

Los cambios en la web 2.0: una nueva sociabilidad

Laura BAUTISTA SANCHO
Universidad Complutense de Madrid
lbsancho@gmail.com

Recibido: 27/07/2012

Aceptado: 30/10/2012

Resumen

Una nueva forma de entender y afrontar Internet nació en torno a 2004. Hoy, la web que envuelve y conquista prácticamente la totalidad de nuestros entornos vitales (relaciones personales, trabajo, ocio, información, política, etc.) se caracteriza fundamentalmente por el valor y protagonismo que otorga a la participación y por tanto, al usuario, que se convierte en el arquitecto y constructor de la infinita red que conforma Internet. Como toda revolución, la web social ha producido un giro importante en el modo en que nos comunicamos, nos informamos y nos relacionamos. Ha producido, así, una nueva forma de sociabilidad que afecta tanto a las interconexiones humanas, a las ciencias de la información como a la propia identidad personal, hoy más contingente e incierto todavía.

Palabras clave: web 2.0, Internet, identidad, periodismo, periodismo digital, sociedad.

Changes on the web 2.0: a new sociability

Abstract

A new way of understanding and addressing the Internet was born around 2004. Today, the web that envelops and conquers virtually all of our living environments (relationships, work, leisure, information, politics, etc.) is mainly characterized by the value and prominence it gives to the participation and, therefore, the user becomes the architect and builder of the infinite network that is the Internet. Like every revolution, the social web has produced a major shift in the way we communicate, get informed and interact with other people. This social web has developed a new form of sociability that affects both human interconnections, science of information and personal identity; the latter being today even more contingent and uncertain than before.

Keywords: web 2.0, Internet, identity, journalism, digital journalism, society.

Referencia normalizada

BAUTISTA SANCHO, Laura (2012): "Los cambios en la web 2.0: una nueva sociabilidad". *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 18, núm. especial octubre, págs.: 121-128. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

Sumario: 1. Introducción. 2. El periodismo 2.0. 3. Sociedades hipervinculadas. 4. El yo 2.0. La (re)construcción constante de la identidad personal. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

En los últimos años, académicos e investigadores sociales miran a las pantallas de sus ordenadores con interés e intriga. ¿Qué es lo que se esconde tras ella que es capaz de provocar la revolución que de hecho ha producido en nuestras vidas? ¿Cuál habrá sido el detonante del cambio que ha hecho variar nuestras conductas, costumbres e incluso valores?

La respuesta a ambas preguntas bien podría apuntar a Internet, esa enorme red virtual de nexos de conexión infinitos, que une hoy en día cualquier parte del planeta con nuestro despacho, habitación o incluso bolsillo. El mundo al alcance de un dedo índice. De un clic. En una exaltación de la globalización, erigiéndose en su punto más fuerte, Internet ha eliminado las fronteras geográficas, también las temporales y ha logrado acercarnos a todos, ciudadanos de un mundo virtual.

Lo que sin duda caracteriza y justifica todo estudio de la web 2.0 es el cambio de paradigma que propone. Si en la web tradicional, tal y como nos conectábamos hasta 2004, lo importante era la información a la que teníamos acceso (limitado) a través de búsquedas enciclopédicas, en la web 2.0, el protagonismo lo tiene el usuario. Es él quien construye la web, quien forma activamente pequeñas comunidades virtuales en las redes sociales (actores principales de lo 2.0), quien participa en la construcción de contenidos (Wikipedia), quien interacciona y comunica, sanciona y premia y sobre todo, crea, sin barreras ni límites.

Hoy en día pasamos algo más de 14 horas a la semana conectados a Internet y lo hacemos a través de una pequeña ventana por la que nos asomamos al mundo: la pantalla. Ese pequeño espacio rectangular, de dimensiones variables que en ocasiones cabe en la palma de una mano o en el bolsillo trasero de un pantalón –como es el caso de los smartphones, las PDA-, otras tiene tamaño de libro –los eBooks, las tabletas- y en la mayoría de los casos, muy similar al tamaño de una televisión –los ordenadores de mesa o portátiles-, siempre conectada a la red, se erige ante nuestros ojos, a la altura de nuestro cráneo, estratégicamente colocada ante nosotros para facilitarnos una sencilla y efectiva visión de un mundo que no sólo tenemos ante nosotros, sino, mucho más allá de ello, del que formamos parte activa.

