



Las comunidades virtuales como nuevas formas de
relación social:
Elementos para el análisis

Almudena Moreno Mínguez

Universidad de Valladolid
almudena@soc.uva.es

Carolina Suárez Hernán

IE Universidad
Carolina.Suarezh@ie.edu

Resumen: La generalización de las nuevas tecnologías de la información ha propiciado la transformación de las estructuras sociales y de las formas de relacionarnos con los otros. En este proceso de cambio, la lógica de las relaciones sociales se caracteriza por la fragilidad y la temporalidad de los sistemas de reciprocidad comunicativa y que se establecen “online” en una nueva cultura cibernética. Se crean así “comunidades virtuales” en las que los sistemas de interacción establecidos por los individuos superan las categorías tradicionales de tiempo y espacio. De esta forma los individuos crean nuevas redes sociales online a las que se conectan y desconectan en función de sus necesidades y deseos. Las nuevas tecnologías de la comunicación online favorecen que las normas rígidas de la “sociedad sólida” se diluyen en contextos referenciales flexibles y reversibles en el contexto de la “sociedad líquida y globalizada” a la que se han referidos sociólogos como Bauman o Beck.

Por tanto el objetivo que nos proponemos en este artículo es ensayar nuevas herramientas teóricas, a partir de los paradigmas de la nueva sociología de la tecnología, que nos permitan analizar los nuevos procesos relacionales y culturales que se están generando en el contexto cultural de la sociedad globalizada de la información, como consecuencia de la extensión de las nuevas tecnologías de la comunicación. En definitiva nos proponemos analizar el significado de conceptos tales como “comunidad virtual”, “cibercultura” o “individualismo conectado,” así como el significado y alcance de algunos de los nuevos comportamientos sociales e individuales que se sustentan en la sociedad red.

Palabras clave: cibercultura, revolución cibercultural, comunidades virtuales, individualismo, sociedad red.

Abstract: The generalization of the new information technologies has favored the transformation of social structures and the way of relating to others. In this changing process, the logic of the social relationships is characterized by the fragility and the temporality of the communicative systems reciprocity which are established “online” in a new cybernetic culture. “Virtual communities” are created in which the interaction systems established by individuals exceed the traditional categories of time and space. In this manner the individuals create online social webs where they connect and disconnect themselves based on their needs or wishes. The new online communication technologies favor the rigid norms of the “solid society” that dilute in flexible referential contexts and reversible in the context of the “global and liquid society” to which the sociologists Bauman or Beck have referred to.

Therefore the objective that we propose in this article is to try new theoretic tools, from the paradigms of the new sociology of technology, which let us analyze the new relational and cultural processes which are being generated in the cultural context of the information global society, as a consequence of the new communication technologies scope. Definitely we propose to analyze the meaning of concepts such as “virtual community”, “cyber culture”, or “contacted individualism”, as well as the meaning and extent of some of the new social and individual behaviors which are maintained in the net society.

1.- Hacia una definición de “comunidad virtual”: un nuevo objeto de estudio en la sociedad de la información

La dimensión social es uno de los atributos naturales del ser humano, que debe ser comprendido como sujeto individual en interacción con un entorno relacional. El grupo, las comunidades y la cultura son conceptos que nos acercan al estudio hombre en su complejo entramado de interacción social como sistema social. En este sentido, la plural evolución e interacción de las comunidades y las instituciones así como las formas de relación social y comunicación han conformado la historia de la humanidad.

La comunidad se ha definido como objeto y sujeto de estudio desde diversos enfoques, que abarcan desde las formas más primitivas de agrupación social a las complejas relaciones de la sociedad post-industrial en las que ha surgido el concepto de “comunidad virtual”.

Desde el punto de vista sociológico, comunidad es un concepto con un valor polisémico, pero como idea global obedece al imperativo antropológico de encuentro social y a la necesidad de crear sentido y dar forma a la sociedad humana. En ella se consolida un sentimiento de pertenencia entendido como el sentimiento psicológico de la comunidad, en el que uno se siente miembro activo de grupo, lo cual es determinante para la propia identidad del sujeto. Así mismo, el sentimiento de una conciencia de participación y de la vinculación a un territorio común son aspectos fundamentales (Gurrutxaga, 1991) (Pons Díez, J.; Gil Lacruz, M; Grande Gascón, J.M., 1996). La comunidad es un tejido de relaciones sociales, que puede estar fundamentada en el territorio (una ciudad), en intereses comunes (asociaciones, clubes), en características comunes de los sujetos (colegios de abogados) o en una plataforma online (blogs, etc.). En definitiva la comunidad es una categoría analítica que define la interacción humana como constitutiva de la realidad social, redimensionando al sujeto como persona socializada en un grupo concreto, con sus representaciones sociales, simbólicas y valores

culturales. Además de una aproximación social y antropológica, podemos considerar a la comunidad como un contexto de acción que contribuye a la generación de realidades basadas en entramados simbólicos.

