

# Red social, el “tercer lugar” y la evolución de la comunicación<sup>1</sup>

## Un white paper del New Media Consortium

*El presente artículo nos confronta a la cuestión del “lugar” de la comunicación. Internet se transformó en el lugar evidente, diríamos hasta natural, de la comunicación a distancia porque permite a la vez el diálogo en todas sus formas y la construcción de redes sociales.*

### Los contextos de la comunicación *online*

El contexto en el cual se desarrolla la interacción tiene un efecto profundo sobre la comunicación. En los encuentros cara a cara, todos los factores desde psicológicos hasta ambientales pasando por los culturales, tienen un efecto sobre como el mensaje es transmitido y como es recibido. La comunicación *online* recibe igualmente la influencia del contexto, y puede traer consigo cuestiones adicionales de contexto que podrán tener un efecto en el mensaje emitido.

El tipo de tecnología usada para facilitar la interacción, por ejemplo, influye sobre el contexto ambiental de la conversación. Una conversación entre reuniones que tiene lugar a través de la mensajería instantánea tendrá un sabor diferente si el mismo tópico se discute en el mundo virtual, en una conversación telefónica o un salón de chat.

El desafío de toda comunicación, que es ser comprendida, existe también *online* -tanto como y quizás más- que *offline*.

Los comentarios en los foros de discusión y la mensajería instantánea son notoriamente difíciles de descifrar correctamente debido a la falta de matiz.

Cuanta más gente participe en esa clase de comunicaciones, los signos que se desarrollaron para agregar un contexto a los mensajes basados en textos, como los *smileys* (☺) y los *tags* (como <rant> </rant>), entran dentro de la tendencia. A pesar de ello, el problema del contexto no está resuelto, y vuelve a aparecer en la superficie con cada nuevo modo de comunicación que surge.

### Internet es el Lugar

El vehículo de estos cambios es Internet. Cada vez más es el “tercer lugar” (el primero y el segundo son el hogar y el trabajo, respectivamente), donde la gente se conecta con amigos, mira la televisión, escucha música construye un sentido de vínculo con la gente del mundo, y provee expresiones de nosotros mismos que son en sí mismas formas de comunicación.

Cuanta más gente se vuelque a Internet por motivos profesionales y sociales, surgirán nuevos modos de comunicación, nuevos lugares para comunicar, y nuevas avenidas de interacción que se desarrollarán rápidamente.

*Nuevos modos de comunicación.* Los servicios de telefonía en Internet como Skype o Yahoo! Voice transforman la computadora, la *webcam* y los auriculares en un video-teléfono. El uso de blogs, aunque no es nuevo, creció en los últimos cinco años y representa una manera común para mucha gente de comunicar sus ideas a una audiencia amplia y, en la mayoría de los casos, de recibir una respuesta de esa audiencia. Ambos, las llamadas telefónicas por Internet y los blogs son fáciles de aceptar, porque se basan en modelos de entendimiento conocidos (teléfonos y columnas de revistas). Es más difícil de entender las posibles implicaciones de formas que no están modeladas sobre algún comfortable medio de comunicación del siglo veinte. Uno de esos ejemplos es Twitter: los usuarios de Twitter envían mensajes cortos que están generalmente relacionados con lo que les pasa en ese momento –sea intelectual, práctico, social o profesional- para crear un canal en curso de actividad a través de la comunidad minuto a minuto. Twitter es una controversia porque no tiene un producto análogo anterior; es primo de la mensajería instantánea, pero su naturaleza de medio de difusión lo marca como un tipo diferente de comunicación. Twitter ha sido descrito como divertido, trivial, innovador, adictivo, una pérdida de tiempo, y una poderosa herramienta de red social en potencia; pero sus implicaciones en la enseñanza, el

aprendizaje y la expresión creativa, si las hubiera, no han sido comprendidas totalmente.

*Nuevos lugares para comunicar.* Cada vez más, una computadora con acceso a Internet es el lugar para toda una serie de interacciones en diferentes medios y una puerta de entrada a una serie de espacios sociales para trabajar y jugar. Sitios de redes sociales como Facebook y MySpace y entornos virtuales como Second Life y World of Warcraft se transformaron en espacios de encuentros *online* donde los usuarios –miembros, residentes o jugadores- pueden interactuar y expresarse. Estos espacios le brindan a la gente la posibilidad de representarse a sí mismos (un perfil o un avatar o ambos) y varios modos de comunicación que van desde chat textual o vocal hasta pizarrones de mensajes públicos y/o mensajería privada.