En este artículo ofreceré una visión aérea de tres aspectos concretos en los que lo 2.0 ha impactado notablemente: la comunicación, las relaciones y nosotros mismos.

2. El periodismo 2.0

Corren tiempos trémulos para las ciencias de la información. En pocas décadas, con el avance de la tecnología y la irrupción de Internet, el panorama comunicacional ha dado un giro de 180 grados.

Hace quince años, si queríamos informarnos acerca de alguna cuestión económica, política, social, cultural o científica, acudíamos a los medios de comunicación, donde periodistas elaboraban textos informativos u opinativos relativos a una serie (limitada) de asuntos. Era la época en la que el editorialismo aún tenía alguna importancia. El usuario (que por entonces era lector o audiencia) elegía canal de acuerdo a su afinidad ideológica con el medio en cuestión, o en otros casos, con el contrario a la misma para contrastar y evaluar dos puntos de vista de un mismo asunto. En aquella época el soporte variaba entre muy pocos canales disponibles: el papel de los periódicos y revistas, las ondas sonoras de la radio, la difusión de señal por cable o satélite de la televisión y tímidamente, los protocolos de red de los que Internet se valía para publicar ciertas noticias.

Hoy en día existen en España sesenta y cinco periódicos digitales y más de diez mil en el mundo entero. Las grandes cabeceras y principales grupos editoriales se encuentran en un ambiente de gran competencia por la variedad en número y modos y al mismo tiempo, en una constante lucha por mantener y asegurar la confianza que sobre ellos vierten los usuarios.

Un claro ejemplo de la iniciativa participativa que caracteriza a la web 2.0 es la introducción en muchos medios de comunicación de la figura del “periodista anónimo”. Éste no sería más que un usuario identificado por un *nick* (o apodo cibernético) re-

gistrado en la plataforma del medio, que colabora con el mismo a través de testimonios propios, voluntarios, independientes y autónomos. Un individuo que, conectado a Internet, desde su casa o cualquier parte del mundo, vuelca sobre el medio de comunicación, una información que ha vivido de cerca, de la que puede aportar detalles y que de pronto, se convierte en noticia. En este sentido, se amplía fuertemente el espectro de contenidos que puede albergar un medio, ya que cuenta ahora en las calles con muchos más “periodistas” de los que podía permitirse poner en plantilla; en definitiva, más ojos para ver y más voces para relatar.

Otro de los ejemplos característicos de esta nueva era, también cimiento principal de lo 2.0, son las redes sociales. A través de ellas, los usuarios interconectados participan activamente en la constante evolución y engrandecimiento de las mismas. En ellas, el usuario se convierte en el contenido. Las nuevas redes funcionan como fuente de innovación, de contactos (laborales, íntimos, etc...), de organización social. Tomemos el ejemplo de Twitter, una red social de microblogging activa desde el año 2006 y que en la actualidad cuenta con más de doscientos millones de usuarios registrados. Su regla básica es la limitación de ciento cuarenta caracteres en los mensajes que se emiten. Twitter ha sido y es protagonista principal en los principales acontecimientos noticiosos de la actualidad, llegando a convertirse en un símil del ágora o plaza del pueblo. Esta plataforma permite a los periodistas ofrecer una información actualizada por segundos de manera sencilla (quizá superficial) directamente a los ordenadores y smartphones de la sociedad.

