6. CONCLUSIÓN

6.1. Futuras Investigaciones

La información extraída del Internet es tan específica que le permite al investigador, entre otras cosas, escudriñar los aspectos más íntimos y personales de su grupo de estudio. Esta herramienta, bien entendida y utilizada, facilita el trabajo del investigador. El Internet conserva y almacena rastros digitales que muestran los patrones de comportamiento de quienes navegan en sus aguas y éstos se constituyen en datos concretos que avalan un estudio.

El investigador que emplea esta técnica puede, con toda facilidad y sin evidenciar su presencia; interceptar, indagar y descubrir elementos claves en la vida de su "*target group*" y obtener respuestas certeras respecto a cómo se comporta, en qué entornos se desenvuelve, cómo y con quiénes se relaciona, qué tecnologías utiliza o domina, cuántas horas de su vida transcurren en el entorno digital; etc.

Esta metodología podría además arrojar datos precisos en los casos en los que la investigación se concentre, no en el usuario, sino en un entorno de la Red ya que la información que se obtiene a través de

ella, dibuja un panorama bastante exacto sobre todos los aspectos de un determinado sitio o servidor Web.

Por otra parte, la metodología que, provisionalmente, hemos denominado "*webográfica*", tiene alcances que en ciertos casos y circunstancias, superan en mucho los de las metodologías tradicionales. En primer lugar, los datos que se obtienen con ella son a la vez cualitativos y cuantitativos; y en segundo término, la intervención del investigador es indirecta y por ello, atenúa las consecuencias negativas que acarrea su participación "presencial" y directa. En esta metodología, el investigador accede imperceptiblemente al entorno de estudio y puede indagar, sin influenciar ni mediar en los resultados. El punto es que la red conserva un registro de todos los aspectos que le pueden interesar acerca del comportamiento de su grupo de estudio, siempre y cuando aquellos tengan lugar en el entorno digital. Puede descubrir aspectos que van desde sus temas de conversación, sus miedos y sus actividades cotidianas; podría clasificar a los visitantes de un dominio en términos de edad y/o género, tendría la capacidad de rastrear el lugar desde dónde se conectan a la Red; e incluso, dispondría de herramientas para

establecer el perfil de uso de Internet que impera entre personas o comunidades de una zona geográfica específica.

El mar de datos que recopila la Red ofrece muchas respuestas que, además de ser más objetivas que las que arrojan las herramientas tradicionales, en muchos casos constituyen información de calidad y de fondo muy valiosa para el investigador ya que no se circunscribe a los límites que determina un tema de estudio o un equipo de investigación.

Consideramos que la metodología "*webográfica*" que apenas queda esbozada en este trabajo podría dar lugar a investigaciones futuras, cuyo alcance e importancia son innegables. Sabemos que la herramienta que sugerimos es apenas un bosquejo; pero también creemos que si el tema se examinara a profundidad se podría llegar a un planteamiento que sería un parte aguas en el estudio y análisis de los nuevos medios de la era digital.

Desde nuestro punto de vista, las Ciencias de la Comunicación requieren que se investiguen y prueben nuevas metodologías a fin de analizar el panorama que dibujan los "nuevos medios" y la presencia del *"prosumer"* del Siglo XXI en sus propios términos. Ojalá que la

metodología "*webográfica*" pueda ser simiente de un proceso de análisis e investigación que llegara al planteamiento de una metodología que considerara y profundizara las características propias del entorno digital.

6.2. Epílogo

El entorno, los efectos y los criterios que rodean a las Ciencias de la Comunicación poseen; por definición, la semilla de la innovación, la evolución y la adaptabilidad en términos de cambio y creación. Este contexto exige que actuemos con determinación, creatividad y curiosidad.

Sabemos, como McLuhan, que para explorar y entender el universo de las comunicaciones hay que arriesgarse, hay que atreverse y, por principio y convicción, hay que tener la capacidad de cambiar nuestra postura porque partimos de un hecho determinante: los medios son factores de cambio y, lo notemos o no; avanzan al paso que el ser humano le marca como sociedad y como cultura.

En resumidas cuentas, los medios o las tecnologías de la comunicación han creado entornos y ambientes que hace apenas 10 años nos parecían de la ciencia ficción. La verdad es que las nuevas

tecnologías no tienen las limitaciones de sus predecesoras puesto que las de nuestros tiempos no tienen por qué constreñirse a los límites de lo que apreciábamos como realidad antes de la llegada de la digitalización. Hoy en día las fronteras no son físicas ni las personas son necesariamente seres humanos porque el hombre y el mundo de nuestra era conviven con nuevas tecnologías, con herramientas y medios que rompieron con los límites que; antes de que los nuevos medios aparecieran en el panorama, habían definido y cimentado nuestra cultura.