Los procesos de globalización e informacionalización han generado la transformación de nuestras sociedades, incluyendo la dimensión espacial. En dicha transformación, la nueva lógica espacial se caracteriza por la dominación de un espacio de flujos, estructurado en circuitos electrónicos que ligan en nodos estratégicos de producción y gestión, que supera a un espacio de lugares localmente fragmentado y a la estructura territorial como forma de organización cotidiana. Esta nueva dimensión nos dirige hacia una Ciudad Global, entendida como “una red de nodos urbanos de distinto nivel y con distintas funciones, que se extiende en todo el planeta y que funciona como centro nervioso de la Economía Informacional. Es un sistema interactivo al cual deben adaptarse constantemente empresas, ciudadanos y ciudades” (Castells, 1997: 2).

Son las Tecnologías de la Información el instrumento fundamental que permite a la nueva lógica de las relaciones sociales manifestarse en la realidad. Dentro de ellas, Internet constituye uno de los casos más notables de entorno tecnológico de rápido crecimiento cuyo resultado ha sido el paso de la Sociedad Industrial a la Sociedad de la Información (Cornella, 1997).

En plena expansión de Internet las comunidades virtuales se están convirtiendo en un nuevo formato de relación social en el que los diferentes colectivos acuden a ellas para satisfacer unas expectativas o necesidades, para aportar su colaboración y para sentirse parte de un colectivo. A diferencia de la Comunidad Tradicional, estos espacios impersonales se caracterizan por el anonimato y la carencia del contacto humano. Estas nuevas formas de relación están dando lugar a una sociedad mediática producida por un cambio en las normas sociales, por la capacidad de transmitir ideología o inducir comportamiento; en definitiva, por la generalización de una cultura de masas extensible a todas las clases sociales y colectivos. Esto ha convertido a Internet en una comunidad virtual como medio para unificar las comunicaciones (Sánchez Noriega, 1997).

Las primeras Comunidades Virtuales se centraban principalmente en el simple comercio o la venta de productos a través de la Red, o en un sitio donde los usuarios podían ubicar sus páginas personales de forma gratuita. Así nació la que se considera la mayor Comunidad Virtual de hoy, cuya filosofía se centra en el ámbito del ocio y la recreación fundamentalmente, aunque alberga sociedades culturales o con cierto nivel científico: *Geocities* [1]. Pero el germen de estos centros del ciberespacio viene determinado por las comunidades científicas que ya antes del nacimiento de Internet se agrupaban e intercambiaban información (Cantolla, 2000). De esta forma surge en 1985 la primera Comunidad Virtual de la historia, *The Well* [2], creada por un grupo de ecologistas que se “reunían” para debatir sobre sus temas.

Dentro de la Red, aparecen nuevas formas de comunicación promovidas por el uso del correo electrónico, pero el intercambio de información entre sus miembros no era inmediato (comunicación en diferido). Posteriormente, con la llegada de la World Wide Web como sistema hipertexto que funciona sobre Internet, la comunicación se produce en tiempo real, entrando en juego la interactividad.

Esta nueva forma de comunicación obliga a diferenciar entre Comunidad Real Tradicional y Comunidad Virtual (Iparraguirre, 1998).

Comunidad Real tradicional

- Espacio físico y temporal común para todos.
- Se desarrolla en la Sociedad Real donde las naciones de espacio-tiempo y encuentro físico condicionan su conducta y está limitada por el territorio.
- Es el soporte material de la Comunidad Virtual.

Comunidad Virtual online

- El espacio físico y temporal ya no supone una limitación.
- Se desarrolla en la Sociedad Virtual, el territorio ciberespacial, donde no hay fronteras y es planetario.
- Aparece cuando una Comunidad Real utiliza la telemática para mantener y ampliar la comunicación.

La ruptura de las barreras espacio-tiempo a través del uso de las nuevas tecnologías permitió que se desarrollaran numerosas Comunidades Virtuales. La permanencia en la Red depende de elementos básicos tales como el tiempo de interactividad y el componente afectivo entre los miembros que las componen, lo que nos remite a las formas tradicionales de sociabilidad.

Para entender adecuadamente el concepto de "comunidad virtual" hay que remontarse al concepto originario de "comunidad". Para el sociólogo Tönnies (1986:97-98), el concepto de comunidad (Gemeinschaft) es la fase sobre que se asienta la sociedad moderna industrial (Gesellschaft). La comunidad se caracteriza por el tipo de relaciones que predomina en ella (basadas en la familia, la tierra y la sangre). Define a la comunidad como un tipo de interacción social basada en la identificación afectiva: se refiere a la reciprocidad que surge de compartir vínculos basados en la familia, la raza o la sangre. En la base de esta relación se encuentra la voluntad de comunicarse que da lugar a la acción social. Por lo tanto para Tönnies la comunidad tiene su raíz natural en los sentimientos. Esta definición es útil para referirse a la comunidad como un espacio de identificación de sentimientos y de comunicación. Así mismo, los miembros de un grupo comparten significados específicos y una visión colectiva que nace de las experiencias compartidas y que termina por generar una jerga propia (Prat, 2006: 29).

