

# EXPLORACIONES TEÓRICO-METODOLÓGICAS PARA LA INVESTIGACIÓN SOCIOCULTURAL DE LOS USOS DE LA INTERNET

---

Raúl Fuentes Navarro\*

## La irrupción de la Internet en el campo de los estudios de la comunicación

A mediados de los años noventa, la convergencia tecnológico-industrial y comercial que había venido desarrollándose en y entre los campos de la informática, las telecomunicaciones y la difusión masiva se concentró en la “red de redes”. Y a pesar de sus ya largos antecedentes, la rápida aparición de la Internet en la esfera pública fue en muchos sentidos sorpresiva. En un informe especial sobre el “ciberespacio”<sup>1</sup> encargado al canadiense Robert Everett-Green para el *Libro del año 1996* de la Enciclopedia Britannica, se resume muy bien la situación:

\* Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente y Universidad de Guadalajara, México.

1. Ciberespacio es un término introducido por el novelista William Gibson, como lo señala Everett-Green: “El ciberespacio de Gibson, descrito en su novela *Neuromancer*, de 1984, y en varias obras posteriores, era un ambiente artificial creado por computadoras. A diferencia de una película, que presenta imágenes en movimiento sobre una superficie plana, el ambiente ciberespacial se representaría con realismo detallado en tres dimensiones y a los cinco sentidos. También permitiría un cierto grado de intimidad cara a cara entre personas ubicadas en lugares distantes [...]” (Everett-Green, 1996).

El ciberespacio como realidad presente tiene que ver principalmente con redes de computadoras vinculadas mediante líneas telefónicas. La mayor y más conocida de estas redes, la Internet, fue desarrollada en los años setenta como un apoyo a la investigación militar y académica en Estados Unidos. Tan recientemente como en 1990, la Internet era casi desconocida para el público en general. A fines de 1995, sin embargo, la red ha absorbido a millones de usuarios no afiliados a instituciones de defensa o universidades. El volumen de los intercambios entre esos usuarios, que sumaban entre 20 y 30 millones en 1995, sobrepasó los 30 *terabytes* por mes, es decir, un volumen de información suficiente para llenar 30 millones de libros de 700 páginas cada uno. Para muchos de los involucrados en estos intercambios, y para muchos más que no tienen experiencia en redes computacionales, "ciberespacio" e "Internet" son términos que han llegado a ser prácticamente sinónimos.

Internet es un medio híbrido, que combina aspectos de la prensa, el teléfono, el tablero de avisos públicos y la carta privada. También permite transmisiones elementales de radio y televisión, sin la planta física requerida para la radiodifusión convencional. De hecho algunos comentaristas han pronosticado que la Internet o alguna red que la supere, eventualmente absorberá las funciones de la televisión, el teléfono y las publicaciones convencionales. Se habla de la "supercarretera de la información", un término acuñado en 1992 por el entonces senador Al Gore Jr., para referirse a un sistema de comunicación electrónica unificado e interactivo. El prospecto de un sistema tal, capaz de prestar una gama de servicios informacionales sin precedentes al hogar, escuela u oficina, ha desatado un cúmulo de alianzas estratégicas entre los intereses comerciales mayores de las industrias telefónica, de programación computacional y del entretenimiento. En 1995 el mundo de los negocios comenzaba a considerar a la mayoritariamente no comercial Internet como el equivalente electrónico de China: un mercado enorme, creciente y prácticamente inexplorado (Everett-Green, 1996).

Hay que recordar la obviedad de que el procesamiento, natural o artificial, de la información no es en absoluto una actividad recién establecida. Tampoco su intercambio entre seres humanos con propósitos de supervivencia, control del entorno, organización social, construcción de conocimiento, comercio o ejercicio del poder. Lo que es históricamente novedoso es el desarrollo de tecnologías y sistemas (industriales y comerciales) para realizar de manera masiva estas actividades, la preponderancia creciente de este "sector" en la organización social global y la necesidad de sistemas teóricos especializados para explicar estos fenómenos. La historia comple-

ta de las “ciencias de la comunicación”, que abarca ya más de un siglo (Rogers, 1993), coincide con el periodo de aceleración inaudita de estas transformaciones. Y, no obstante, la irrupción de la Internet en este campo de estudios parece haber sido en extremo sorpresiva, al grado de que los modelos y métodos adecuados para estudiarla están por proponerse y lejos de consolidarse. Será que, como afirmó Nicholas Negroponte en su *bestseller Ser digital* (1996), “en Internet todos somos novatos”.

Una exploración de las bases internacionales de datos de publicaciones en ciencias sociales (excluyendo, obviamente, las revistas de informática y ciencias de la computación) hace ver que entre 1992 y 1994 sólo aparecieron seis artículos acerca de la Internet en revistas de economía, y que apenas a partir de 1995 comenzaron a proliferar y a diversificarse, incluyendo unos cuantos artículos publicados en revistas de comunicación, como se aprecia en el cuadro 1. Ahí mismo se anotan los artículos sobre el mismo tema detectados en el mismo periodo en revistas latinoamericanas de comunicación.<sup>2</sup>

**Cuadro 1**  
**Artículos sobre la Internet publicados en revistas académicas**

Año	En revistas internacionales de ciencias sociales*	En revistas internacionales de comunicación*	En revistas latinoamericanas de comunicación**
1992	1	0	2
1993	1	0	0
1994	4	0	1
1995	73	1	0
1996	169	9	2
1997	202	6	9
1998	240	10	17

Fuentes:

\* *ProQuest*, consultado por Francisco Hernández Lomelí.