Pero tanto en el caso de los “periodistas anónimos” como en el uso masivo de redes sociales, hay que atender a un principio básico: los avances tecnológicos como la medicina, curan, pero también matan. Han surgido numerosas voces críticas en relación a la masiva y en ocasiones descontrolada participación de la web 2.0. La “inteligencia colectiva” de la que hablaba Pierre Lévy (2004) genera libremente contenidos que son rápidamente puestos al servicio del consumo popular. Así, el individuo se encuentra en un ambiente en el que puede informarse, contrastar, documentar e intercambiar conocimientos con otros individuos. A pesar de lo idílico que pudiera parecer, Dominique Wolton (2000) recuerda que esto puede devenir en un alto nivel de ruido y sobreabundancia informativa, en el que una noticia repetida por muchas voces es dada por real, deviniendo en ocasiones en una pura manipulación y que para evitarlo, se precisa una alfabetización digital que debería constituir condición sine qua non para una navegación comprometida y responsable. Son incontables los bulos surgidos en la red, así como la inmensa cantidad de informaciones falsas o no debidamente contrastadas que afectan a lo cotidiano. Hablamos de cuestiones políticas, sociales, culturales, de salud que pueden llegar a confundir, alterar o incluso generar pánico en una sociedad desprotegida. El usuario, careciendo de tiempo para reflexionar y madurar lo recientemente aprehendido, cae en la trampa mortal de una desinformación peligrosa.

No dejemos atrás al “periodista anónimo”. Esta iniciativa de entronar al amateur aunque útil para diversificar contenidos y hacer emerger un contexto alternativo a los grandes monopolios informativos y sus intereses políticos y comerciales, no aporta información de calidad ni atiende a las reglas de la deontología informativa. Andrew

Keen, uno de los autores más críticos con la cultura de lo amateur, presenta un juicio un tanto elitista al respecto, según el cual, sólo los profesionales deberían poder producir, editar y seleccionar contenidos. Según Keen “la revolución Web 2.0 está llevándonos a una superficial observación de la realidad más que a un profundo análisis, a una estridente opinión más que a un juicio de calidad. Un caos que oculta la información útil” (Keen, 2007). Internet nos lo pone fácil con sus infinitas posibilidades y su sencillo uso, pero somos los usuarios quienes tenemos que hacerlo bien. Para ello, hay que madurar una actitud crítica, una visión holística y contextualizada y una iniciativa investigadora. Como apunta Dolors Reig (2012), hoy al software y al hardware se les une el *mindware*, o lo que es lo mismo, el cambio de mentalidad necesario para compartir conocimientos en la era 2.0.

3. Sociedades hipervinculadas

La web se ha vuelto social y los usuarios, irremediablemente sociables. Presente en todos los ámbitos de nuestra vida, lo 2.0 impregna la economía, la información, la comunicación, el trabajo, el consumo, el ocio, la educación, la salud, las relaciones, etc. Estamos ante un incalculable número de comunidades en función de ilimitados tipos de intereses en las que se desarrollan infinitas formas de relaciones sociales. Los matemáticos e ingenieros informáticos han estudiado este nuevo entorno desde la teoría de redes, enmarcando ésta que estudiamos dentro de la teoría de redes complejas. En otras palabras: la World Wide Web de nuestro tiempo es equiparada a la red eléctrica, a las redes neuronales de nuestro cerebro y a las epidemias de enfermedades infecciosas.

Numerosos neurocientíficos han señalado la importancia del efecto contagio en las redes sociales 2.0 y el modo en que nuestro cerebro interpreta la interacción social virtual del mismo modo –o en ocasiones, incluso más potentemente– que en la interacción directa del cara a cara. Paul Zak, también conocido como Doctor Amor, ha llevado a cabo numerosos estudios que demuestran que se liberan los mismos niveles de oxitocina (la hormona “del amor” o “del abrazo” que disminuye los niveles de estrés y nos ayuda a ser más felices) en las interacciones virtuales de las redes sociales que en otros entornos de interacción real. Así, Zak concluye que el cerebro interpreta los tuits de la misma manera que interpreta una interacción directa. Dicho de otro modo, nuestro cerebro no es capaz de establecer una diferencia rotunda entre lo que vivimos on-line y lo que experimentamos cara a cara. Para él las conexiones sociales son las mismas, independientemente del canal en el que se sucedan.