La tradición sociológica ha considerado la comunidad como una agrupación de personas que, además de exhibir las características de los grupos sociales, tiene una base territorial o un territorio geográfico que le sirve de asiento. Las primeras conceptualizaciones sobre las comunidades se efectuaron sobre la base de comunidades territoriales donde una persona podía pasar toda su vida, pues eran relativamente autosuficientes. Una ciudad, un pueblo, una aldea, un vecindario, constituyen ejemplos de este concepto de comunidad. En este concepto se halla presente la idea según la cual una comunidad implica lazos más estrechos entre sus miembros que los existentes entre los miembros de una sociedad más amplia (Gesellschaft). Existe lo que se llama un "sentimiento comunitario" entre los miembros de una comunidad.

Sin embargo, actualmente el uso del concepto de comunidad es muy diferente según los contextos y se utiliza actualmente de una forma más variada y amplia. Se tiende incluso a llamar comunidad a agrupamientos que no son sino conglomerados o categorías sociales. Como consecuencia del crecimiento de la urbanización, los grupos sociales, entre ellos las comunidades, trascendieron sus fronteras territoriales. Quienes pusieron de relieve la naturaleza no territorial de las comunidades modernas fueron los sociólogos especializados en el análisis de redes sociales (Scott, 1994; Wasserman y Faust, 1995). Además de estudiar los atributos de los miembros de un grupo, los sociólogos de redes sociales analizan las relaciones que se producen entre ellos, su objetivo, intensidad, calidad así como la estructura y dinámica que surge de ellas. Wellman y Gulia, por ejemplo, han estudiado comunidades cuya red de relaciones se extiende más allá de sus fronteras geográficas. Esas relaciones tienden además a especializarse siendo contextualizadas y globalizadas al mismo tiempo; es decir, una persona se relaciona con otras no de una manera total e integral sino en ciertos contextos específicos y establecerá relaciones con otras personas distintas si el contexto y el objetivo de esa relación son diferentes. Según Wellman y Gulia, la red de relaciones en la cual participa una persona puede comprender un grupo de personas que se encuentran muy distantes en el espacio geográfico y mostrar además variaciones en el tiempo. Esa tendencia se reafirma ahora aún más en el ciberespacio, donde se potencia la capacidad de sociabilidad de las personas y crea la posibilidad de una nueva forma de sociabilidad entre ellas. Wellman y Gulia han mostrado que las comunidades virtuales son también comunidades, aunque sus miembros no tengan proximidad física ya entre ellos se desarrollan lazos similares a los de las comunidades territoriales (Wellman, 1999). En definitiva el concepto de comunidad virtual parece tener su origen en el concepto tradicional de comunidad y estar claramente vinculado con los conceptos de comunicación y socialización.

De hecho, la Web permite ahora integrar también funciones de comunicación y así se ha producido el nacimiento a las comunidades virtuales que poseen un sitio web como centro de coordinación tanto de reservorios de información como de comunicaciones. El sitio web se ha convertido en el "territorio" de una comunidad virtual. Un territorio no geográfico como el de las comunidades que estudiaron los sociólogos en una etapa del desarrollo social, sino un territorio electrónico, distribuido en el nuevo espacio que llamamos "ciberespacio". Existen igualmente programas de computación especializados en la construcción y administración de comunidades virtuales, pero, ¿qué es en realidad una comunidad virtual?

Howard Rheingold, a quien se le atribuye haber acuñado el término "comunidad virtual", en su libro, *The Virtual Community*, que se ha convertido en un clásico de la literatura sobre el ciberespacio, define las comunidades virtuales como "...agregaciones sociales que emergen de la red cuando un número suficiente de personas entablan discusiones públicas durante un tiempo lo suficientemente largo, con suficiente sentimiento humano, para formar redes de relaciones personales en el ciberespacio" (Rheingold, 1993: 5). En esta definición encontramos tres elementos básicos: la interactividad, el componente afectivo y el tiempo de interactividad, como condiciones para que exista una comunidad virtual y ellas se corresponden a algunas de las características de las comunidades en general.

Según Michael Powers, una comunidad virtual es "un lugar electrónico donde un grupo de personas se reúne para intercambiar ideas de una manera regular....Es una extensión de nuestra vida cotidiana donde nos encontramos con nuestros amigos, compañeros de trabajo y vecinos, en el parque, en el trabajo o en el centro comunitario". Una definición más técnica sería: "...un grupo de personas que se comunican a través de una

red de computadoras distribuidas, ... (el grupo) se reúne en una localidad electrónica, usualmente definida por un software servidor, mientras el software cliente administra los intercambios de información entre los miembros del grupo. Todos los miembros conocen las direcciones de estas localidades e invierten suficiente tiempo en ellas como para considerarse una comunidad virtual" (Powers, 1998: 3). El concepto sociológico de comunidad como grupo social inclusivo, con una base territorial, se recrea en el de comunidad virtual, sólo que el territorio de esta última es virtual y no geográfico. La comunidad no ocupa un espacio en el mundo físico sino en el ciberespacio.