\*\* Búsqueda directa por Raúl Fuentes Navarro, 1999.

2. Estos datos provienen de un artículo de revisión de “estado del arte” en la investigación sobre la Internet en los estudios de comunicación, en preparación por Francisco Hernández Lomelí y Raúl Fuentes Navarro.

Estos datos indican, en principio, la muy reciente incorporación de los temas acerca de la Internet en la investigación académica de la comunicación, casi siempre como derivación de la temática de las “nuevas tecnologías de información y comunicación”, así como el rápido crecimiento del número de estudios publicados, en pocos años. Pero llama en especial la atención que se encuentren más artículos en las revistas latinoamericanas que en los *journals* internacionales del campo. El análisis de esta revisión es objeto de otro trabajo, actualmente en preparación, aunque estos primeros hallazgos son evidencia suficiente de que la investigación sobre la Internet como medio de comunicación apenas comienza, y de que quizá América Latina esté “al día” en la emergente exploración de algunas de sus múltiples dimensiones, a pesar de su “atraso” proverbial y su marginalidad en tantos otros aspectos, y de que la cobertura de la Internet no rebasa todavía 3% de la población.

La actual “globalización” de la economía tiene, en muchos sentidos, su base en la extensión de las redes telemáticas,<sup>3</sup> que comenzó a realizarse cuando, a mediados de los años cincuenta, confluyeron los desarrollos de la tecnología informática y de la tecnología de las telecomunicaciones, mediante la digitalización<sup>4</sup> y la superposición de un valor de cambio al valor de uso de la información. Manuel Martín Serrano señala que “establecer la medida cuantitativa de la información ha sido la conquista más reciente de la forma de producción capitalista, y tal vez represente la culminación de su éxito histórico, a 400 años de ininterrumpida apropiación de las actividades naturales y sociales para incorporarlas al mercado” (Martín Serrano, 1992: 65). Más recientemente, en la creciente reflexión sobre esta línea, Manuel Castells ha desarrollado un extenso y documentado análisis histórico-estructural de *La era de la información* (1999) en tres volúmenes, donde argumenta la emergencia de “la cultura de la virtualidad real”, asociada a “la integración de la comunicación electrónica, el fin de la audiencia de masas y el desarrollo de las redes interactivas” (Castells, 1999, I: 359-408).

No parece quedar duda, sobre estas bases, de que los usos sociales de la comunicación están en proceso de redefinición, integrando los hasta hace poco distintos

3. El término telemática proviene del informe francés sobre *La informatización de la sociedad* (Nora y Minc, 1981), y es preferible sin duda sobre otros, como “comunicación”, también propuestos en la época para nombrar la convergencia entre telecomunicaciones e informática, términos que quedaron en franco desuso.
4. Proceso de codificación de las señales de cualquier tipo en lógica binaria, representada por “1” y “0”, “sí” y “no” o “abierto” y “cerrado”, que mediante dispositivos electrónicos permite realizar múltiples operaciones sobre la información, en mayores volúmenes, a mayor velocidad y con mayor precisión que la lógica analógica (McHale, 1981).

espacios (público y privado) y tiempos (de trabajo y de ocio) en un megasistema de información-organización-acción: "Ahora la información está destinada a penetrar en el ámbito de todo lo programado y de todo lo programable; es decir, en todo nivel natural o artificial, material o inmaterial, que sea susceptible de ser intervenido por el hombre. Este horizonte hace prever que la comunicación se va a refuncionalizar aceleradamente" (Martín Serrano, 1992: 66).

Esta "refuncionalización" acelerada de la comunicación es un factor de evidente trascendencia para el campo de los estudios sobre la comunicación y la cultura "de masas". No se trata sólo de la aparición de un "nuevo" medio sino de un cambio mayor. En consecuencia, más allá de reeditadas posiciones "apocalípticas" o "integradas" (Eco, 1968) o de los extremos discursivos que pudieron representar hace más de 30 años *El hombre unidimensional* (Marcuse, 1968) o *La comprensión de los medios como extensiones del hombre* (McLuhan, 1968) al respecto, los desafíos teórico-metodológicos provenientes de los desarrollos tecnológicos de los sistemas de información/comunicación y, sobre todo, de su imbricación multidimensional en la economía, la política y la cultura, exigen pensar de manera crítica "el entorno cambiante de la información" (McHale, 1981) en términos de una "comunicación-mundo" (Mattelart, 1993) y sus implicaciones en cuanto a los desequilibrios, las desigualdades y las diferencias sociales preexistentes.<sup>5</sup> La temática de la "globalización" o "mundialización" tiene que explorarse en nuevos términos, con especial atención a la cultura y sus enlaces estructurales. Algunos de los autores de mayor influencia en los estudios latinoamericanos de la comunicación lo han estado haciendo desde posturas críticas renovadas (Ortiz, 1994; Mattelart, 1998; García Canclini, 1999).

En pocas palabras, los objetos de estudio que es necesario reformular no son sólo los productos tecnológicos nuevos como tales, o las tecnologías como lógicas de uso de determinados recursos (en este caso los informativos), se les considere "nuevas" o no. Se trata de algo mucho más amplio y profundo: los cambios en las relaciones socioculturales entre sujetos y sistemas, en la organización de la vida cotidiana y de sus representaciones cognitivas, en la distribución de las posiciones de poder y del control de los espacios y los tiempos en los que se sitúa toda actividad humana.

