

LAS ESTRATEGIAS DE USO Y SIGNIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN EN USUARIOS NATIVOS Y MIGRANTES DIGITALES

José Manuel Corona Rodríguez
Universidad de Guadalajara (México)

Resumen

En este informe se da cuenta de las estrategias desarrolladas por usuarios nativos y migrantes digitales en los procesos de significación de la información en su consumo habitual en Internet. Se reflexiona sobre los procesos de creación de sentido desde una perspectiva microsocia, recuperando las formas en que los usuarios usan la tecnología para sus propias finalidades y objetivos, más allá de los usos previstos o imprevistos que en la Red se desarrollan.

También se reflexiona acerca de las relaciones que se establecen con la información como elemento central de la comunicación contemporánea, en la cual se rompen paradigmas y cambian las maneras de entender la realidad. Se trabaja, asimismo, la construcción de significados a partir de las mediaciones tecnológicas y comunicativas desde una perspectiva experiencial entre nativos y migrantes digitales.

Palabras clave: nativos y migrantes digitales, construcción de significados, estrategias de uso.

Introducción

Este documento¹ busca reflexionar sobre los procesos de creación de sentido desde una perspectiva microsocia, recuperando las formas en que los usuarios utilizan la tecnología y conviven con ella más allá de los usos previstos o no previstos. Esto implica asumir como punto de partida que la experiencia individual de los usuarios da sentido a la Red de un modo particular en cada caso, pero también grupal y social a partir de las formas que son compartidas.

Desde esta perspectiva se aborda la relación de los usuarios con Internet como un escenario simbólico de nuevas formas de aprendizaje e interacción con el mundo. Asumimos que existe para el usuario un proceso de apropiación gradual que produce contextos de participación, generación e intervención sobre los significados de la Red. Este proceso sucede en el día a día de los usuarios y es posible recuperarlo para rearmar y dar sentido a las formas de utilización tanto de la información como tal, como de las herramientas, software y dispositivos que involucra. Este proceso de rearmar el sentido de lo que sucede en la cotidianidad de las personas, está pensado a partir de la noción de *recorrido*² como una actividad que posibilita la interacción de los usuarios y que deja huella de su *estar* en Internet.

De modo que las trayectorias vendrían a ser estos recorridos, es decir, estos caminos que transitan y construyen los usuarios a través de la información y en los que despliegan sus estrategias y lógicas de uso

de las herramientas de la Red. Así pues, consideramos una oportunidad metodológica reflexionar e investigar las estrategias que emplean y desarrollan los usuarios en la Red para resolver problemas, satisfacer necesidades y, en general, para usar la información disponible en Internet.

No se trata de evaluar o cualificar la utilización de la información y las herramientas, sino de examinar la participación social en la influencia y construcción de la tecnología a partir del uso de la información en contextos particulares. Se trata de eliminar las lógicas mecanicistas que suponen que las herramientas tecnológicas deben ser utilizadas o funcionar de determinada manera. Asumimos que quienes participan de la Red tienen sus propias lógicas para usar las herramientas, no hay una forma correcta de hacer las cosas, tienen sus propias formas de validación, que en muchos casos son compartidas.

El resultado de lo que hacen los usuarios sería una combinación entre disposiciones técnicas del sistema y las lógicas y capacidades individuales y sociales que se emplean para resolver problemas y satisfacer necesidades, resultado de la aplicación y elaboración de estrategias.

Internet como objeto de estudio

En el estudio de las Tecnologías de Información y la Comunicación es necesario empezar por reconocer que han tenido, durante varios años, el calificativo de *nuevas*, lo cual hoy parece caduco y un lugar común cada vez más carente de sentido (Gómez Mont, 2002). Se ha cuestionado por diversos autores en numerosas ocasiones (Wolton, 2003; Piscitelli 2005; Siles, 2008), lo *nuevo* como calificativo válido para nombrar a las tecnologías actuales de la información y la comunicación no solo porque ya han pasado años desde su aparición y desarrollo, sino además porque las tecnologías siempre han estado y están cambiando.