Sin embargo, la esencia de todas estas comunidades no radica en la naturaleza de la CMC (comunicación mediada por computador) que las estructura, sino en el hecho de que están integradas por individuos reales, de carne y hueso y que en aras de incluirse en la comunidad, adoptan una forma de "online persona" o "persona en línea"; una identidad virtual que representa al yo del sujeto ante el otro, la totalidad del medio social en cual está inmerso (Turkle, 1995). De ahí que para poder comprender la realidad del fenómeno será siempre necesario tomar en cuenta la dialéctica del yo/otro (identidad/alteridad), dado que la descripción de las comunidades virtuales siempre estará vinculada al reconocimiento de que estas sólo existen en tanto que varios sujetos la experimenten como tal, lo cual nos remite una vez más al concepto tradicional de socialización.

En definitiva la investigación social acerca de las comunidades virtuales plantea serios interrogantes acerca de su relación con las comunidades "de la vida real". Entre ellos se encuentran: ¿qué le ha faltado a las comunidades reales para que el ser humano ahora busque satisfacer "virtualmente" sus necesidades sociales por medio en Internet? , ¿las comunidades virtuales representan el inicio del decaimiento de las comunidades reales?, o simplemente ¿representan una nueva manera de concebir y vivenciar las relaciones sociales?

Los trabajos teóricos y empíricos realizados por la sociología de la ciencia y de la tecnología no han conseguido todavía dar respuesta a estos interrogantes. Estos estudios se han convertido en estos últimos años en un marco teórico, conceptual y metodológico alternativo y útil, para repensar el análisis de las innovaciones técnicas y su incidencia en las relaciones y comportamientos sociales, aunque las tecnologías de la CMC, o la propia Internet, no se han convertido aún en un foco de atención muy extendido entre estos investigadores. De hecho se trata de los eternos olvidados de las ciencias sociales.

Para poder responder a estos interrogantes de manera general adoptaremos los paradigmas teóricos de autores como Bauman, Beck o Castells para tratar de aprehender cómo las necesidades humanas de pertenecer a una comunidad se amplían y se adaptan en un entorno relacional y cultural mucho más flexible con el advenimiento de las nuevas tecnologías de la comunicación. Sin embargo, este proceso interactivo que supone nuevas formas de socialización y endoculturación no está exento de contradicciones, ya que la libertad y la autonomía que posibilitan las comunicaciones online genera ciertas frustraciones ante ese deseo humano innato de pertenecer a una comunidad relacional duradera. Es lo que se ha dado en llamar la ambivalencia del nuevo "individualismo conectado".

2.- La nueva dimensión social/relacional y cultural de las "comunidades virtuales"

El itinerario de las nuevas tecnologías de la comunicación se entrelaza estrechamente con los cambios sociales y culturales así como con la transformación de los lenguajes y las narrativas. Como resultado de la convergencia de esos cambios surgen nuevos conceptos para aprehender nuevos modelos relacionales. Uno de estos conceptos que definen la "sociedad de la información", "sociedad red" o la "sociedad conectada" es el de "cibercultura".

La investigación sobre ciberculturas se ha iniciado recientemente como consecuencia del acelerado proceso de advenimiento de la sociedad tecnológica. Bauman ya advirtió en la década de los noventa de que era necesario romper la dicotomía sujeto-tecnología y trabajar la ambivalencia realidad/virtualidad como producto humano (Bauman, 1990). Es, por tanto, imprescindible integrar la tecnología en el ámbito de análisis de lo social y lo cultural (Feenberg, 1999), con el fin de conocer la pluralidad de dimensiones que caracterizan a nuestra existencia en la sociedad de la información.

De hecho, la cibercultura, entendida como el conjunto de sistemas socio-técnico-culturales que tienen lugar en el ciberespacio (Lévy, 2007: XV), empieza a transformar los imaginarios y los discursos de los cibernautas a través de saltos e interacciones constantes entre la "interfaz" y el "mundo real". Las prácticas en línea comienzan de este modo a desbordar la virtualidad y a irrumpir en la realidad de los sujetos más allá de lo imaginado.

Las transformaciones que estamos presenciando en estos estados de *zapping actitudinal* entre lo virtual y lo real van configurando nuevas nociones del "ser" y novedosas expresiones y modos de representación del sujeto y la colectividad en línea.

Internet, más que una tecnología de comunicación, va constituyéndose en la tecnología de representación por excelencia del nuevo siglo. La inicial construcción ficcional del yo está siendo sustituida allí por la reconstrucción y el reconocimiento del sujeto en sus prácticas virtuales.

Las nuevas formas de representación simbólica que están surgiendo en el espacio virtual de Internet están dando lugar a nuevas formas de privacidad, de identidad personal y colectiva y, en suma, a nuevas relaciones sociales como pone manifiesto la utilización de espacios o comunidades virtuales tales como Youtube, Myspace, Hi5 o Facebook. Por ello lo virtual y lo real no deben ser entendidas como dos categorías opuestas ya que la cultura digital es en gran medida una extensión del concepto de cultura, donde lo virtual efectivamente propone “otra” experiencia y otro análisis de lo real que nos obliga a una mejor comprensión de los lazos y nudos que enlazan las realidades y las apariencias, las ilusiones y los síntomas, las imágenes y los modelos. Lo virtual no sustituye a lo real sino que lo representa, es un laboratorio de experimentación ontológica que nos obliga a renunciar al apoyo de las apariencias y nos vuelve cazadores de lo real en bosques de símbolos (Quéau, 1995: 79).

