



knowsquare .

PREPARADO POR: IGNACIO RODRÍGUEZ DÍAZ

9 DE NOVIEMBRE DE 2009

LO SOCIAL. TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD

ARTÍCULO

knowsquare .

Privado y Confidencial

Prohibida su Distribución sin Autorización Expresa del Autor

Etiquetas: comunicación, comunidad, identidad digital, red social, web 2.0.

Dice el Diccionario de la Lengua Española de la RAE sobre el término **Comunicación**, (*del lat. **communicatĭo, -ōnis***).

1. *f. Acción y efecto de comunicar o comunicarse.*
2. *f. Trato, correspondencia entre dos o más personas.*
3. *f. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. [...]*

Medio de comunicación:

m. Órgano destinado a la información pública. U. m. en pl.

Premisa de trabajo. ¿Internet es un medio de información o un medio de comunicación?

La tecnología, parece, haya facilitado, cuando no revolucionado, la gestión y transmisión de información, las que se han dado en llamar Tecnologías de la Información. La premisa con la que trabajamos en el presente artículo es que internet ha superado el hecho meramente informativo para convertirse en un medio de comunicación.

Más allá de la posición con la que una persona pueda aproximarse al medio, de las habilidades o actividad que pueda desplegar, partimos de la base de que la tecnología pone a disposición un horizonte de contenido y servicio antes inimaginable. Posibilita el que, en sus múltiples formas, se registre (quede constancia), de un contenido que, es verdad, muchas veces puede considerarse de dudosa validez. Sin embargo saltamos por alto un hecho, las personas somos seres sociales. No interactuamos tanto con un ordenador o máquina sino que lo hacemos con otras personas, sí, es verdad, con la intermediación de, ahora sí, una máquina.

¿Cuáles son las motivaciones y pautas de comportamiento? Son diversas y heterogéneas, tantas, tal vez, como personas.

El hecho relevante es la comunicación establecida entre personas diversas y lo es salvando la distancia o el tiempo. El contacto directo de una conversación, los gestos, el tono, la apariencia, en fin, dejan de tener sentido en la comunicación entablada a través de medios digitales o tienen una distinta consideración.

¿Cómo se definen los rasgos de una persona en un medio digital?, ¿de qué elementos se constituye una “identidad digital” si es que de tal concepto podemos hablar?

De todas aquellas emanaciones o registros susceptibles de ser digitalizados o tratados informáticamente, así, el *microblogging*, las fotografías, los videos, los textos propios, comentarios, opiniones, redes a las que pueda pertenecer, etc., vendrían a conformar esa identidad.

La consecuencia directa es la individualización de la persona en un medio digital. El que seamos capaces de presentarnos con un nombre y rasgos determinados nos permite a su vez aproximarnos a personas o conjuntos afines, identificar a su vez las características de un grupo o colectivo. Es esta la primera piedra en el entramado social.

¿El compartir un interés nos convierte automáticamente en parte de una comunidad? No.

¿Nos convierte en uno de los nodos de una red? A lo que la respuesta sería, ¿existen vínculos estables a modo de infraestructura capaces de mantener una conexión, independientemente de que esta sea o no efectiva?

Una pregunta que me hago y aún no soy capaz de responder es si hay un sustrato intangible detrás de una comunidad y si éste tiene su traslación a lo digital. Presumo que sí, pero ese es objeto de otro artículo.

Identificado un interés común o valores, ¿qué otros aspectos son precisos para la consideración de comunidad?

El sentido de pertenencia, el que una persona individualmente considerada pueda sentirse parte no implica que pueda serlo o identificársela como tal, y viceversa. Los rasgos emanados de una persona llevan a pensar en la pertenencia de dicho sujeto a un colectivo. ¿Podemos decir por tanto que se trate de una convención? Probablemente, pero lo cierto es que, independientemente de donde esté el límite, el sentirnos parte constituye buena parte de lo social.

