

# LA WEB 2.0 Y LA COMUNICACIÓN PERSONAL. HACIA UN NUEVO MODELO DE COMUNICACIÓN MASIVA INDIVIDUAL

*María Eugenia Salazar Hernández*

“Para quien no tiene objetivos,  
nada es relevante”.  
Confucio

¿Saben quién es Joseph Kony? ¿Conocen qué puede mover a muchos ciudadanos a compartir e intercambiar mensajes, con la finalidad de pedir el arresto de este líder fugitivo de la milicia Ejército de Resistencia del Señor (*Lord's Resistance Army*)?

El punto de partida es un video, promocionado a principios de marzo de 2012 por la organización sin fines de lucro Niños Invisibles (*Invisible Children*), con sede en California, Estados Unidos. El cineasta Jason Russell, también director de esta fundación, aprovechó esta oportunidad audiovisual para combinar la realidad de su pequeño hijo con la difícil situación de los niños de Uganda que han sido obligados a convertirse en soldados. Esta fundación pide a la comunidad digital convertir en “famoso” a Kony. Además de promover sus artículos (camisas, afiches, etc.), el mensaje, sin duda, tuvo eco multiplicándose en las redes sociales para su apoyo y, también, para su crítica.

A esta expresión de la nueva cultura digital se le señala de simplificar una realidad y de generar la idea que, a partir de propagar mensajes en las redes sociales, “se puede tener un impacto relevante en una situación compleja y de larga data para la solución de una problemática como la de derechos humanos”. (La Vanguardia, 2012).

Ahora bien, por qué traemos a colación este caso de *marketing* viral al momento de analizar la comunicación personal en el mundo digital, sus pros y sus contras. Primero, es importante establecer varias transformaciones que ha vivido este tipo de comunicación y el rol del ciudadano en el entorno virtual.

En los años 90, cuando comenzaron a multiplicarse los usuarios de internet, los investigadores aseguraron que la consecuencia inmediata de la utilización de “la red” era el aislamiento social del individuo. En este orden de ideas, se puede citar un estudio publicado, en 1998, en la revista *American Psychologist*, en el cual se concluía que su uso disminuía las relaciones y los círculos sociales, así como aumentaba la depresión y la soledad. También, dos años antes, el sociólogo español Manuel Castells había indicado que producto de esta interacción con “la nube” acabaríamos siendo “chalecitos individuales, producidos a escala global y distribuidos localmente”. (Castells, 1996: 373).

Estos planteamientos se han ido reformulando. El propio Castells señala, aún con una visión crítica, que “Internet es el tejido social de nuestras vidas. No es futuro, es presente” (Castells, 2005: 203). Subraya más adelante, en una entrevista con Jordi Rovira (Barcelona, 2011), “cómo la transformación de las tecnologías de la comunicación crea nuevas posibilidades para la autoorganización y la automovilización de la sociedad, superando las barreras de censura y represión impuestas por el Estado. Claro que la cuestión no depende de la tecnología. Internet es una condición necesaria pero no suficiente”.

Esta nueva realidad impulsa el desarrollo de un nuevo entramado, en red, que conecta lo local con lo global. Anteriormente, veíamos como el sistema de comunicación se centraba en los grandes medios de comunicación, con la distribución masiva de mensajes unidireccionales, de

unos pocos a muchos. Hoy la realidad es que, gracias a estos novedosos espacios de interacción, la participación de los ciudadanos es más activa, con una comunicación más horizontal, de muchos a muchos y basada en el intercambio de mensajes, tanto sincrónicos como asincrónicos. En esta perspectiva, los internautas se convierten en generadores de contenidos y de conocimiento y ello cambia, de forma sustancial, el rol de intermediación de los medios de comunicación. De esta forma, se constituye un nuevo modelo: la comunicación masiva individual. Castells (2008) resume, de esta forma, sus principales características:

Es comunicación masiva porque alcanza potencialmente a un público global (...). Es multimodal, ya que la digitalización del contenido y el avanzado software social, en muchas ocasiones basado en códigos libres que se pueden descargar de forma gratuita, permite el reformateo de casi todos los contenidos en prácticamente cualquier formato, que se distribuye mediante redes inalámbricas cada vez con mayor frecuencia. Y de contenido autogenerado, de emisión autodirigida y de recepción autoselectiva por medio de muchos que se comunican con muchos. En efecto, nos encontramos en un nuevo ámbito de comunicación y, en última instancia, en un nuevo medio, cuyo eje principal está compuesto por redes informáticas, cuyo lenguaje es digital y cuyos remitentes están distribuidos por todo el mundo y son globalmente interactivos. En verdad, el medio, incluso un medio tan revolucionario como este, no determina el contenido y el efecto de sus mensajes. Pero hace posible la diversidad ilimitada y el origen en gran medida autónomo de la mayoría de los flujos de comunicación que construyen y reconstruyen a cada segundo la producción global y local de significado en la opinión pública (p. 8)

En este marco, es importante resaltar el rol de la ciudadanía para construir y definir espacios de comunicación orientados a dar a conocer su propia realidad y multiplicar el impacto de los mensajes. Un contacto directo, más cercano, a pesar de la distancia geográfica que pueda existir entre emisores y receptores. Un intercambio que no solo se limita a recibir

información, sino a crear contenidos a partir de datos que se intercambian de forma permanente. Allí, se encuentra la riqueza de estos nuevos espacios que hoy, apenas, comienzan a definirse y que tienen, en el fondo, un amplio espacio para la experimentación. Una suerte de laboratorio y de centro práctico para fomentar una participación ciudadana más consciente de su protagonismo en el contexto actual. Es, de esta manera, como tienen presencia un conjunto de voces que antes veían limitada su expresión.