5. El enfoque de las "brechas" sociales incrementadas por las innovaciones tecnológicas ha estado presente desde hace por lo menos dos décadas en la investigación latinoamericana sobre la comunicación y la información, y sigue siendo críticamente pertinente. Véanse, por ejemplo, Mattelart y Schmucler (1983), o Rota *et al.* (1986).

## Propuestas para *impensar* la comunicación mediada<sup>6</sup>

Sólo en la última década, en el mundo anglosajón, la bibliografía que busca restablecer algunas certezas teórico-metodológicas en torno a la comunicación y su estudio académico es ya inabarcable, e incluye intentos cada vez más radicales de formular los fundamentos epistemológicos de este campo, como los de Anderson (1996), Schiller (1996) o Mumby (1997), y muchos más. Dan Schiller resume la necesidad actual de *impensar* la comunicación:<sup>7</sup>

Hoy la extensión y el significado de la comunicación se han vuelto virtualmente incontenibles. Estudiar comunicación, como se evidencia cada vez más ampliamente, no es sólo ocuparse de los aportes de un conjunto restringido de medios, sea a la socialización de los niños o los jóvenes, sea a las decisiones de compra o de votación. Ni es sólo involucrarse con las legitimaciones ideológicas del Estado moderno. Estudiar comunicación consiste, más bien, en elaborar argumentos sobre las formas y determinaciones del desarrollo sociocultural como tal. El potencial del estudio de la comunicación, en suma, converge directamente, y en muchos puntos, con los análisis y la crítica de la sociedad existente en todas sus modalidades (Schiller, 1996: vii).

Schiller se propone desentrañar los complejos procesos de “compromiso temático, diferenciación conceptual y síntesis analítica que han estructurado la indagación crítica sobre el carácter de la comunicación como una fuerza social determinante” durante los últimos 100 años. Con su revisión histórica, aporta una explicación plausible de la separación construida entre “comunicación” y “trabajo”, y sugiere una reintegración conceptual alrededor del concepto de “producción de la cultura”, siguiendo entre otros a Raymond Williams, tratando de conciliar aportes de la economía política y de los estudios culturales. Otros esfuerzos que sin duda han permitido avanzar de manera sustancial en el estudio de la comunicación y los medios son los del danés Klaus Bruhn Jensen (1995) y el británico John B. Thompson (1993, 1995).<sup>8</sup>

6. Partes de esta sección han sido expuestas previamente en otros trabajos del autor (Fuentes Navarro, 1998 y 1999), y se retoman aquí en función de la búsqueda de mayor desarrollo mediante la discusión.
7. El término *impensar* emula la propuesta de Immanuel Wallerstein (1998) con respecto a las ciencias sociales. A diferencia de la tarea de “repensar”, implica el abandono de ciertas premisas “tradicionales” que se han vuelto obstáculos para enfrentar los desafíos actuales.
8. El primero de ellos a partir del pragmatismo y la semiótica peirceana, y el segundo con base en la “nueva” teoría social y el marco interpretativo de la hermenéutica profunda.

Pero la orientación teórico-ideológica de los estudios en ciencias sociales se ha movido en los últimos años también sobre otro eje, más bien metodológico, de donde surgen retos que la investigación de la comunicación debe enfrentar, ahora que “la dimensión subjetivismo/objetivismo tiene la primacía, tanto en las humanidades como en las ciencias sociales en general, así como en la comunicación” (Rosengren, 1993). Según Rosengren, ahora “se enfatiza mucho más que antes el enfoque del sujeto actuante y deseante, el individuo humano como tal”, además de que “la perspectiva histórica se ha fortalecido aún más, como un complemento bienvenido a la perspectiva unilateral y ahistórica de los antiguos enfoques conductistas y científico-sociales [funcionalistas]” (Rosengren, 1993).

En coincidencia, Klaus Krippendorff considera que la mayor parte de la investigación de la comunicación ha estado guiada por el estudio de los mensajes, y que esa perspectiva está siendo “lentamente desafiada por lo que podrían llamarse explicaciones reflexivas” (Krippendorff, 1993). Los sesgos conceptuales hacia los mensajes se pueden caracterizar en tres postulados, objetivistas e implícitamente normativos: primero, los mensajes pueden describirse de manera objetiva, trasladarse físicamente de un contexto a otro o reproducirse; tienen una existencia real, objetiva e independiente de alguien que los reciba. Segundo, los mensajes afectan, persuaden, informan, estimulan; cualquier efecto que causen es función de sus propiedades objetivas. Tercero, la exposición a los mismos mensajes crea comunalidad entre emisores y receptores y, en el caso de los medios masivos, entre los miembros de la audiencia.

Supuestos como estos han sido la base de las “tradiciones teóricas” que, diferencias aparte en otros aspectos, han constituido el núcleo dominante de la investigación de la comunicación, en todo el mundo, desde los años cincuenta. El debate actual tiende a cuestionar precisamente lo que, en el contexto más amplio de la teoría social, Anthony Giddens (1989) llama “el consenso ortodoxo” (naturalista, causal y funcional) y a enfrentar entre sí, para volver con Rosengren, a los enfoques sociológicos “objetivistas” y “subjetivistas”.

