitales Sevilla: Universidad de Sevilla*. Recuperado a partir de

https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/56791/cultura_digital_en_estudiantes_universitarios._primera_fase_de_un_estudio_de_caso.pdf?sequence=1&isAllowed=y