Por tanto, consideramos que no es posible separar tecnología, cultura y sociedad como actores autónomos e independientes, puesto que esto significaría entender lo humano independientemente de su entorno material y de los signos e imágenes que dan sentido a su vida y a su mundo. “Por lo mismo, no se puede separar el mundo material y aún menos su parte artificial de las ideas a través de las que los objetos técnicos son concebidos y utilizados, ni de los humanos que los inventan, los producen y se sirven de ellos” (Lévy, 2007: 6). La línea que divide los mundos reales de las realidades virtuales tiende a difuminarse con los avances de las capacidades de simulación que nos ofrece la tecnología y su respectiva apropiación por parte de los sujetos, provocando nuevos imaginarios y ofreciendo espacios a nuevas experiencias que no serían posibles sin los adelantos tecnológicos. En este sentido definir la denominada “cibercultura” implica entender cómo ciertas prácticas se han naturalizado en la cultura popular a través de la representación simbólica y las nuevas formas de comunicación que los individuos experimentan a través las “comunidades virtuales”. De hecho tal y como señala Turkle, los computadores por sí solos no tendrían valor alguno si no fuera por las representaciones culturales y relaciones a las que dan lugar a través del uso que los individuos hacen de ellos: “Los ordenadores no se estarían convirtiendo en unos objetos culturalmente poderosos si la gente no se enamorara de sus máquinas y de las ideas que las máquinas comportan” (Turkle, 1997: 63).

Una de las características que definen las nuevas relaciones sociales y comunicativas que se producen en la cibercultura del ciberespacio es la simulación y el anonimato. No todo en el ciberespacio es simulación, sin embargo, sus interfaces han provocado desde el inicio la adopción del anonimato y las posibilidades de construir personalidades ficcionales. El grado de anonimato tiene una influencia muy importante en nuestra conducta pues conduce a la desinhibición o relajación de los límites normales que nos impone la sociedad. De igual modo, el anonimato se vuelve vital en el momento de experimentar con nuestra personalidad en Internet; se pierde la sensación de falsedad y se adquiere la de aventura y exploración. Interesa, por ende, conocer qué se siente al jugar con la identidad, experimentar roles distintos y ver cómo reaccionan los demás. Este proceso cambia el sentido tradicional de los conceptos de “rol”, “comunidad” o “grupo” definidos por Durkheim, Weber o Mead en la sociología clásica. De hecho, la distancia física y la poca presencia social existente en las “comunidades virtuales” hacen que nos sintamos menos inhibidos, más a salvo de ser descubiertos y un poco menos sometidos al dominio de nuestro superego y de las estructuras sociales.

Goffman se ha referido a este proceso con la denominación de “juego de información”. A partir de esta definición podríamos decir que las relaciones en la red constituyen un ciclo potencialmente infinito de ocultaciones, descubrimientos, falsas revelaciones y redescubrimientos a través de los cuales dedicamos inmensos esfuerzos a producir y sofisticar la imagen que queremos dar a los demás sin que ellos sepan lo mucho que nos requiere (Goffman, 1959). En Internet el juego de información es más flexible por la opacidad del medio y por la posibilidad de cambiar de interfaz si el juego no va bien. Los chats y foros ofrecieron las primeras ventanas de experimentación en los inicios de la Red. Actualmente, con el desarrollo de la web 2.0, los nuevos MUD como Second Life se han convertido en los referentes de los juegos de rol y, por ende, del anonimato en el ciberespacio.

Este juego de información que posibilita Internet ha generado un nuevo imaginario social colectivo a través de los procesos de socialización que se reproducen en la “cibercultura”. De hecho en la actualidad, el imaginario social colectivo se encuentra en el corazón mismo del debate teórico: “El determinismo tecnológico ha dejado de ser un mero concepto de aparición intermitente a lo largo del pensamiento político del siglo XX, para convertirse, de hecho, en parte del imaginario colectivo sobre la tecnología. Y queda continuamente corroborado cuando, curiosamente, tanto desde posiciones tecnófobas como tecnófilas, se insiste en la inexorabilidad del desarrollo tecnológico” (Aibar, 2002:38).

El imaginario social colectivo de Internet, como conjunto de significados y símbolos, actúa en la práctica y en la cotidianidad aportando sentido al comportamiento humano, a las relaciones sociales y las relaciones de los humanos con los objetos, independientemente de su existencia para la ‘conciencia’ de esta sociedad. Según Vayreda (2004) las tecnologías de la Comunicación Mediada por Ordenador (CMO) son un componente del imaginario instituido de Internet que adquieren sentido en las prácticas cotidianas de los individuos. El imaginario de las CMO no es un tejido de sentidos, liso, sin rupturas ni fisuras. Al contrario, su fuerza radica justamente en su capacidad de acomodar la diversidad, e, incluso, la contradicción de los

comportamientos individuales de las personas que interactúan a través de estas plataformas (Vayreda, 2004). Esto es un ejemplo más de las contradicciones que caracterizan a la sociedad líquida, individualizada y globalizada a la que se refieren Bauman, Beck y Giddens.