Ante un panorama de hiperconectividad en el que se suceden multitud de conexiones sociales, emergen voces críticas que sugieren que estas nuevas formas de relación interpersonal son superfluas e insustanciales. En este sentido Kenneth Gergen habla de saturación social y asegura que nuestra vida personal está hoy en día expuesta a las valoraciones, opiniones y estilos de vida de otras personas de tal manera que, suprimiendo el sentido del Yo individual, nos convierte en “pastiche o imitaciones baratas de los demás” (Gergen, 2010). Con todo, el psicólogo norteamericano da la extremaunción al amor puro y romántico, a las amistades íntimas, a la familia unida y al hogar, en su sentido puritano de nido de crianza.

Lo cierto es que gracias a las redes sociales, a los portales de contactos personales, a las aplicaciones de videoconferencia (Skype) y mensajería móvil (Whatsapp), la gente se encuentra, se relaciona y se comunica más. La web propicia un lugar de encuentro virtual en el que la empatía y las variables de afinidad actúan como filtro de selección y conexión entre usuarios dispares.

Pero no sólo de relaciones amistosas o afectivas se nutre la web 2.0. Una de las consecuencias de la arquitectura de la participación que nace en el seno de la web social, es la implicación activa en el devenir de la sociedad, bien sea desde posturas políticas o sindicales, bien desde la voz del ciudadano. Empieza a cobrar forma e importancia lo que algunos autores llaman la Democracia 2.0. El pueblo hace oír su voz mediante los altavoces que pone a su servicio la web 2.0. De aquí se debe el despegue de iniciativas como Actuable o Change.org que, presentados como abanderados de la democracia electrónica, permiten a los usuarios recolectar firmas a favor o en contra de diversas iniciativas de actualidad y ver como algunas de éstas ven satisfechas sus demandas. Un importante estímulo para el navegante del malestar y del desánimo, que hoy a golpe de ratón, siente que puede hacer cosas, que es útil para la sociedad.

4. El yo 2.0. La (re)construcción constante de la identidad personal

A pesar de que muchos autores, investigadores sociales, filósofos y psicólogos se lleven las manos a la cabeza en relación a los cambios acontecidos en la identidad personal a raíz del avance de las nuevas tecnologías de la información y la sociedad hipermoderna, no hay que tener miedo.

El yo hoy en día es inestable y está sometido a una continua reescritura y replanteamiento que consigue que, como afirma Zygmunt Bauman (2007), no seamos nunca dueños totales de nuestra propia identidad. Ésta queda expuesta a las influencias e interpelaciones –especialmente importantes estas en la nueva web 2.0- de los otros, ante los que nos presentamos y los que nos sujetan e influyen de maneras muy variadas en la construcción de nuestra forma de exhibirnos ante el mundo.

No hay que olvidar que la identidad personal es una mera construcción, cuyo desarrollo dura toda nuestra vida. No se nace, opuestamente a lo que afirmarían las corrientes críticas esencialistas, con una identidad íntegra, auténtica, prefijada y estipulada, sino que a partir de la tabula rasa con la que damos la bienvenida al mundo, vamos dando forma a la que poco a poco, irá siendo nuestro yo. A Foucault no le faltaba razón cuando decía que el sujeto es puro efecto del discurso y con todo, resultado de la interacción con otros. Será la autoconsciencia la que exigirá al mismo actuar sobre sí, revisarse, cuestionarse, mejorarse y transformarse a lo largo de su vida. En esta nueva era y de modo casi inconsciente, automático, estamos constantemente generando discursos. Elaboramos relatos y damos cuenta de nosotros mismos ante otros (a veces anónimos, indeterminados, desconocidos).