Se propone pensar a las tecnologías actuales (incluida Internet) como la evolución de los medios tradicionales (Gómez, 2002; Scolari, 2008b). Principalmente porque el estudio de Internet desde una perspectiva del consumo de la información implica necesariamente una mirada histórica, que considere las tecnologías como resultado de un proceso evolutivo constante. Scolari (2008b) desde sus *Hipermediaciones* sugiere que para realizar un adecuado análisis de las tecnologías de la información y la comunicación es necesario pensarlas de forma integral y evitar los calificativos deterministas, ya que los medios son solo resultado de un proceso de evolución constante.

Aquí conceptualizamos Internet desde una perspectiva que podemos resumir, según las palabras de Bruno Latour (1996: 50), como “un espacio de mediación y articulación donde lo técnico y lo social convergen de forma híbrida”. Evidenciando nuestro interés por conceptualizar Internet como un objeto de estudio que si bien se mueve en términos de lo *técnico* es igualmente significativo (o más) pensarlo como una construcción resultado de lo *social*.

Según Searls y Weinberger (2010), Internet más que una *cosa técnica* es un *acuerdo*, lo que significa que es posible extrapolar el significado original de la *comunicación* a Internet, como un acuerdo que es

esencialmente producto de la sociedad³. De modo que pensamos Internet en el sentido de la construcción social, es decir, los desarrollos tecnológicos son producto de lo social y no de lo puramente mecánico y eléctrico. Proponemos considerar Internet como un *espacio* en el que los agentes sociales (los usuarios) realizan acuerdos entre ellos y con el sistema para construir los significados sobre dicho dispositivo tecnológico.

En este contexto, conviene recordar las afirmaciones de Kevin Kelly (1994: 14) cuando dice que “la tecnología se ha convertido en nuestra cultura, la cual es una cultura tecnológica; que ahora está en el centro de nuestras vidas. Tecnología es el fuego que se comporta como un organismo vivo no como una máquina”. De este modo, insistimos en ver Internet como un espacio de convergencia y consenso social. Y en este sentido, la *información* vendría a ser una característica muy importante para dar forma a la Red y que nos permite adentrarnos en los procesos mínimos de interacción que suceden entre los usuarios y el sistema.

En este trabajo, la *información* se define como el sentido que adquieren los datos como resultado de un proceso de significación que no siempre es consciente y deliberado. De modo que la información antes que ser una característica totalitaria de la sociedad es resultado de un proceso individual que requiere de la interiorización del sujeto para la generación de significados. Proponemos entonces la necesidad de reflexionar ese proceso de generación de significados a partir de los usos y las estrategias particulares que emplean y despliegan los usuarios en la cotidianeidad de su consumo informativo⁴.

Como ya se ha anticipado, una base teórica fundamental es la noción de la Construcción Social de la Tecnología que invita a estudiar la tecnología desde su interior pues ahí se presentan dinámicas que están íntimamente ligadas a procesos sociales. Es decir, se invita a examinar el contenido y desarrollo de la tecnología para encontrar a *la sociedad en acción* (Bijker y Pinch, 1987).

La Construcción Social de la Tecnología (Social Construction of Technology [SCOT]) es un acercamiento teórico propuesto por Wiebe Bijker, Trevor Pinch, y Thomas P. Hughes que se ha constituido en uno de los modelos teóricos más relevantes en el estudio de las dinámicas de la tecnología (Pinch, 1997). Este modelo cuestiona directamente a otros modelos monodimensionales y lineales de entender la relación entre la tecnología y la sociedad.

La perspectiva de la Construcción Social de la Tecnología tiene sus bases epistemológicas en *la evolución de la tecnología*, en reconocer que una tecnología específica es solo el resultado de desarrollos previos a ella. Si pensamos en la lógica de la narración histórica veremos que con mucha frecuencia dicha narración siempre da cuenta de acontecimientos ordenados y que han ocurrido premeditadamente.

El desarrollo evolutivo de la tecnología se va impregnando de los usos que se hacen de ella, el resultado final del uso del artefacto será diferente espacialmente. Esto es, no podemos esperar que un teléfono móvil se use y signifique de la misma forma en todos lados y por todas las personas, incluso cuando sepamos que esa tecnología comparte la misma historia evolutiva.