Las nuevas tecnologías de la comunicación nos ofrecen la posibilidad de conectarnos y desconectarnos a las relaciones sociales según nuestra voluntad en la necesidad ontológica que tiene el ser humano de encontrar protección en la comunidad, ya sea una comunidad real o virtual. Pero para el imaginario comunitario que recrea Internet se generan nuevas contradicciones e incertidumbres relacionales que los ciudadanos no siempre son capaces de discernir. Se trata de la dicotomía entre comunidad y libertad, dos fuerzas contrapuestas e igualmente poderosas, dos valores, imprescindibles, aparentemente incompatibles y sujetas a una tensión difícil de aplacar, según Bauman (2003).

La clave para resolver esta contradicción está en lo que Castells llama 'interconexión dirigida'; es decir, "la capacidad de cualquiera de encontrar su propio destino en la red, y en el caso de no encontrarlo, crear su propia información con lo que suscita la aparición de una nueva red" (Castells: 2001: 67). La interconectividad electrónica, característica de las tecnologías de la CMO, se transforma así en conectividad a la carta, deviene así una promesa de auto-gestión, de libertad individual. La única condición es no apagar el ordenador, no abandonar la red. En palabras de Vayreda (2004) se trata de "cambiar de foro, construir uno nuevo, invéntate un tema... pero en ningún caso desconectarse". Este proceso responde a una nueva forma de socialización en la que el individuo decide libremente cuándo conectarse y cómo gestionar su interacción con el otro, sin que nada esté predeterminado y definido de antemano como en las tradicionales formas de socialización.

3.- Comunidad virtual, sociedad líquida e individualismo conectado.

El nuevo contexto de la sociedad global basada en la comunicación interactiva propiciada por el auge de las tecnologías de la información está generando lo que podríamos denominar "revolución cibercultural". En el siglo XVIII convergieron una serie de fenómenos que se dieron en llamar "revolución industrial" que supusieron una transformación de las relaciones de producción y las relaciones sociales con el auge del mercado como forma de intercambio global de bienes materiales y culturales. Hoy podemos hablar de la "revolución cibercultural" como un proceso de transformación en el que las nuevas tecnologías de la información están transformando las estructuras sociales, las formas relacionales y el propio contexto cultural en el que adquieren sentido esas nuevas formas que adoptan los individuos de relacionarse entre ellos y con el entorno. Se trata de un nuevo entorno "online" en el que las relaciones sociales se disocian de las categorías tradicionales de tiempo y espacio. La pregunta que cabe hacerse es en qué sentido están cambiando las estructuras sociales. La sociología contemporánea no tiene respuestas para estos nuevos fenómenos. La época de las certezas de la modernidad sólida está dando paso a otra modernidad líquida de incertidumbres. Lo sólido se hace líquido y del enigma del "efecto de la realidad social", como del de "efecto red" o del de las "Multitudes" (Negri) o "Smart Mobs" (Rheingolds, 2004), sólo sabemos que existen pero de momento ningún paradigma tiene las claves para aprehenderlos en su totalidad. Lo único que, hoy por hoy, podemos hacer es aprender a convivir y a saber estar en este nuevo contexto "líquido" lleno de incertidumbres, hasta que reconstruyamos los conceptos de estas dos categorías básicas (tiempo y espacio) para cualquier forma de sociedad.

En esta línea de interpretación, una de las grandes descripciones sobre esta nueva era tecnolozada la realiza el sociólogo polaco Zygmunt Bauman, quien en *Amor líquido* (2005) habla sobre una sociedad que se mueve a gran velocidad a través de individuos "líquidos"; es decir, personas sin vínculos duraderos que tienen la necesidad de desarrollarlos y establecen modos de contacto efímeros basados en la conexión. Internet, desde la óptica de Bauman, implica un ejercicio de conexión y desconexión continua, en un entramado de relaciones virtuales que tienen facilidad de acceso y salida. Cualquier semejanza con la Matrix cinematográfica no es mera coincidencia.

En el pasaje del mundo sólido a la fase líquida de la modernidad plasmada por Bauman hay una lucha entre el poder globalizador de Internet, basado en la conexión, y las problemáticas locales de cada individuo o comunidad. Es evidente que Internet es un medio global, pero la mayoría de los investigadores destaca que sus prácticas adquieren significado en el marco local. Los sitios de mayor tráfico en Europa y EE.UU son buscadores como Google, Yahoo o Windows Live), que son la puerta de acceso a la navegación de intereses individuales y colectivos, grandes compartimentos de contenido multiformato (Fotolog y YouTube). Son espacios de informaciones locales (diarios digitales) y espacios para comprar y vender productos (e-Bay) cuya utilidad solo adquiere significación en el intercambio de productos y servicios de alcance local. Muchos hablan del reino de la "glocalidad", es decir, sitios globales por su alcance pero con foco local para capturar la atención de una audiencia específica.