La web social 2.0 está desarrollando una nueva forma de subjetividad: el objetivo ahora no es dar a conocer lo que somos, sino imaginar y desarrollar lo que podríamos o querríamos llegar a ser. Así, a través de la performatividad y la reiteración, se despliega ante nosotros un inmenso abanico de posibilidades de ser que, en cierto modo, no deja de ser una interpretación. De este enfoque dramático de la vida da sobrada

cuenta Erving Goffman (2009) cuando afirma que, la interacción social es una contínua performance, es decir que constantemente estamos interpretando un papel para transmitir ante otros una determinada impresión sobre nosotros mismos. El inmenso poder del lenguaje no sólo nos permite comunicarnos, relatar una historia u ofrecer información: más allá de eso, nos hace reconocibles ante otros, nos reconocemos a nosotros mismos. Se pueden hacer tantas cosas con las palabras, que incluso con ellas nos hacemos a nosotros mismos.

La identidad por tanto es una creación personal e individual, discursivamente construida en la interacción social. Esto nos lleva irremediamente a rozar el tema de los regímenes de verdad. A pesar del beneficio y la ventaja que supone de cara a la libertad y la espontaneidad que las herramientas de la nueva red social ofrezcan la posibilidad de construir tantas identidades como nos plazca, en ello recae una amenaza latente que no podemos olvidar: las identidades falsas, excesivas o lejanas. Los datos internos de la inmensa red social Facebook, que recientemente ha desvelado en un informe (*Huffington Post*, 2012), revelan que 83 millones de sus usuarios, esto es, un 8,7% del total de cuentas abiertas, son falsas, eso sin olvidar que más de 30 millones de cuentas pertenecen a usuarios fallecidos. Con todo, más de 110 millones de usuarios de esta red social existen, pero no son reales.

El reto a la veracidad al que se enfrenta la web social es puesto en tela de juicio hoy en día por las voces de aquellos, críticos con el posmodernismo, arraigados en el romanticismo, las tradiciones modernistas y asustados con la pérdida de las certidumbres, que defienden la opinión de que en la conciencia de la construcción identitaria en la que nos vemos inmersos, ya no existen “verdaderas” identidades, ni personalidades “reales” y que “se nos han vuelto extraños los conceptos de verdad, sinceridad y autenticidad. (Gergen, 2010: 151) No podemos olvidar que estamos analizando el lenguaje y este, para Morrison, es “un acto con consecuencias, un acto prolongado y una representación con efectos” (Butler, 1997). Que el lenguaje sea considerado un acto, sus efectos y las consecuencias, positivas y negativas, han quedado ligeramente explicitadas en este texto. Lo que parece innegable es que, en esta nueva forma de comunicación interpersonal de la textualidad digital, han surgido cambios importantes en la narración y enunciación.

Estos cambios, de nuevo, exigen al individuo la buena praxis y la adquisición rauda y efectiva de las aptitudes necesarias para solventar las pequeñas trampas que el doble filo de la navaja de las nuevas tecnologías pone ante nosotros. Una de las posibilidades positivas que ofrece la web social es la de registrar, archivar y documentar nuestras conversaciones y de este modo se eleva la exigencia de veracidad y coherencia. En el anonimato, nos permitimos compartir cuestiones reveladoras, íntimas y profundas, así como poner en marcha personalidades tabú o prohibidas. Este efecto desinhibidor de Internet, refuerza la sensibilización del individuo hacia la empatía y promueve una mayor diversidad, tolerancia, creatividad y talento. Una nueva generación que poco a poco va madurando: la del ciudadano global conectado.

En definitiva, Internet no deja de ser esa ventana a la que asomarnos y volvernos múltiples, donde adoptar la identidad de cualquiera e interpretar tantos yos como desemos invocar.