Según Jensen y Jankowski (1991), al final, en el campo de la comunicación de masas se han dado, en este sentido, dos desarrollos interrelacionados: la emergencia de enfoques metodológicos cualitativos y la convergencia, en torno a este “giro cualitativo”, de disciplinas de las humanidades y de las ciencias sociales (véase también Lindhof, 1995). Aunque estos autores reconocen el predominio histórico (social y políticamente determinado) de lo cuantitativo y la fragmentación de los referentes, resumen la oposición de los objetos de estudio “comúnmente asociados” a las metodologías cuantitativa y cualitativa en la producción (objetiva) de información, por un lado, y los procesos (subjetivos) de significación, por el otro. El estudio

de la comunicación debería integrar estos procesos objetivos y subjetivos, y eso sólo puede hacerse mediante modelos teórico-metodológicos multidimensionales y complejos.

Desde varias perspectivas se avanza en la construcción de marcos de interpretación que, por una parte, reintegren en lo conceptual y en lo metodológico la diversidad política, cultural y existencial de los agentes de la comunicación y, por otra, permitan imaginar las dimensiones de la acción comunicativa en términos constitutivos y no sólo instrumentales de las prácticas sociales (Habermas, 1989). Una de las propuestas de síntesis de la teoría social contemporánea que pueden facilitar esta reformulación es la teoría de la estructuración, de Anthony Giddens (1984), que parte de la noción de que el ser humano es capaz de dar cuenta de su acción y de las causas de su acción. La teoría de Giddens reconoce que los esquemas interpretativos incluyen esquemas ya interpretados por los agentes sociales, y relaciona tres grandes “estructuras” institucionales de la sociedad: las de significación, dominación y legitimación, con tres modelos de interacción: la comunicación, el poder y la sanción, respectivamente, a través de las “modalidades” o “mediaciones” de los esquemas interpretativos, los medios y las normas.

En este marco, lo que los sujetos saben acerca de su propia actividad es constitutivo de su práctica, pero esta capacidad de conocer está siempre delimitada por lo institucional. De ahí la importancia del concepto de “conciencia práctica”, es decir, “todo lo que sabemos como actores sociales que hace que suceda la vida social, pero a lo que no necesariamente le damos forma discursiva” (Giddens, 1989: 57). El análisis social puede dar forma discursiva a aspectos del “conocimiento mutuo” que los actores emplean de una manera no discursiva en su conducta. De ese conocimiento mutuo entre los sujetos depende, nada menos, que las actividades sociales tengan sentido en la práctica, y la comunicación, en esencia, consiste en esa producción en común de sentido. Su investigación y teorización no pueden entonces limitarse al estudio de los medios (tecnológicos o no, “nuevos” o no) que los sujetos sociales usan para generar y compartir el sentido de su actividad y, necesariamente por ello, de su propia identidad.

Implica, a su vez, la necesidad de rearticular la tecnología con la cultura, porque adoptar y desarrollar un concepto de comunicación como práctica de producción social de sentido permite también rearticular un concepto amplio de tecnología que evite que ésta sea considerada sólo como algo “externo” o ajeno a las prácticas socioculturales. La tradicional oposición entre tecnología y cultura tendría así menor oportunidad para operar como obstáculo en la indagación de las múltiples dimensiones que han puesto en evidencia los “nuevos medios” o los “nuevos ambientes” telemáticos (Piscitelli, 1998). Una de las propuestas latinoamericanas más audaces



en este sentido es la de Alejandro Piscitelli, quien declara que busca en el pensamiento complejo los recursos intelectuales para elaborar los marcos con los cuales enfrentar, sobre todo si se hace desde la “periferia tecnocultural”, las nuevas realidades (virtuales o no) de la comunicación. La clave de entrada no puede ser otra que el reconocimiento de que “hay una causalidad recíproca entre las metamorfosis de los modos de comunicación y la estructuración de la percepción” (Piscitelli, 1995: 19). El proyecto de las “metamorfosis tecnocognitivas”, propuesto por Piscitelli, merece ser explorado y debatido extensamente, pues no hay que olvidar que, en sus raíces, “theoría” quiere decir *ver*. El punto de partida es suficientemente provocador y estimulante:

La compleja dialéctica tecnología/cultura exige ser repensada, revisada, redefinida y “vuelta a dar” [...] Nunca como hoy fueron tan grandes las posibilidades que ofrece la tecnología y nunca como hoy estas posibilidades se ignoraron, ocultaron o despilfarraron. La cuestión de la tecnología —hecho filosófico por antonomasia, como bien señala Heidegger—, merece un tratamiento más matizado y sutil que el que la historia de la tecnología o la ceguera sociológica generalmente le prestan. La etnotecnología pone de manifiesto las principales interferencias entre la producción de la subjetividad por parte de los medios [...] y las formas concretas de encarnación del individuo en el mundo social con los medios o contra ellos (Piscitelli, 1995: 19-20).

Rearticular los procesos subjetivos e intersubjetivos de significación, a través de los esquemas perceptuales e interpretativos que median, en cada sector cultural, las relaciones posibles con las estructuras y los sistemas objetivos de procesamiento y difusión de la información, es una clave que, además de restituir la complejidad de los procesos socioculturales en los modelos de comunicación, puede servir para enfatizar la agencia o acción transformadora implícita en las prácticas de comunicación, es decir, en la interacción material y simbólica entre sujetos concretamente situados, que supone la recurrencia, por parte de ellos, tanto a sistemas informacionales como a sistemas de significación, cuya competente mediación determina la producción y reproducción del sentido: el de las prácticas socioculturales de referencia y el de la comunicación misma.