Es necesario repasar que toda tecnología ha cambiado a lo largo del tiempo, y por ende, los usos que se hagan de ella también cambiarán. Es necesario, además, pensar al respecto de las implicaciones que esos cambios tienen en la sociedad y viceversa. Flichy (1993: 2) afirma que “un nuevo artefacto nunca sale con todas sus armas del fértil cerebro del inventor. Se requiere la aportación de numerosos investigadores para que lo realizable se derive de las diferentes hipótesis posibles, para que se combinen el conjunto de microinventos previos”.

Para Basalla (1991: 25), el desarrollo tecnológico de un artefacto no condiciona su uso, “un mismo instrumento puede significar diferentes cosas según el entorno cultural en el que se encuentre”. Si extrapolamos esta noción, podríamos decir que el significado de cualquier desarrollo tecnológico puede ser o no compartido por los miembros de un mismo grupo social, incluso cuando compartan rasgos culturales. El uso de un artefacto, ya sea un cuchillo, un rueda, un micrófono, una computadora o una red de computadoras dependerá de factores particulares de cada individuo más allá de que el artefacto esté cargado de un significado propuesto.

Asumiendo como premisa argumentativa que las tecnologías de la comunicación y la información son resultado de la construcción social, el objetivo general de este trabajo se concentra en reflexionar sobre la participación y agencia de los usuarios respecto de la construcción de significados de Internet, a partir de los usos y estrategias particulares en el uso, consumo y producción de la información.

En este sentido, la pregunta guía intentará responder cómo se construyen, modelan y establecen los significados sobre Internet y a través de cuáles estrategias se construyen estos significados.

Acercamientos metodológicos: la observación virtual

En tanto esta investigación apeló a la descripción precisa y puntal de las estrategias que realizan los usuarios, se diseñó una metodología que nos permitiera registrar durante un período de tiempo definido todo lo que hacen los usuarios en la Red. Esta estrategia metodológica tiene su fundamento en los principios de la teoría del hipertexto en lo referente a la posibilidad de registrar el *recorrido* de los usuarios en la Red, para encontrar allí sentido a sus estrategias y los significados que construye. Los registros hipertextuales son una propuesta que conecta lo teórico con lo metodológico y nos permite observar de una forma muy específica lo que hacen los usuarios en la Red y la influencia que pueden tener en la tecnología. El registro hipertextual es un tipo de observación virtual⁵ que se basa en el registro de las actividades que realiza el sujeto en su computadora. Se llevó a cabo este tipo de observación principalmente porque la presencia del investigador puede afectar notablemente la conducta del sujeto observado. Y porque la observación tradicional no nos permitía registrar los patrones y prácticas que suceden en el uso de las herramientas e interfaces disponibles en Internet.

Para el desarrollo de esta estrategia se utilizó un software que nos permitió registrar los usos cotidianos de los usuarios, llamado Refog Keylogger⁶ y es un programa que se usa comúnmente para el monitoreo de

actividades de empleados en empresas. Este software da cuenta de todas las páginas que visita un usuario, de las palabras que utiliza en sus búsquedas y de los tiempos en que está conectado o permanece en un sitio, entre otras cosas.

La experiencia hipertextual

La *experiencia hipertextual* se define como “una práctica interpretativa amplia que abarca desde la navegación en la World Wide Web hasta los videojuegos, pasando por las interacciones con dispositivos móviles” (Scolari, 2008b). Desde esta mirada, la *experiencia* como concepto nos permite caracterizar lo que hacen los usuarios en la Web, ya que resulta complicado encasillar todas las acciones en un solo tipo de actividad, es decir, cuando se *está* en Internet no solo se navega, también se juega, se busca, se comunica, se recupera, se ve, se lee, se escucha, se escribe, etc., todo puede suceder en un mismo espacio, de modo que se genera un tipo de *experiencia* caracterizada por la *hipertextualidad*⁷.