De lo que podemos concluir que hay una serie de rasgos que permiten constituir una identidad, que dicha identidad se sustenta en una serie de aplicaciones; *blog*, *Wiki*, *podcast*, lectores rss, sistemas de etiquetado, recomendación, clasificaciones, etc. Es, en última instancia, la tecnología la que así lo facilita, es el acceso “universal” (cada vez más), la accesibilidad entendida en un sentido amplio la que así lo posibilita.

Nos preguntábamos por aquellos aspectos que pudieran ser precisos para que un grupo o colectivo pudiera considerarse como comunidad.

El ánimo colaborativo, participativo. Lo que inmediatamente nos lleva a una siguiente reflexión, ¿es preciso que verdaderamente quede recogida, “digitalizada”, la opinión por ejemplo de una persona para que sea considerada parte de una comunidad? Sí, pongamos por caso, un *blog* no suscita comentarios o reacciones tangibles por parte de otros usuarios, – ¿es un *blog*? –, no. Es un repositorio, un diario, un directorio, pero no un *blog* que necesariamente implica conversación.

Hablamos de comunicación, de intercambio, de uno tangible, expreso. ¿Cómo se producen estos intercambios y como afectan a los sujetos, al conjunto?

La irrupción de la tecnología implica superar un modelo más sencillo en el que contamos con dos figuras, emisor y receptor que, en un medio determinado, emite y recibe respectivamente un mensaje. Dicho modelo se supera por uno en el que la comunicación no se produce de “uno a todos” sino de “todos a todos”. Se sustituye la figura del receptor pasivo por la del productor–consumidor. El que era receptor a su vez puede reelaborar el contenido, generar contenido propio, valorarlo, agregarlo, etc., o meramente consumirlo.

¿El resultado?, conocimiento emanado de la suma de las partes, que podemos denominar como **inteligencia colectiva**. ¿Contamos con modelos en los que el contenido es exclusivamente generado por los usuarios?, ¿cuyo valor radica en la suma de opiniones? Sí, foros, *blogs* o sitios de valoración de producto como *Ciao* son buenos ejemplos.

Hemos dicho que la tecnología facilita, posibilita, pero no queda ahí exclusivamente. El boom radica en la permeabilidad e interconexión de los distintos soportes o plataformas. El hecho tecnológicamente diferencial es el concepto de sistemas o programas de código abierto, desarrollados por una comunidad, para una comunidad, véase el caso de *Drupal* (recordar la reciente migración de los sistemas de la Casa Blanca en EEUU por mencionar un ejemplo). Es la clave como elemento dinamizador. Las aplicaciones de código abierto permiten la retroalimentación de los servicios, la generación de sinergias entre servicios dispares.

Es en este punto que podemos referirnos e introducir el concepto “*Web 2.0*”, que, a priori, podemos definir como conjunto de técnicas, como la tendencia sobre la forma de utilizar y concebir la *web*.

El término, dice la *Wikipedia*, asociado usualmente con Tim O’Reilly:

“El término fue utilizado para referirse a una segunda generación en la historia del desarrollo de tecnología *web* basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los *blogs*, los *wikis* o las *folcsonomías*, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios de una comunidad o red social. La *Web 2.0* es también llamada *web social* por el enfoque colaborativo y de construcción social de esta herramienta”.

Son modelos sociales, colaborativos, los que inspiran la tecnología, realmente los servicios son los que se venían proponiendo hace diez años, el cambio radica en una inspiración social, relacional. Ese es el hecho diferencial.

De las líneas anteriores lo que se pone en tela de juicio es el papel del ciudadano, de la persona, de las organizaciones en una sociedad cada vez más tecnificada.

¿El cambio operado por los ciudadanos puede conducir a una transformación social, a un cambio del papel jugado por las personas, un cambio de dentro afuera?

El cambio de paradigma afecta al individuo como tal, al individuo en sociedad, así como a las organizaciones propias de la misma en un modelo en constante transformación, una transformación silenciosa.

© Ignacio Rodríguez Díaz