De esta manera, también, desplazando en lo epistemológico y en lo metodológico el foco del análisis comunicativo de los medios y los mensajes a los sujetos sociales y los procesos de producción del sentido, podrá abordarse el estudio de la comunicación como ejercicio práctico de la reflexividad comunicativa pues, desde esta perspectiva, el escenario estratégico primordial para impensar y repensar la

comunicación en el universo telemático no puede ser otro que el diseño de una metodología comunicacional.<sup>9</sup>

### Hacia el desarrollo de categorías para el análisis sociocultural de los usos de la Internet

Una metodología comunicacional como la insinuada tendría muy poco que ver con algoritmos y procedimientos positivistas o con las dimensiones técnicas de las infraestructuras informáticas de base. Casi no tendría relación con la “difusión de mensajes” o la persuasión de públicos segmentados. Tendría como referentes la imaginación, la flexibilidad, la solución de las necesidades que pueden trasponer el tiempo y el espacio fijos, la producción de sentido y la ética.<sup>10</sup> Más allá de, o dentro, o sobre, o bajo la Internet, está la red de prácticas comunicativas que podríamos ya estar investigando empíricamente y contribuyendo a enriquecer, mediante esta metodología comunicacional, este saber/hacer constitutivo y reestructurante de las identidades y de las prácticas socioculturales. Es decir, se impone en principio la superación crítica de los métodos convencionales de la sociología de la comunicación de masas (Williams, Rice y Rogers, 1988; Morris y Ogan, 1996) para investigar los usos de la Internet. Como afirmaba hace ya varios años un investigador norteamericano de las interfaces comunicativas entre el hombre y la computadora:

9. En este concepto de metodología comunicacional se recupera la perspectiva que han adoptado, por ejemplo, la brasileña Maria Immacolata Vassallo de Lopes (1990) y el norteamericano Robert T. Craig (1989), a partir de la obra de Abraham Kaplan (1964). En palabras de Craig, “*Metodología*, en su sentido más amplio, es cualquier indagación sobre los métodos; y *método* en el sentido más amplio es cualquier procedimiento ordenado y explícito [...] La teoría de la comunicación, desde este punto de vista, sería *análoga* a la metodología pero a un nivel lógico diferente. La teoría de la comunicación sería una ‘metodología’ de la comunicación; se encargaría de los métodos de rango intermedio o ‘lógicas reconstruidas’ de la comunicación que tendrían un estatuto normativo en la medida en que pueda mostrarse que dan cuenta de la mejor práctica comunicativa. La metodología de segundo orden de la *indagación* sobre la comunicación, ocupada de los *métodos* de reconstrucción de las lógicas–comunicativas–en–uso, sería por tanto más como la metodología de la metodología misma, y en consecuencia, en algunos aspectos, *distinta* de la metodología de la ciencia natural, porque la ciencia natural pretende sólo describir y explicar su objeto de estudio, no cultivarlo o reconstruirlo”.
10. En el mismo sentido que Craig (1989) retoma de John Dewey: “Dewey enfatizó los efectos dañinos de un interés exclusivo por la tecnología (medios de predicción y control) separado de los fines a los cuales se aplica la tecnología; y consecuentemente sostuvo que una indagación de los valores no puede llevarse a cabo apropiadamente separada de una indagación empírica. Una indagación de los valores es, más aún, esencialmente una búsqueda de *métodos* eficaces”.

[...] temo que muchos paradigmas de investigación condenan sin querer a la investigación de la comunicación a ser simple espectadora de la larga marcha de la tecnología de la comunicación. La investigación de la comunicación aplaude o abuchea, pero la marcha de la tecnología de la comunicación continúa impasible. Si realmente creemos que los ambientes comunicacionales son construidos socialmente, entonces ¿puede la investigación de la comunicación inmiscuirse agresivamente en su construcción? (Biocca, 1993).

Biocca propone “asumir que es posible desarrollar un enfoque de la investigación de la comunicación que haga más que simplemente criticar prácticas o confeccionar listas de efectos posibles; que pueda ayudar activamente a reclamar la tecnología de la comunicación para el individuo, para el ejercicio del poder creativo, la expresión libre y una comunicación sin barreras” (Biocca, 1993). Para ello explora los “factores humanos” involucrados en el diseño de las interfaces hombre-computadora: cognoscitivos, instrumentales, normativo-culturales, expresivos y somáticos, de donde se desprenden necesariamente la colaboración interdisciplinaria y la experimentación con diseños alternos para usuarios diversos en alguna o todas esas dimensiones. A pesar de que el mismo autor considera “utópica” su visión, la propone como un principio integrable en la lógica de producción que han seguido algunas compañías de vanguardia en la industria informática, más que en la de la comunicación.

Es sumamente interesante la perspectiva de replantear las posibilidades y los desafíos de la investigación sociocultural de la comunicación desde la fase misma del diseño de los instrumentos tecnológicos que habrán de hacer posibles nuevos usos y nuevos usuarios de los medios, sobre todo de los hipermedios como la Internet.<sup>11</sup> Este interés no sólo proviene del argumento que sostiene Biocca, de que “el usuario no tiene porqué conformarse a la máquina; la máquina debe conformarse al usuario” (1993) sino además de la posibilidad de transformación de las prácticas implícita en la práctica metodológica, que puede adquirir un carácter normativo pero no arbitrario, como señala Craig (1989) en la línea de Kaplan: “las prescripciones del método científico tienen fuerza normativa sólo en la medida en que demuestren ser efectivas en la práctica científica real”.