Así pues la *experiencia hipertextual* da cuenta de un entorno hipermediático en el que el usuario como lector se ve envuelto en diferentes formas de textualidad caracterizadas por la interactividad, las redes, las textualidades fragmentadas, y que ocurre frecuentemente en un ecosistema hipermediático. Con la *experiencia hipertextual* como eje de las interacciones se construye un tipo de usuario que tiene como principal característica desarrollarse en ambientes, recursos y medios heterogéneos.

Tomamos la idea de la *experiencia hipertextual* de las propuestas de Carlos Scolari y su teoría de las Hipermediaciones (2008a). Para este autor la *experiencia* puede ser observada en la lectura de ficciones interactivas, en la participación de actividades de escritura colaborativa, en la práctica de videojuegos, etcétera. En nuestro caso, la experiencia hipertextual engloba la complejidad del *estar* en la Red; ya sea la navegación, la participación en foros, la consulta de datos, el uso de buscadores, la pertenencia a una red social, la lectura y recuperación de información, la descarga de información, películas, videos o música, etcétera. Todo lo que hacemos en la Red, de algún modo, es parte de la experiencia hipertextual.

Desde esta perspectiva, el significado de la *experiencia* habita en el día a día de los sujetos tanto en un sentido que se manifiesta de presente, en un nivel de vivencias actuales y de futuro, y en un nivel de adquisición de conocimientos que habrán de ser útiles en el porvenir. Las experiencias hipertextuales serían esas vivencias que se manifiestan en el presente y que pueden tener repercusiones en el futuro. Son las experiencias de los individuos las que dan forma al ecosistema hipermediático y, a su vez, estas moldean a los mismos usuarios en un círculo de experiencias compartidas que va alimentando el ecosistema de medios actual.

En este contexto, mapear los usos ha significado registrar el movimiento virtual de los usuarios a través de la trama hipertextual, mirar sus actividades, observar su *experiencia hipertextual*. Michel De Certeau (2007), en el “Andar en la ciudad”, sugiere una exaltación del espacio como una entidad llena de significados para aquel que la recorre sin un objetivo predeterminado, nos invita a pensar la ciudad desde el *andar* de los

ciudadanos, pues son ellos quienes a fin de cuentas construyen, viven y experimentan todo lo que acontece en ella. Extrapolando la idea nos estimula a pensar Internet desde el andar de los usuarios, desde su transitar y *hacer* en la Web.

En ese sentido, los recorridos que registramos vienen a dar forma a un tipo de experiencia caracterizada por la hipertextualidad y funcionan para dar orden a las actividades que se realizan en un espacio virtual como Internet. El tránsito al que apela la idea de los recorridos implica necesariamente dos elementos: el sujeto que recorre el espacio, es decir, el transeúnte, y los caminos o lugares por los que pasa.

La experiencia hipertextual es una denominación que engloba toda la agencia de los usuarios que se conectan a la Red. La experiencia, como resultado de la agencia de las personas, implica un *hacer* de los usuarios o consumidores caracterizado por el desarrollo de prácticas significantes que tienen la forma de *huellas* o trayectorias. Las trayectorias implican un movimiento espacial en el que el agente determina su condición a partir de tácticas o estrategias (De Certeau, 2007).

Por estrategias, Michel De Certeau entiende aquellas acciones que poseen un lugar propio, es decir, que “presentan capacidad de anticipación; organizan el espacio y el tiempo cotidianos; establecen leyes, normas y prescripciones; producen discursos y textos, se sedimentan en el tiempo acumulado, son acciones de los productores” (2007: 23). Las *tácticas*, por el contrario, son caracterizadas como unas prácticas producidas por los consumidores; “no poseen lugar propio sino que deben actuar en los escenarios del otro; son prácticas fugaces que aprovechan el tiempo; dependen de la astucia; no anticipan; usan las fallas y fisuras del sistema” (*ibidem*). Las tácticas, sugiere, no poseen autonomía, se ven opacadas por el accionar de los productores.