Ofrecen la manera de mantener el contacto con las comunidades existentes a las que el usuario pertenece *offline*, como los grupos sociales y profesionales. También le dan la posibilidad a la gente que se encuentra pocas veces al año de mantener el contacto –por ejemplo, colegas que concurren a una conferencia, o los amigos que se reúnen en una comunidad *online*.

Sitios como YouTube y Flickr representan otro tipo de foro para la comunicación online que se centra en la colaboración, la preferencia y la cultura popular. Los usuarios pueden subir videos (en el caso de YouTube) o fotos (en el caso de Flickr), expresar sus preferencias personales, agregar un comentario y subir su propio trabajo creativo. YouTube es también un depósito de cultura popular bajo la forma de noticiero, show televisivo, películas o videos de música que son de interés común. El tipo de interacción que tiene lugar en estos sitios se centra alrededor de intereses compartidos e incluye no solo el comentario verbal sino el comentario en la forma original o como trabajo derivado de piezas musicales populares.

Estos espacios online atraen a la gente –y pueden retener a la gente- en gran cantidad. Facebook declara poseer 45 millones de miembros activos, casi la mitad están asociados a una institución educativa; Second Life registra más de un millón de miembros en los últimos dos meses, con 400 o 500 mil personas *online* en todo momento; World of Warcraft tiene más de 8 millones de suscriptores activos. Más de 100 millones de videos son vistos diariamente en la plataforma YouTube. En una encuesta reciente del NMC entre los educadores que usan Second Life, 49% ha declarado que el tiempo que pasan en Second Life reemplazó al tiempo frente al televisor, agregando que algunas actividades online son lo suficientemente ineludibles como para reemplazar el tiempo dedicado a las actividades tradicionales de ocio.

Una de las de las razones por las que las personas visitan sitios como estos, es que en estos lugares pueden tener a la vez interacciones sociales y profesionales. Así como es simple chequear para ver qué comentarios se agregaron o interesarse en participar en un taller o una presentación el mundo virtual, la naturaleza de la atracción reposa en las conexiones entre personas que estos espacios *online* permiten.

*Nuevas avenidas de interacción.* Los canales de comunicación *online* reducen la distancia entre la gente y permiten interacciones que tienen lugar mucho más rápidamente que en otro lugar.

La comunicación con los colegas distantes, familiares y amigos se acortó de semanas a minutos y puede ser incluso instantánea, permitiéndonos sostener lazos más estrechos con un grupo más amplio que lo que gente podía tener anteriormente. De la misma manera, herramientas como Facebook y LinkedIn ayudan a aliviar la carga social adicional de estos lazos facilitando el trazo de los contactos y manteniendo un registro de la última vez que los contactamos.

Las formas de comunicación *online* incorporan también los modos de contacto olvidados en los medios más tradicionales de interacción. Las comunicaciones que alguna vez fueron solamente textuales o vocales, son ahora mucho más ricas, por el entrelazamiento simultáneo del texto, la voz, el lenguaje corporal y hasta las experiencias compartidas. Muchos de nosotros estamos todavía aprendiendo como procesar estas señales mientras las recibimos y las transmitimos por medio de la computadora, un desafío que puede dificultar la comunicación práctica. Pero para la mayoría de los jóvenes, aquellos para los que las nuevas tecnologías existen desde siempre, este modo de interpretar e interactuar es casi una segunda naturaleza.

Quizás uno de los aspectos más difíciles de los canales de la comunicación online es que no son exclusivos. Es posible subir un comentario a un blog, Twitter por ejemplo, enviar un mensaje instantáneo a un colega y recibir la llamada de otra persona en Skype, casi al mismo tiempo. Ir y venir entre esos y otros canales de

comunicación es rápido y fácil.

La elección del medio depende de la persona (o de las personas) que queremos contactar, la extensión y la naturaleza del mensaje y la cantidad de tiempo que pasemos en la interacción; pero la habilidad para flotar entre ellos es actualmente ilimitada. La facilidad de transición tecnológica entre unos y otros puede entrar en conflicto con el deseo de una interacción más profunda y substancial.

El artículo completo en lengua original se encuentra en [www.nmc.org/evolution-communication](http://www.nmc.org/evolution-communication). Traducción de Andrea Arouxet.