De manera que la búsqueda de métodos y de categorías de análisis para investigar los usos comunicacionales de la Internet bien puede contribuir a realizar las

11. Biocca coloca como epígrafe de su artículo una cita que resume muy bien el sentido de su propuesta: “Para comprender los fenómenos que rodean a una tecnología nueva, debemos abrir la cuestión del diseño: la interacción entre la comprensión y la creación” (Winograd y Flores, 1987: 4).

posibilidades democratizadoras que la incorporación a la “red de redes” promete, a pesar de su conversión aparentemente definitiva en un medio comercial<sup>12</sup> y de la prevalencia indudable de un “espíritu” privatizador,<sup>13</sup> además, por supuesto, de las disparidades abismales de acceso que no sólo caracterizan aún a la Internet en la escala global sino incluso dentro de los propios países “desarrollados”.<sup>14</sup>

Para abordar el estudio de los usos socioculturales de la Internet conviene partir de una distinción analítica entre las diversas funciones comunicativas que permiten los distintos “servicios” de la red, dado su carácter hipermedial: por una parte, la Internet es una fuente de información; por otra, un medio de comunicación y también, crecientemente, un vehículo de difusión. El propósito de esta distinción es facilitar al mismo tiempo la (re)construcción de un marco de análisis comunicacional adecuado para la investigación sociocultural de los usos de la Internet y distinguir las diversas competencias específicas que los sujetos requieren para apropiarse de los usos, interactuar con eficiencia con el medio y desarrollar sus tareas personales o profesionales incorporando en ellas a la Internet como recurso.

El supuesto básico es que, por ejemplo, los servicios de *file transfer protocol* (FTP) o de los “buscadores” (*browsers*) en línea están diseñados para que los usuarios de la Internet adquieran de la red las informaciones previamente dispuestas para su consulta digital a distancia,<sup>15</sup> sea en “sitios” o “páginas” *web* o en otros formatos. Los grupos de discusión, los “salones” de charla (*chat*) o el correo electrónico (*e-mail*) son sobre

12. Pueden distinguirse tres fases en el desarrollo de la Internet. La primera se desarrolló desde los años sesenta en Estados Unidos, en el ámbito de los usos militares estratégicos. La segunda emergió en Europa en los años ochenta, en el ámbito académico. La tercera fase, propia de los años noventa, se ha caracterizado por el paso de la expansión de un sistema de servicio público de cobertura potencialmente mundial al predominio de los usos comerciales y la diversificación de “servicios al cliente”. Los factores que han impulsado esos cambios son, por supuesto, esencialmente tecnológicos y económicos pero también, de manera creciente, políticos y culturales. A partir de 1996, un grupo de universidades norteamericanas y empresas trasnacionales han impulsado la construcción de la Internet<sup>2</sup>, una red de desarrollo con aplicaciones fundamentalmente académicas.
13. Derrick de Kerckhove, uno de los más entusiastas “profetas” de la nueva cultura electrónicamente mediada, y considerado como el heredero intelectual más legítimo de Marshall McLuhan, advierte que “es esencial que al mismo tiempo que desarrollamos las comunicaciones en red también creemos mecanismos para proteger el acceso universal a éstas y la libertad de expresión, así como el derecho a la intimidad de los internautas” (De Kerckhove, 1999: 217).
14. En términos de desarrollo comercial, una empresa de consultoría internacional aprecia, para 1998, 2% de penetración de la Internet en México, por 34% en Estados Unidos y 21% en Canadá, aunque las diferencias se reducen drásticamente cuando se considera sólo a los sectores de altos ingresos (The Boston Consulting Group, 1999).
15. Lo cual implica, entre otras necesidades, contar con criterios claros de confiabilidad de la información que se encuentra en la Internet (Wilkinson, Bennet y Oliver, 1997).

todo recursos para el intercambio de mensajes interpersonales, tanto diádicos como grupales.<sup>16</sup> Finalmente, las páginas *web*, aunque cada vez incorporan más recursos de interactividad, desempeñan sobre todo funciones de difusión de información, sea corporativa, personal o de grupos “alternativos”.<sup>17</sup> Cada una de estas funciones comunicativas básicas, y sus combinaciones, implica una relación estructuralmente diversa entre los sujetos y el sistema de mediaciones, no sólo tecnológicas, que el *hipermedio* propicia.

Esto implica, a su vez, una consideración de la misma manera fundamental de los “tipos” de sujetos que se constituyen en usuarios de la Internet. Aunque obviamente el “perfil” de los usuarios se concentra en los estratos sociales de ingresos superiores en todo el mundo,<sup>18</sup> en términos de edad, género y escolaridad hay creciente diversidad, al igual que en preferencias, ocupaciones y “experiencia” en el uso del medio. Por la propia naturaleza de la Internet y de los sistemas de medición empleados, la descripción demográfica de los usuarios es difícil y las estadísticas disponibles son relativamente poco detalladas y confiables. Sin embargo, hay sectores sociales, como los estudiantes de educación superior o algunos profesionales, que pueden considerarse como usuarios típicos. Las investigaciones empíricas con muestras de estas poblaciones, no obstante, son todavía exploratorias o muy parciales.<sup>19</sup>

Por lo anterior, la investigación sociocultural de los usos de la Internet puede comenzar a construirse a partir de la triple dimensión de las funciones informativa, comunicativa y difusiva de la Internet, en relación con, al menos, los siguientes cuatro recursos: infraestructura, códigos, hábitos y representaciones de un grupo o tipo de usuarios determinados. Este último factor puede ser el punto de partida para una reconstrucción etnográfica de las competencias comunicativas empleadas por los usuarios, ya que en las representaciones de los sujetos se puede observar de manera más inmediata la apropiación construida del recurso y los esquemas operativos de la actividad (sea ésta el entretenimiento, el trabajo, la socialización, el aprendizaje, etc.) En

16. Incluyendo la posibilidad de crear “personalidades virtuales”, en que los sujetos interactúan con otros mediante un “disfraz” facilitado por el anonimato o el *nickname* (literalmente sobrenombre) (Jones, 1995; Shields, 1996).