Un ejemplo que permite la aplicación de estas categorías es la ciudad. La ciudad puede ser observada desde arriba como un espacio lleno de normas y significados que requiere de estrategias para comprenderla y habitarla. Pero al mismo tiempo hay otra ciudad: la ciudad vivida, un espacio hecho por otros, lugar por donde caminan los sujetos, que se va marcando con sus trayectos plurales y heterogéneos, cambiando desde ahí la cartografía urbana, jugando en los intersticios. Estos practicantes operan sobre un espacio que, antes que un orden fijo, implica segmentos de dirección, velocidad y tiempo, es decir, un lugar donde se realizan operaciones hechas por sujetos concretos.

En este sentido, y extrapolando estas nociones al espacio rizomático de la Red, las estrategias no solo pueden ser consideradas como resultado del *hacer* de los productores sino también de los consumidores, puesto que estas divisiones entre productor y consumidor parecen perder toda validez en la Red.

La conceptualización de las estrategias es válida tanto para aquellas acciones que se realicen en función de los productores como de los consumidores. Las estrategias son más que las tácticas en el sentido en que las primeras son necesarias para habitar espacios, son el resultado de la acción de los agentes y permiten a estos crear significados y contenidos.

De Certeau (2007: 42) afirma que “la estrategia postula un lugar susceptible de ser circunscrito como propio”, es decir, aquí el productor o creador es consciente de la administración estratégica de su espacio y de su contexto, de modo que puede ejercer el poder y ejecutar de algún modo su voluntad. Esta caracterización de la estrategia implica tres aspectos: 1- lo propio, como una victoria del lugar sobre el tiempo, que permite capitalizar las ventajas y capacidades adquiridas, 2- la práctica panóptica, a partir de un lugar desde dónde el *hacer* individual transforma las fuerzas ajenas, y 3- el poder del conocimiento como una capacidad para transformar las incertidumbres.

En este sentido, las estrategias son acciones que se configuran por el principio del *lugar de poder*, desde donde se es capaz de articular significados y consumir contenidos.

La posibilidad de entender la Red como un texto que es leído y significado permite ejemplificar los niveles de participación de los usuarios en la construcción de los significados de Internet. En este sentido, el binomio producción-consumo puede sustituirse por un equivalente general: la escritura-lectura. Esta extrapolación tiene como lógica el hecho de que la actividad lectora presenta todos los rasgos de una producción silenciosa o imperceptible (Vanderdorpe, 2003).

Así pues, la actividad de significación que implica la lectura es todo menos pasiva. Los usuarios-lectores desarrollan y emplean estrategias que permiten significar, otorgar sentido a lo que hacen, leen o escriben. De ese modo, es que resulta posible conocer en detalle lo que realizan los usuarios a partir de sus modos de *lectura*, puesto que este proceso implica tanto producción como consumo. El proceso de lectura que acontece en la Red, se evidencia en las trayectorias, por los recorridos que hacen los usuarios. La trama hipertextual vendría a conformar los textos por los que el lector-usuario transita y va significando.

De Certeau (2007: 109) lo enuncia de la siguiente manera: “El acto de caminar, es al sistema urbano lo que la enunciación es a la lengua”, el andar como acto enunciativo es una clara forma de afirmar que mientras se recorre se crea, se produce. El usuario que produce y consume en la Red actualiza caminos, desplaza e inventa otros, imagina atajos, desviaciones, improvisa su transitar, cambia de alguna forma el espacio en el que se desplaza y en el que se desarrolla virtualmente. Esa es la construcción de la Red. Ahí se ubican las estrategias, en ese punto la dimensión situacional se materializa.

Las estrategias en la construcción de la Red

El argumento central de este trabajo es que son los individuos y la sociedad en general quienes primordialmente construyen los significados sobre las tecnologías. La construcción social implica que existen momentos y niveles de participación y grados de influencia por parte de los usuarios y por parte de los sistemas tecnológicos y de medios. La construcción no ocurre en un proceso automático ni solamente a partir de la participación de los agentes es, en todo caso, un proceso dialéctico.

La perspectiva de la construcción social (de los significados) de la tecnología tiene sus bases epistemológicas en la perspectiva de la evolución de la tecnología, puesto que de facto, se asume que la

tecnología actual es resultado de desarrollos y avances previos, además de la participación de la gente y los grupos relevantes. Los avances y desarrollos que vive el ecosistema de medios actual son resultado de las prácticas individuales y sociales que se generan hacia el interior de la tecnología.