La revolución de Internet no se limita exclusivamente al ciberespacio. En la "sociedad en Red" (una definición del sociólogo español Manuel Castells) convergen la Web (el gran generador de un cambio de paradigma que permite, al menos en los papeles, vencer las barreras espacio-temporales de las personas que habitan el planeta), la globalización, y la crisis de las instituciones en un nuevo contexto relacional que podríamos denominar "individualismo conectado". En este contexto de la sociedad contemporánea, las personas viven en redes y no en grupos. Los grupos asumen que todos los participantes se conocen y confían entre sí, mientras la esencia de las redes es un conjunto de interacciones e intercambio de información. Por supuesto, esto no quiere decir que los grupos no existan, sino que la vida del individuo no se puede reducir ni a un grupo concreto, ni a un lugar determinado, muchas veces es la mezcla de ambos modos de interacción.

Las nuevas posibilidades que ofrecen los sistemas tecnológicos de interacción online no son el motivo de la transformación en las formas de conectarnos. Las tecnologías más bien se desarrollan como respuesta a las necesidades que tenemos de interactuar con los otros. Así, las formas de organización social y la tecnología que usamos se influyen mutuamente y van dando forma a la vida social contemporánea.

Las relaciones que creamos no pertenecen a un lugar específico sino son a la vez locales y globales, producto del desarrollo de las tecnologías de comunicación. En general, las comunidades tradicionales basadas en una unidad concreta pierden importancia a cambio de las relaciones que mantenemos con personas que están físicamente en diferentes espacios y así participamos en múltiples redes sociales. Las características de la vida moderna, cada vez más privatizada e individualizada, se reflejan en nuestras maneras de generar relaciones que son más selectivas y voluntarias que en el pasado. Aunque nuestros contactos son globales; es decir, dispersos en diferentes áreas, nosotros seguimos conectándonos desde un lugar, sea este nuestra casa o trabajo, lo cual quiere decir que hemos globalizado nuestra red relacional teniendo como referencia siempre un contexto local (Ninova, 2008).

Las nuevas tecnologías de la información están cambiando la manera en que nos conectamos, ya que no necesariamente tenemos que estar en un lugar para comunicarnos con otros. De hecho el contexto físico se vuelve menos importante. Las conexiones son entre personas y no entre lugares, así la tecnología proporciona un cambio: conectar las personas estén donde estén. Las personas se vuelven portátiles, pueden ser localizadas para interacción a través de la tecnología en cualquier lugar. De este modo, la comunicación de persona a persona se vuelve central y apoya la desfragmentación de los grupos y las comunidades convirtiéndolas en "líquidas". Las personas se pueden "conectar" y "desconectar" a las estructuras sociales que aunque siguen definiendo los comportamientos sociales, lo hacen con mucha más flexibilidad y libertad que en el pasado. Son los nuevos "tiempos líquidos" de los que habla Bauman, donde las nuevas tecnologías posibilitan la flexibilidad y fragmentación de las relaciones sociales. Por lo tanto la transición hacia un mundo personalizado proporciona el individualismo conectado [3] donde cada persona cambia rápidamente entre lazos y redes. Es la persona quien define cómo operar para obtener información, apoyo o colaborar en algún proyecto. Nos hacemos más flexibles a la hora de interactuar en diferentes espacios.

Conclusiones

En ese artículo se ha puesto de manifiesto como las nuevas tecnologías de la información están cambiando las tradicionales formas de comunicarnos y de relacionarnos con el entorno social inmediato. De hecho en la "sociedad red" o también denominada "sociedad de la información" surgen nuevos conceptos como el de "comunidad virtual" o "cibercultura" asociados con nuevos comportamientos sociales que generan las plataformas de comunicación online. Como consecuencia de ello, las tradicionales categorías analíticas utilizadas por la sociología para estudiar los nuevos sistemas de interacción social generados en la sociedad de la información se están quedando obsoletas. Por ello en este artículo se han revisado y ampliado los conceptos que utiliza la sociología para tratar de explicar el significado y el alcance de los nuevos dispositivos culturales de la comunicación "online" y su incidencia en las relaciones sociales, en la comunicación y en definitiva en la estructura social y simbólica de los grupos sociales.

En definitiva, la movilidad virtual que se practica en las últimas décadas y que ya forma parte de nuestra vida cotidiana nos exige un cambio de idea acerca de la influencia que tienen las nuevas tecnologías, y a la vez, nos llevan a asumir que la dicotomía online/offline es un mito. La comunicación mediada por ordenador ofrece flexibilidad y autonomía, y en ningún caso, sustituye la comunicación cara a cara sino la suplementa y amplía. Las relaciones online muchas veces rellenan huecos vacíos de nuestras vidas. La proximidad ya no importa, las comunidades y los equipos son más dispersos en el tiempo y en el espacio.