Bajo esta perspectiva, se torna interesante reflexionar sobre la trascendencia de estos mensajes y cómo hacen eco en las nuevas estructuras de comunicación, ante la sobreoferta de información. Y cómo se asume, con responsabilidad, la opción de expresarnos sin mayores mediaciones que las tecnológicas.

Porque en este marco virtual los riesgos están presentes. Es que -en una realidad aumentada- existe una mayor dificultad para alcanzar acuerdos entre los grupos; al mismo tiempo que se pueden exteriorizar con más frecuencia comportamientos hostiles y agresivos. Las comunicaciones pueden quedarse en la generalidad y simplificarse las problemáticas planteadas. En esta coyuntura y, en virtud de las relaciones a distancia y mediadas por la tecnología, el intercambio puede tornarse menos profundo e impersonal, con un mayor grado de falsedad en los datos personales de los participantes.

La creación de redes sociales, además, desplaza el tiempo de los encuentros cara a cara: una hora más empleada en Internet se ha demostrado que equivale diariamente a media hora menos del contacto físico directo. A la par, incorpora una de las cosas más seductoras y cuestionadas de estas relaciones virtuales: Se aporta la sensación del contacto, pudiendo ser quien se quiera ser (Sigman, 2009).

El concepto de privacidad se diluye y esto promueve las amplias posibilidades de deformar la situación y construir en el mundo virtual una personalidad diferente a la del mundo real. Se da, bajo esta esfera, la proliferación de mensajes sin verificación y la generación de rumores. Así, la inmediatez se superpone a la realidad contrastada. Parece que, en este tiempo, los mensajes de texto, el estado de actualización, Twitter o Facebook, hacen más difícil el aceptar que se está solo o aislado porque se tiene la ilusión que todo el mundo está ocupado. Más allá: Esta interacción puede hacernos cada vez más dependientes de nuestros aparatos electrónicos y de las aplicaciones 2.0, y basar nuestro conocimiento sobre las situaciones solo a partir de estar conectados digitalmente con el resto del mundo.

Sin dejar de lado que, en países como los nuestros, es más evidente la existencia de una brecha digital mezclada con factores de exclusión (capacidad económica, disponibilidad de tiempo, conocimientos, habilidades y experiencia).

Entonces, nuestra forma de pensar, la capacidad de procesar y de intercambiar información y conocimiento determinarán las bases sobre las cuales día a día estamos construyendo esta nueva sociedad interconectada. Nuestra voz y la de los medios de comunicación en general amplían su alcance en una nube que es, al mismo tiempo, global y local, genérica, ajustada a nuestras necesidades y en permanente cambio. En este ámbito, es necesario mirarnos como sujetos de conocimiento y no como simple consumidores de información. El reto es que estas nuevas maneras de comunicación más abiertas, flexibles e individuales puedan servir de mecanismo de organización y movilización, generadoras de debates abiertos y productivos. La búsqueda, en un entorno de diversidad, es ayudar a establecer en la agenda pública, problemáticas que, en un principio pudieran parecer personales y locales, pero que en el fondo reflejan los intereses y la

necesidad de muchos. El objetivo no es precisamente imponer un *trending topic* (tema del momento), o hacer a Kony “famoso”, sino aportar la cercanía de lo que ocurre en nuestras calles; esas historias propias que se generan en las comunidades, las formas que tienen para resolver sus problemas y de enfrentarlos. Nuestra visión es servir de referencia en el intercambio y, a pequeña escala, constituirnos en elementos disparadores para la transformación del mundo real y digital.

### Referencias Bibliográficas

Castells, M. (1996). *La sociedad red. La era de la información: Economía, sociedad y cultura*. Vol. 1. Madrid: Alianza Editorial.

Castells, M. (2005). *Internet y la sociedad red*. En: Dênis De Morales (coord.) Otra Comunicación: Los media, globalización cultural y poder (pp. 203-228). Barcelona: Icaria Editorial.

### Referencias Electrónicas

Castells, M. *Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política*. Telos, No. 74, enero-marzo 2008. <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articulo&idContenido=2009100116310137> [Consultado el 20 de marzo de 2012]

Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhayay, T., Scherlis, W. (1998). *Internet paradox: a social technology that reduces social involvement and psychological well-being?* American Psychological Association. <http://paedpsych.jk.uni-linz.ac.at/paedpsych/NETSCHULE/NETSCHULELITERATUR/KRAUTeta198/Krautetal98.html> [Consultado el 20 de Marzo de 2012]

ROVIRA, J. (2011): Entrevista con Manuel Castells: “Las insurrecciones populares en el mundo árabe son tal vez la transformación más importante que internet ha inducido y facilitado”. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya. <http://www.uoc.edu/portal/castellano/sala-de>

[premsa/actualitat/entrevistes/2011/manuel\\_castells.html](http://premsa/actualitat/entrevistes/2011/manuel_castells.html) [Consultado el 20 de Marzo de 2012]

SIGMAN, A. (19/02/2009): *Well Connected?: The Biological Implications of 'Social Networking'*. Revista Biologist, volumen 56, número 1 (pp. 14-20).  
<http://www.aricsigman.com/IMAGES/PR.Well.Connected.pdf>  
[Consultado el 20 de Marzo de 2012]

#Kony2012, *¿Una verdad a medias sobre los niños-soldado en Uganda?* La Vanguardia, 09/03/2012.  
<http://www.lavanguardia.com/internacional/20120309/54266291840/kony-2012-verdad-medias-ninos-soldado-uganda.html>  
[Consultado el 20 de marzo de 2012]