En ese sentido, encontramos una serie de estrategias que desarrollan y ejecutan los usuarios para desenvolverse en la Red y mediar sus contenidos de la mejor manera. Las hemos distinguido y determinado según la función que cumplen a partir de su relación con la información. Estas estrategias no son exclusivas y exhaustivas, buscan dar cuenta de las formas de uso que los usuarios desarrollan y ejecutan. Desde luego se pueden interrelacionar e influenciar mutuamente. Las presentamos a continuación.

Estrategias de organización: Aquellas encaminadas a organizar la información que se consume con mayor regularidad entre los usuarios. Encontramos ejemplos como el uso de: Google, marcadores, favoritos, accesos directos en navegadores y escritorio. Estas estrategias buscan dar orden (casi siempre inicial) a los recorridos de los usuarios.

Estrategias de búsqueda: Son aquellas encaminadas a hacer eficientes las búsquedas que realizan los usuarios, tienen como fundamento la obtención de mejores resultados al interactuar con la Red. Se caracterizan por la ejecución de exploraciones especializadas, la utilización de prefijos, sufijos, contracciones, búsquedas directas (hechas en los sitios), por tipos de archivos, por fechas, las que son orientativas (es decir, las que van guiando al usuario sobre lo que quiere) y las directas. En general son aquellas formas que se han desarrollado para mejorar la obtención de resultados en la exploración de la información.

Estrategias de apropiación y recuperación: Son aquellas estrategias que tienen la función de permitirles a los usuarios *hacer propia* la información en el sentido más estricto. Tenemos el cortar-pegar, el guardar información, el suscribirse a notificaciones y avisos RSS, el guardado externo (guardar información en la Red, como sitios dedicados o correos). También en esta categoría entran las estrategias que se realizan para apropiarse de los espacios, como puede ser el desarrollarse en ambientes multimedia. Y en general casi todos los tipos de descarga.

Estrategias de identidad y pertenencia a grupos de pares: Son aquellas estrategias que fortalecen los rasgos identitarios de los usuarios a partir del consumo de información con la que se relacionan e interactúan con otros. Los sitios a los que entran y la información que consumen refuerzan los rasgos y perspectivas de género. También se ubica el consumo de información a través de sitios de socialización en los que se participa para tener pertenencia a grupos.

Estrategias por fuera de la Red: Son aquellas que se ejecutan sin la necesidad de utilizar los navegadores o sistemas preestablecidos con los que funciona Internet. Tenemos por ejemplo la utilización de programas de descarga de música que funcionan bajo la lógica p2p (*peer to peer*). Programas como Emule, Limewire y Ares. También se incluye aquí la utilización de sistemas y software que no requiere para su funcionamiento una conexión directa a la Red, pero que pueden ser aplicados a Internet.

Estrategias de seguridad y protección: Son las que se producen para proteger los sistemas y software propios. Son aquellas que tienen como efecto brindar seguridad a la computadora de posibles amenazas. Encontramos tres tipos: las que se basan en la experiencia previa, las que se basan en el conocimiento y experiencias colectivas sobre qué es lo peligroso y además la ejecución de software de detección de amenazas.

Estrategias de posproducción: Aquellas que se realizan bajo una lógica de remezcla, es decir, crear algo nuevo con elementos que han sido previamente configurados. Es también una forma de apropiación y de control, pero va más allá porque funciona para producir contenidos propios y nuevos.

Estrategias colaborativas: Son las que funcionan bajo el principio de la inteligencia colectiva en el que se obtiene conocimiento a partir de la participación de muchos usuarios. Ejemplos de esto serían el sistema Yahoo! respuestas o Wikipedia.

Estrategias de ubicación: Son aquellas que permiten a los usuarios ubicarse en el espacio rizomático que conforma la Red. Son difíciles de evidenciar porque no existe un sistema o interfaz que haya sido pensado para esto, pero el uso de Google como reubicación del espacio podría funcionar, Facebook también sería un ejemplo debido a su calidad de espacio conciliador de contenidos y creador de muchos vínculos.