Los conceptos del hombre y del mundo se transformaron con la aparición del Internet. La ubicuidad, la simultaneidad y la multiplicidad de planos de la realidad que lo conforman nos rebasan. Hoy en día todos creemos que, al menos en parte, somos protagonistas de una fracción de la historia de la humanidad gracias a que, actualmente, formamos parte de una de las aldehuelas de la "aldea global" y a que tenemos acceso a nuevas tecnologías de la comunicación en las que todos cabemos.

El hombre de hoy está construido de otra forma, vive en otro entorno, es otro. Los hombres de la era digital podemos reinventarnos y prolongar nuestra existencia mediante herramientas con las que

podemos crearnos una identidad virtual propia “al gusto”, dotada de poder, de voz propia, albedrío y autonomía. El mundo y el hombre digitalizados pueblan la Red de Redes y “navegan” a sus anchas en el entorno de la WWW, creando nuevas interacciones, nuevos patrones de comunicación, nuevas sociedades y hasta identidades virtuales que, en muchos casos, son tan laxas que permiten que cualquier persona tenga un poco del poder de Dios. Los seres que habitan el ciberespacio gozan del privilegio divino de inventarse. Su ser y su existir “virtual” están, en todo sentido, en sus manos y lo pueden configurar como les plazca.

La lógica cartesiana se desvirtúa frente los universos virtuales que expanden la existencia del hombre y del mundo gracias a sus gemelos virtuales. La Red se convierte en un mundo “sobre diseño” en el que el poder reside en el usuario y del que surgen efectos que modifican lo que llamamos “la vida real”, la que circunscribimos, en términos cartesianos, a partir de dos ejes concretos: el tiempo y el espacio. Esta circunstancia crea una duplicidad, casi esquizofrénica, entre lo real y lo real-virtual. Las tecnologías de la comunicación actuales logran, por primera vez en la historia de la humanidad, romper los límites del espacio y del tiempo y, nos otorgan el poder de

crear mundos paralelos, casi tan complejos como aquellos que imaginaron Cortázar o Borges y, a la vez, tan poderosos que rompen todos los limites que la inteligencia, cimentada en criterios cartesianos, hasta ahora, nos habían hecho creer y casi "saber" que los confines del mundo estaban dados y que ellos determinaban un cerco definitivo para separar la realidad de lo "otro", lo irracional.

El hombre de nuestro siglo enfrenta un mundo radicalmente distinto y, sea que se aproxime a él mediante la percepción o mediante la conceptuación en el sentido que le da McLuhan a estos términos; lo cierto es que el mundo no se parece a ningún mundo anterior. Las fronteras entre el universo de la "razón" o la "realidad" y las de su contrario, la "ficción" o la "irrealidad" —habitado por el artista, el loco y el marginal—; están marcadas desde hace siglos y, sin más, el hombre las había aceptado y suscrito porque; por definición, eran tan veraces y esenciales como inamovibles. La nueva "realidad" rebasa todos los límites de lo que dábamos por incuestionable.

Cuando los límites del mundo y del hombre llegan hasta donde acaban la imaginación y la creatividad del ser humano, se desvirtúan todas las verdades que habían sostenido a la humanidad y que la habían forjado en todos sus aspectos. Las propuestas creativas

ancladas en el futuro están saturadas de riesgo y el tiempo será la única fuerza capaz de sacar a flote los aciertos y los errores que hayamos cometido en el proceso.

Marshall McLuhan dijo que no necesariamente estaba de acuerdo con todo lo que decía. Nosotros tampoco estamos casados con todo lo que pensamos hoy. Quizás mañana, tras el influjo de otros masajes o medios; bajo el efecto de otras tecnologías; determinando los sentidos a partir de nuevas extensiones o, simplemente; cuando nos rodee otro entorno, percibamos otro ambiente, conceptuemos el universo desde otra perspectiva o estemos frente a otra sociedad, también tendremos que reconsiderar lo dicho y ajustar el rumbo en armonía con la fuerza de otros vientos. En este momento no nos sentimos ni siquiera en posición de aventurar una ruta futura hipotética; pero sí de afirmar, con toda certeza, que sabríamos que nuestro deber como comunicólogos será seguir buscando y proponiendo, sin empacho, otro sendero; a sabiendas de que el que sigamos no necesariamente será alguno de los caminos que llevan a Roma. Lo imperdonable sería que el temor a equivocarnos no nos dejara transitarlos y que, eventualmente, nos privara del placer de llegar a Ítaca; aún sabiendo que no todos los mapas le dan tal nombre. Algunos dicen que es Roma.