17. Se han vuelto referencias obligadas los usos de Internet por el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) de México a partir de 1994 o los de otros grupos “alternativos”, como Greenpeace, para difundir a escala internacional sus propuestas, que no son aceptadas por los medios de difusión convencionales como la prensa o la televisión.

18. El “universo” mundial de usuarios de la Internet se calcula, a principios de 2000, en 300 millones.

19. Por ejemplo, una investigación exploratoria con estudiantes universitarios en Guadalajara en 1999 detectó un predominio claro de los usos de entretenimiento sobre los académicos.

otras palabras, la exploración sociocultural de los usos de la Internet puede comenzar de la manera más productiva y sistemática por el análisis de la *doxa*, o discurso cotidiano de los sujetos sobre el objeto, siguiendo el modelo de la hermenéutica profunda de John B. Thompson (1993), para después continuar con la aplicación de instrumentos para el análisis sociohistórico (escenarios espacio-temporales y campos de interacción), como un cuestionario y entrevistas informales, presenciales y vía correo electrónico, y la aplicación de instrumentos para el análisis de discurso (descripción de prácticas, argumentación) y el análisis formal (productos de información, comunicación, difusión, en la Internet).

A través de la “interpretación/reinterpretación” de los resultados empíricos de estos análisis se podría concluir con la elaboración de un modelo heurístico que articule, mediante la categoría de *usos*, las mediaciones entre un sistema tecnológico y un grupo de sujetos bien definido, como producto de la exploración de las condiciones socioculturales, institucionales e individuales de apropiación diferencial de la Internet como recurso de información, comunicación y difusión en la actividad cotidiana.

En una segunda instancia, y sobre esta base, podrán reconstruirse los procesos de estructuración/reestructuración del pensamiento inducidos por el uso apropiado de los recursos de la Internet, pues es claro que estos procesos no pueden considerarse efectos inmediatos de la tecnología sino, acaso, productos necesarios de la interacción de los sujetos con sus recursos, en el sentido más preciso (y cibernético,<sup>20</sup> *cf.* Wiener, 1949, 1950) del término aprendizaje. De ahí que pueda sostenerse una posible intervención educativa mediada por la Internet, en términos incluso más radicales que, por ejemplo, la postulada por la “pedagogía crítica” (McLaren, 1997).

Por último, la exploración de la interacción sociocultural mediada por los recursos de la interactividad digital, que va haciéndose cada vez más presente en la Internet conforme los usuarios ajustan sus estructuras de pensamiento y de acción a las posibilidades abiertas por el desarrollo tecnológico y la creatividad de sus aplicaciones comunicativas, abre un horizonte de comprensión del carácter constitutivo de la comunicación en la sociedad y la cultura, el que los llamados “medios” limitaron y

20. En su planteamiento original, Norbert Wiener concibió la cibernética como la ciencia del “control y la comunicación en el animal y la máquina”. El concepto central de su paradigma es el de retroalimentación, que “es un método para controlar un sistema reinsertándole los resultados de su desempeño previo. Si estos resultados se usan simplemente como datos numéricos para la evaluación del sistema y su regulación, tenemos la retroalimentación simple de los ingenieros de control. No obstante, si la información proveniente del desempeño es capaz de transformar el método y el patrón general de desempeño, tenemos un proceso que bien puede ser llamado aprendizaje” (Wiener, 1950: 84).

oscurecieron. Como afirma Jesús Martín-Barbero, “las preguntas abiertas por la *tecnicidad* apuntan entonces al nuevo estatuto social de la técnica, al replanteamiento del sentido del discurso y la *praxis* política, al nuevo estatuto de la cultura, y a los avatares de la estética” (1998: xix) o, en breve, a la comunicación como producción social de sentido.

## Referencias

- Anderson, James A. (1996). *Communication theory: epistemological foundations*, The Guilford Press, Nueva York.
- Biocca, Frank (1993). “Communication research for the design of communication interfaces and systems”, en *Journal of Communication*, “The future of the field I”, vol.43, núm.3.
- Castells, Manuel (1999). *La era de la información*, 3 vols, Siglo XXI, México.
- Craig, Robert T. (1989). “Communication as a practical discipline”, en Dervin, Brenda et al. (eds.), *Rethinking communication. Vol.1. Paradigm issues*, Sage Publications, Newbury Park.
- De Kerckhove, Derrick (1999). *La piel de la cultura. Investigando la nueva realidad electrónica*, Gedisa, Barcelona.
- Eco, Umberto (1968). *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*, Lumen, Barcelona.
- Everett-Green, Robert (1996). “Cyberspace”, special report, en *Britannica 1996 Book of the Year*, Encyclopaedia Britannica, Chicago.
- Fuentes Navarro, Raúl (1998). “Acercamientos socioculturales a la investigación de la comunicación: el gozne metodológico”, en Mejía, Rebeca y Sergio Sandoval (coords.), *Tras las vetas de la investigación cualitativa. Perspectivas y acercamientos desde la práctica*, ITESO, Guadalajara.
- (1999). “La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI”, en *Oficios Terrestres*, año V, núm.6, UNLP, La Plata.
- García Canclini, Néstor (1999). *La globalización imaginada*, Paidós, México.
- Giddens, Anthony (1984). *The constitution of society. Outline of the theory of structuration*, University of California Press, Berkeley (en español: *La constitución de la sociedad. Bases para una teoría de la estructuración*, Amorrortu, Buenos Aires, 1995).
- (1989). “The orthodox consensus and the emerging synthesis”, en Dervin, Brenda et al. (eds.), *Rethinking communication. Vol.1. Paradigm issues*, Sage Publications, Newbury Park.