Estrategias de validación y jerarquización: Son aquellas estrategias que se desarrollan y ejecutan para establecer criterios que hagan aceptable y admisible determinada información para su consumo y apropiación. Estas estrategias implican la aceptación, la discriminación y el rechazo de información o sitios. Se refiere también a las estrategias que se despliegan para establecer un orden de importancia de entre las opciones. Implican establecimiento de jerarquías a partir de las intuiciones, experiencias previas, conocimientos, usos finales y la presencia del azar. Por otro lado, existe una perspectiva que hace pensar que la jerarquización de la información por parte de los usuarios es mínima puesto que el sistema cada vez es más efectivo al respecto, lo cual le da más injerencia y le resta libre albedrío al usuario.

Estrategias para la remediación y convergencia de contenidos: Son estrategias que buscan mediar efectivamente la convergencia de medios, haciendo una simbiosis entre los significados preestablecidos y los construidos. Son estrategias que tienen la intención de hacer imperceptible la diferencia de los formatos en que se presentan los contenidos y en los que han sido creados. Son todas formas de mediar el consumo de medios tradicionales en la Red.

Las estrategias desarrolladas por los usuarios pueden ayudar a entender los niveles reales de participación e influencia que pueden tener los usuarios en la construcción de la Red. La determinación de estas estrategias implica además que se desarrolle un ecosistema de medios basado en las hipermediaciones.

Reflexiones finales: la convergencia de medios

La convergencia de diferentes lenguajes y medios de comunicación es un rasgo característico de Internet, tal como imaginaron los pioneros del hipertexto al desarrollar un espacio donde confluyeran todo tipo de

documentos. Actualmente, es una realidad que se ha visto desarrollar con el paso de los años en una constante coevolución con otras tecnologías y con los mismos medios de comunicación masiva. En la Red cabe el lenguaje escrito, visual, sonoro, etc., condición que ofrece una amplia gama de posibilidades de expresión y tipos de información. Esta condición hipertextual se potencia a través de una estructura no secuencial y, apoyándose en la digitalización, cada usuario efectúa su propio recorrido y trayectoria a través de sitios interconectados.

La convergencia no es exclusiva de las nuevas tecnologías, sino un proceso natural, constante, una coevolución. Desde una perspectiva mcluhaniana, los medios siempre tienen elementos de otro medio anterior, de modo que la idea nos ayuda a considerar a Internet como un medio que es resultado de la evolución de un complejo ecosistema informacional (Scolari, 2009).

La hipermedialidad otorga nuevos significados y características a los medios, en este sentido Scolari la define como "un concepto que no solo hace referencia a la suma y fusión de los medios, sino que además intenta explicar el proceso de mediación en un contexto más complejo, en el que el usuario resignifica su relación con los medios y sus contenidos" (Scolari, 2008a: 69). La hipermedialidad en Internet no solo implica la conjugación de varios medios (televisión, prensa, radio, cine, libros, etc.) en un mismo sistema, sino que los redimensiona y adapta a sus características y necesidades (Landow, 1997).

Las convergencias y remediaciones de medios no pasan solamente por los contenidos y medios, sino también por los formatos, en este sentido Scolari (2009) ha acuñado el término narrativas transmediáticas que se refiere fundamentalmente a un tipo de narrativa que trasciende las formas comunes, lineales y centralizadas. En este sentido, creemos que la convergencia de tecnologías (en una sola) es algo más que una simple amalgama de medios en una única pantalla o dispositivo. La remediación que acontece en el consumo de medios cambia los lenguajes, éstos interactúan entre sí y crean espacios híbridos que pueden dar nuevas formas de comunicación.

Las relaciones que se establecen con la información como elemento central de la comunicación contemporánea, parecen romper con paradigmas y formas de entender la realidad. Los significados que construimos sobre la realidad están imbuidos de mediaciones tecnológicas y comunicativas que determinan nuestra condición como sociedad y como individuos pertenecientes a esta.

Nota

¹ Las ideas que aquí se presentan son resultado de una investigación desarrollada en el contexto del programa de Maestría en Comunicación de la Universidad de Guadalajara.