5. Conclusiones

En lo 2.0 aumentamos nuestro capital cultural y social, avanzamos en respeto y solidaridad, ampliamos nuestros horizontes de conocimiento y de información, incrementamos nuestra capacidad empática (y por ende de tolerancia) hacia un “los otros” cada vez más amplio, diverso y heterogéneo, compartimos y creamos con mayor facilidad –viendo reconocido nuestro talento-, interactuamos y nos interrelacionamos sin barreras, hacemos uso de las herramientas de penalización que la web nos ofrece para castigar a aquellos que se saltan la normativa del buen uso de Internet, participamos libremente en la (ciber)democracia con la ilusión de construir un mundo mejor (posible) y lo que es quizá más importante, nos auto-(re)conocemos, auto-realizamos y nos convertimos, poco a poco, en lo que somos hoy en día.

Hemos desinstalado y actualizado viejos conceptos caducos, tales como la confianza, la privacidad y los derechos de autor. Con respecto a este último, plataformas como Creative Commons, una organización no gubernamental sin ánimo de lucro que nació en 2001 y que en 2009 contaba ya con más de 350 millones de licencias, se dedica a reescribir legislaciones de acuerdo a las novedades surgidas en las nuevas tecnologías y elaborar nuevas licencias. En lo relativo a la privacidad, hay que reconocer que la web 2.0 y la presencia activa y saturante de las redes sociales en lo cibernético han conseguido fomentar la transmisión en directo de nuestras propias vidas con actualizaciones prácticamente inmediatas y completas, eliminando o reescribiendo el concepto de intimidad. Hoy en día se sabe dónde estamos (gracias a la geolocalización que contienen la mayoría de las redes), con quien, qué hacemos y cómo lo hacemos. La buena noticia es que somos nosotros quienes podemos y debemos decidir a cada instante qué preservamos para nuestra intimidad, qué hacer público y trabajar activamente para conseguirlo. Sólo nosotros podemos proteger nuestro espacio privado y sólo de esta manera lograremos hacer de nuestra pequeña parcela en la enorme Internet lo que de verdad queramos que sea. Y en cuanto a la confianza, cada vez más parecen plausibles conceptos como el de “confianza aumentada” de Dolors Reig (2012), que la supedita a la conexión. A más conexiones, más confianza.

Así, en la era de la hiperconexión, transparencia, liberación e interacción podemos abandonar la constante sospecha del miedo y asentarnos en una confianza vigilante.

Sí, somos una sociedad neofílica, obsesionada con lo más nuevo, que seguimos el ritmo de lo último, pero también somos capaces de adaptarnos a ello, de acomodarlo a nuestras rutinas y modos de vida y de extraerle el provecho que nos brindan. En definitiva, estamos dentro de un nuevo mundo que quizá ya hemos conquistado pero del que sin duda, nos queda mucho por conocer, aprender y explorar.

6. Referencias bibliográficas

- BAUMAN, Zygmunt (2007): *Tiempos líquidos. Vivir en una época de incertidumbre*. Barcelona, Tusquets.
- BUTLER, Judith (1997): *Lenguaje, poder e identidad*. Madrid, Síntesis.
- GERGEN, Kenneth J. (2010): *El Yo saturado. Dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*. Barcelona, Paidós.

- GOFFMAN, Erving (2009): *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires, Amorrortu.
- HUFFINGTON POST (2012): “Cuentas falsas en Facebook: son 83 millones, el 8,7% del total”. Disponible en http://www.huffingtonpost.es/2012/08/03/cuentas-falsas-en-faceboo_n_1736924.html. [fecha de consulta: 06 de agosto de 2012]
- KEEN, Andrew (2007): *The cult of amateur. How today's internet is killing our culture*. New York, Double Day/Currency.
- LÉVY, Pierre (2004): *La inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*. Biblioteca Virtual Salud: <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/?lang=es>
- REIG, Dolors (2012): *Socionomía*. Barcelona, Deusto.
- WOLTON, Dominique (2000): *Internet ¿Y después?.* Barcelona, Gedisa Editorial.

Laura BAUTISTA SANCHO

lbsancho@gmail.com

Facultad de Ciencias de la Información

Departamento de Periodismo III

Universidad Complutense de Madrid. Doctorado