- Habermas, Jürgen (1989). *Teoría de la acción comunicativa*, 2 vols, Taurus, Madrid.
- Jensen, Klaus Bruhn (1995). *The social semiotics of mass communication*, Sage, Londres (en español: *La semiótica social de la comunicación de masas*, Bosch, Barcelona, 1997).
- Jensen, Klaus Bruhn y Nicholas W. Jankowsky (eds.) (1991). *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*, Routledge, Londres (en español: *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*, Bosch, Barcelona, 1993).
- Jones, Steven G. (ed.) (1995). *Cybersociety. Computer-mediated communication and community*, Sage, Thousand Oaks.
- Kaplan, Abraham (1964). *The conduct of inquiry: methodology for behavioral science*, Chandler, San Francisco.
- Krippendorff, Klaus (1993). "The past of communication's hoped-for future", en *Journal of Communication*, "The future of the field I", vol.43, núm.3.
- Lindlof, Thomas R. (1995). *Qualitative communication research methods*, Sage, Thousand Oaks.
- Marcuse, Herbert (1968). *El hombre unidimensional*, Joaquín Mortiz, México.
- Martín-Barbero, Jesús (1998). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Convenio Andrés Bello, Bogotá.
- Martín Serrano, Manuel (1992). "Los cambios en las funciones de la comunicación y en el valor de la información", en *Renglones. Revista del ITESO*, núm.24, ITESO, Guadalajara.
- Mattelart, Armand (1993). *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*, Fundesco, Madrid.
- (1998). *La mundialización de la comunicación*, Paidós, Barcelona.
- Mattelart, Armand y Héctor Schmucler (1983). *América Latina en la encrucijada telemática*, ILET/Folios, México.
- McHale, John (1981). *El entorno cambiante de la información*, Tecnos, Madrid.
- McLaren, Peter (1997). *Pedagogía crítica y cultura depredadora. Políticas de oposición en la era posmoderna*, Paidós, Barcelona.
- McLuhan, Marshall (1968). *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*, Diana, México.
- Morris, Merrill y Christine Ogan (1996). "The Internet as mass medium", en *Journal of Communication*, vol.46, núm.1.
- Mumby, Dennis (1997). "Modernism, post-modernism and communication studies: a re-reading of an ongoing debate", en *Communication Theory*, vol.7, núm.1.
- Negroponte, Nicholas (1996). *Ser digital*, Océano, México.



- Nora, Simon y Alain Minc (1981). *La informatización de la sociedad*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Ortiz, Renato (1994). *Mundialização e cultura*, Brasiliense, São Paulo.
- Piscitelli, Alejandro (1995). *Ciberculturas, en la era de las máquinas inteligentes*, Paidós, Buenos Aires.
- (1998). *Post/televisión. Ecología de los medios en la era de Internet*, Paidós, Buenos Aires.
- Rogers, Everett M. (1993). "Looking back, looking forward. A century of communication study", en Gaunt, Philip (ed.), *Beyond agendas: new directions in communication research*, Greenwood Press, Westport.
- Rosengren, Karl Erik (1993). "From field to frog ponds", en *Journal of Communication*, "The future of the field I", vol.43, núm.3.
- Rota, Josep et al. (1986). *Tecnología y comunicación*, CONEICC/UAM-X, México.
- Schiller, Dan (1996). *Theorizing communication: a history*, Oxford University Press, Nueva York.
- Shields, Rob (ed.) (1995). *Cultures of Internet: virtual spaces, real histories, living bodies*, Sage, Thousand Oaks.
- The Boston Consulting Group (1999). *Tendencias y retos del comercio electrónico en Latinoamérica*, Visa/The Boston Consulting Group, México.
- Thompson, John B. (1993). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, UAM-X, México.
- (1995). *The media and modernity. A social theory of the media*, Stanford University Press, Stanford (en español: *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Paidós, Barcelona, 1998).
- Vassallo de Lopes, Maria Immacolata (1990). *Pesquisa em comunicação. Formulação de um modelo metodológico*, Loyola, São Paulo.
- Wallerstein, Immanuel (1998). *Impensar las ciencias sociales*, Siglo XXI, México.
- Wiener, Norbert (1949). *Cybernetics: or control and communication in the animal and the machine*, The MIT Press, Cambridge.
- (1950). *The human use of human beings. Cybernetics and society*, Avon, Nueva York.
- Wilkinson, Gene L; Lisa T. Bennet y Kevin M. Oliver (1997). "Evaluation criteria and indicators of quality for Internet resources", en *Educational Technology*, mayo-junio.
- Williams, Frederick; Ronald E. Rice y Everett M. Rogers (1988). *Research methods and the new media*, The Free Press, Nueva York.
- Winograd, Terry y Fernando Flores (1987). *Understanding computers and cognition*, Addison-Wesley, Reading.