² Noción tomada directamente de los postulados de la teoría del Hipertexto de George Landow (1994). Se refiere directamente a la posibilidad de observar los caminos que hacen los usuarios a través de los hipertextos que constituyen la Red.

³ Situación que contrasta con el hecho conocido de que Internet tuvo su origen (sobre todo técnico) en investigaciones y desarrollos militares realizados en la década del sesenta por el gobierno de los Estados Unidos de Norteamérica (Siles, 2008).

⁴ Lo cual no significa que la lógica de la Construcción Social se reduzca a la suma de las individualidades de consumo, sino a la capacidad de los sujetos para integrar sus prácticas individuales a la colectividad a partir de los marcos interpretativos en los que verifican y validan sus acciones.

⁵ Cristine Hine (2000) ha desarrollado un tipo de observación virtual que funciona a partir de los principios etnográficos trasladados a espacios virtuales. Este tipo de observación implica que es posible conocer a fondo prácticas sociales a partir de la inclusión en comunidades o grupos virtuales. En este sentido, la observación virtual apuesta por conocer el día a día de los usuarios a partir del uso de la tecnología y el consumo mediático.

⁶ Se utilizó la versión Refog Keylogger Monitor. Es un software de descarga gratuita que solo puede ser usado durante 30 días naturales, después de los cuales la información se envía a un sitio previamente establecido. Para más información el sitio del software es: <http://www.refog.es/>.

⁷ Es importante reconocer que hablamos de experiencias y usos con fines descriptivos analíticos, y que reconocemos que los usuarios son diversos en su acceso y circunstancias, lo cual puede incidir en sus experiencias y usos.

Bibliografía

Bijker, Wiebe y Pinch, Trevor (1987), "The Social Construction of Facts and Artifacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other", en Bijker, W., Hughes, T. y Pinch, T. (eds.), *The Social Construction of Technological Systems. New Directions in the Sociology and History of Technology*, USA, MIT Press.

De Certeau, Michel (1996), *La invención de lo cotidiano, Los Artes del Hacer*, México, Universidad Iberoamericana.

Flichy, Patrice (1993), *Una historia de la comunicación moderna*, Barcelona, Gustavo Gili.

Gómez Mont, Carmen (2002), "Los usos sociales de las tecnologías de información y comunicación. Fundamentos teóricos", México, Versión, Estudios de Comunicación y Política N.º 12.

Hine, Cristine (2000), *Etnografía virtual*, Barcelona, España, Editorial UOC, Colección nuevas tecnologías y sociedad.

Kelly, Kevin (1994), *Out of control. The new biology of machines, social systems and the economic world* [en línea]. Disponible en: <<http://www.kk.org/thetechnium/index.php>>.

Landow, George (1994), *Teoría del Hipertexto*, Barcelona, Paidós.

Latour, Bruno (1996), *Reensamblar lo social, una teoría del actor-red*, Buenos Aires, Ediciones Manantial.

Pinch, Trevor (1997), "La construcción social de la tecnología: una revisión", en Santos, M. J. Y Díaz Cruz, R. (comp.), *Innovación tecnológica y procesos culturales. Nuevas Perspectivas teóricas*, México Fondo de Cultura Económica.

Scolari, Carlos (2008a), *Hipermediaciones; Elementos para una teoría de la comunicación Digital Interactiva*, Barcelona, Gedisa.

Scolari, Carlos (2008b), "Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo", *Diálogos de la comunicación*, N.º 77, julio-diciembre.

Scolari, Carlos (2009), "Alrededor de la(s) convergencia(s): Conversaciones teóricas, divergencias conceptuales y transformaciones en el ecosistema de medios", *Signo y Pensamiento* N.º 5, XXVIII, enero-junio.

Siles Gonzales, Ignacio (2008), "A la conquista del mundo en línea: internet como objeto de estudio (1990-2007)", *Revista Comunicación y Sociedad, Nueva época*, Núm. 10, julio-diciembre, Guadalajara, UDG, pp. 55-79.

Searls, Doc y Weinberger, David (2010), *What the Internet Is and How to Stop Mistaking It for Something Else*, World of Ends [en línea]. Disponible en: <<http://www.worldofends.com/>>.