Notas

[1] Véase:

[2] Véase:

[3] “networked individualism” (Wellman, 2002)

Bibliografía

- Aibar, E. (2002). Contra el fatalismo tecnocientífico. *Archipiélago*, 53, 37-42.
- Bauman Z. (1990). *Thinking Sociologically*, Oxford, Blackwell.
- Bauman, Z. (2003). *Comunidad. En busca de seguridad en un mundo hostil*. Madrid: Siglo XXI.
- Bauman, Z. (2005). *Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*, Fondo de Cultura Económica.
- Beck, U. (1998). *La sociedad de riesgo. Hacia una nueva modernidad*, Paidós, Barcelona.
- Beck, U. y Beck-Gernsheim, E. (2002) *Individualization. Institutionalized individualism and its social and political consequences*, London:, Sage Publication.
- Cantolla, D. (2000) Comunidades Virtuales: ciudades en el ciberespacio <http://www.ecommdigital.com>
- Castells, M. (1997a) *La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura*. Vol. 1. La sociedad red. Vol. 2: El Poder de la Identidad. Madrid. Alianza.
- Castells, M. (1997b) *La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura*. Vol. 1. La sociedad red. Vol. 2: El Poder de la Identidad. Madrid. Alianza.
- Castells, M. (2001). *La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Areté, Barcelona.
- Cornella, A. (1997) *La cultura de la información como institución previa a la sociedad de la información*. Barcelona. ESADE.
- Cornella, A. (2000): *Infonomía com: la empresa es información*. Ediciones Deusto.
- Fernández Sánchez, E.; Fernández Morales, I.; Maldonado & Martínez, A. (2000). *Comunidades virtuales especializadas: un análisis comparativo de la información y servicios que ofrecen al usuario*. VII Jornadas Españolas de Documentación, 2000.
- Gurrutxaga, A. (1991) “El Redescubrimiento de la Comunidad”. *Reis*, 56, p. 33-60.
- Feenberg, A. (1999) *Questioning Technology*, Nueva York, Routledge.
- Feenberg, A. & Bakardjieva, M. (2004). “Virtual communities: No "killer implication". *New Media & Society*, 6(1), pp.37-43. Versión electrónica disponible en <http://educ.ubc.ca/faculty/bryson/565/FeenbergVirComm.pdf>.
- Gálvez, A. (2005). Sociabilidad en pantalla. Un estudio de la interacción en los entornos virtuales. AIBR. *Revista de Antropología Iberoamericana*, NoviembreDiciembre 2005. [online]. Internet: [://www.aibr.org/antropologia/44nov/](http://www.aibr.org/antropologia/44nov/)
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*, Garden City, Doubleday.
- Howard, P.& Jones, S. (Eds.). (2004). *Society online: The internet in context*. Sage Publications.

Iparraquirre, J. (1998) El taller de Comunidades Virtuales
<http://www.gpd.org/maig98/es/comvirtue.htm>

Lévy, Pierre, 2007, *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*, Barcelona, Anthropos.

Quéau, Philippe, 1995, *Lo virtual. Virtudes y vértigos*, Barcelona, Paidós.

Ninova, Maya (2008). Comunidades, software social e individualismo conectado. *Athenea Digital*, 13.

Pons Díez, J.; Gil Lacruz, M.; Grande Gascón, J.M. (1996): "Participación y sentimiento de pertenencia en comunidades urbanas: aproximación metodológica a su Evaluación", en: RTS, 141, pp. 33-44.

Powers, Michael (1997). *How to program a virtual community*. Ziff-Davis Press. New York.

Pratt Ferrer, J. J. (2006). "Internet, hypermedia y la idea de la comunidad", en *Culturas Populares*. Revista Electrónica nº, 3.

Rheingold, H. (1993). *The virtual community*. Addison-Wesley. Reading, USA.

Rheingold, H. (2002). *Smart Mobs: The next Social Revolution*, Perseus Publishing, Cambridge.

Sánchez Noriega, J. L. (1997) *Crítica de la seducción mediática*. Madrid. Tecnos.

Scott, John (1994). *Social networks analysis: a handbook*. Sage Publications. Londres.

Tönnies, F. (1986): *Comunidad y Sociedad*,

Turkle, Sherry, 1997, *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*, Barcelona, Paidós.

Smith, M.A. (2003). La multitud invisible en el ciberespacio. El mapeado de la estructura social de Usenet. En M.A. Smith y P. Kollock (Ed), *Comunidades en el ciberespacio*. Barcelona: Editorial UOC. 1999.

Vayreda, A. (2004). Las promesas del imaginario Internet: las comunidades virtuales. *Athenea Digital*, 5_ 55-78 Primavera 2004. Disponible en <http://antalya.uab.es/athenea/num5/vayreda.pdf>

Wasserman, S. y Faust, K (1995). *Social network analysis: methods and applications*. Cambridge University Press. New York.

Wellman, B. Y Gulia, M (1999). Virtual communities as communities: net surfers don't ride alone, en Smith, M. y Kollock, P. *Communities in Cyberspace*. Routledge. Londres.

Wellman, B. (2002). "Little boxes, glocalization, and networked individualism". En M.Tanabe, P. Besselaar, & T.Ishida (Eds.). *Digital cities II: Computational and sociological approaches* (pp. 1025). Berlin: Springer. Versión electrónica disponible en http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/netlab/PUBLICATIONS/_frames.html

© Almudena Moreno Mínguez y Carolina Suárez Hernán 2010

Espéculo. Revista de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid

2010 - Reservados todos los derechos

Permitido el uso sin fines comerciales

Súmesese como [voluntario](#) o [donante](#) , para promover el crecimiento y la difusión de la [Biblioteca Virtual Universal](#). www.biblioteca.org.ar

Si se advierte algún tipo de error, o desea realizar alguna sugerencia le solicitamos visite el siguiente [enlace](#). www.biblioteca.org.ar/comentario

