

# *El usuario en la era de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC)*

**María Chehín**

María Chehín es Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Nacional de Tucumán (UNT) y Doctoranda en Comunicación por la Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

## **Resumen**

Evitando caer en cualquier forma de determinismo tecnológico, resulta indudable que las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) abrieron un abanico de posibilidades todavía inconmensurables, al posicionarnos frente a medios que, técnicamente, no tienen limitaciones espaciales y cuya utilización constantemente desafía y quiebra límites, deconstruye y reconfigura identidades, tanto individuales como colectivas.

Este trabajo aborda el cambio de paradigma que produce el avance irrefrenable de las NTIC en nuestras sociedades, el pasaje de audiencia a usuarios, de consumidores a productores de información, y la reformulación de las nociones de lo público y lo privado, lo que se traduce en un análisis de la comunicación digital como resultado de prácticas comunicacionales situadas que ocurren en relación con condiciones sociales y culturales concretas.

**Palabras clave:** audiencia – usuario – prosumidor – mediaciones – NTIC – público y privado

**Keywords:** audience – user – prosumer – mediations – ICTs – public and private

## **Abstract**

Avoiding to fall down in any form of technological determinism, it turns out undoubted that the new technologies of the information and the communication (ICTs) opened a range of still immeasurable possibilities, on having positioned ourselves opposite to media that, technically, do not have spatial limitations and which utilization constant defies and breaks limits and re-forms individual and collective identities.

This essay approaches the paradigm shift that makes the unstoppable development of ICTs in our societies, the turning of audience to users, of consumers to producers of information, and the reformulation of the notion of the public and the private, which leads to an analysis of digital communication as a result of communicational practices that happen in specific social and cultural conditions.

Recibido: 27-5-2010 / Aceptado: 28-7-2010

Una de las pocas certezas respecto de las sociedades del siglo XXI es que están signadas por la evolución tecnológica e informativa que transformó “por completo las posibilidades de intercambio, circulación, consumo y almacenamiento de información así como también las de producción simbólica, cultural, multimediática y multilingüe de los sujetos sociales” (Orozco Gómez, 2009b). Evitando caer en cualquier forma de determinismo tecnológico, resulta indudable que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) abrieron un abanico de posibilidades todavía inconmensurables, al posicionarnos frente a medios que, técnicamente, no tienen limitaciones espaciales y cuya utilización constantemente desafía y quiebra límites, deconstruye y reconfigura identidades, tanto individuales como colectivas.

De modo que la dimensión que alcanzó la confluencia de los viejos y nuevos medios de comunicación se traduce en una situación particular que transforma completamente el intercambio comunicacional. Sea rompiendo tradiciones, descentrando realidades que parecían inamovibles o aglutinando aparentes incompatibilidades, el nuevo panorama comunicacional reformula y reconfigura prácticas sociales, el tiempo y el espacio, lo público y lo privado. En este sentido, el pasaje de audiencia a usuarios, de consumidores a productores de información, constituye, indudablemente, una de las transformaciones más significativas que propiciaron las NTIC. En el presente ensayo abordaremos dicha transición a partir de las reformulaciones de los conceptos de lo público y lo privado y, sobre todo, intentando posicionar a la movilidad como el eje rector de los tiempos que corren.

#### EL AVANCE DE LAS NTIC Y UN CAMBIO DE PARADIGMA

De acuerdo con Joël Rosnay (2002) atravesamos un cambio de era, una fase de transición entre dos tipos de sociedades que coexisten: la *industrial*, con

su característica producción masiva de objetos estandarizados y su estructura taylorista, jerárquica y centralizada de esas operaciones de producción; y la *informativa*, en redes, con rodamientos y engranajes, que posibilita interacciones transversales entre diferentes actores. Se está dando un cambio de paradigma y la transformación de todo un cuerpo de pensamiento siempre es, en cierta medida, traumática. En este sentido, se trata de modificaciones que se manifiestan en lo político, económico y cultural y a las cuales hay que entender, experimentar y aprender. Entender para aprovechar las posibilidades de acción que nos resultan útiles, experimentar con la computadora, nuestros amigos, colegas, etc. para aprender y forjarnos una idea personal del panorama al cual nos enfrentamos. Con respecto al último punto, la opción sistémica, complementando la visión enciclopédica del aprendizaje, permite que los sujetos se sitúen en relación con el conocimiento, la adquisición de conocimientos y el pensamiento. Por eso hoy las posibilidades de buscar, obtener, sintetizar y comunicar información se proyectan, mejor que nunca, en el escenario de la interacción de los usuarios con las redes. Y la importancia de esto reside en que todas las instituciones mediadoras creadas con el objetivo de organizar los enormes flujos de información que trajo aparejado el invento de Gutenberg –la escuela, los partidos políticos, la administración fiscal, las burocracias, los tribunales y la prensa– se hallan en crisis debido a la nueva masa de información que no logran gestionar y que agencian los nuevos medios electrónicos (Giussani, 2002).

Es sabido que la vida en las sociedades actuales adquiere su sello distintivo por el alto grado de mediatización. Nuestra interacción social está mediatizada a través de uno u otro medio de comunicación que tuerca entre la realidad y los sujetos. Según Manuel Martín Serrano (1985) hay dos tipos de mediatización, la *cognitiva*, que le imprime a la realidad la

óptica que el medio reconoce como la adecuada de acuerdo a su propio bagaje e intereses, y la *estructural*, que refiere a que el medio adapta la información que produce a sus posibilidades expresivas. La primera tiene la función de mitificar la realidad, por lo que busca que los acontecimientos que se presentan no irrumpen violentamente sobre el orden social sino que sean percibidos por los individuos como familiares a fin de que puedan encajarlos en sus modelos de percepción y comprensión; la segunda está destinada a ritualizar modelos de producción de comunicación. “Las múltiples mediaciones especifican las distintas influencias que inciden en los procesos de interacción entre audiencias y pantallas y colaboran en el resultado de la negociación, ya sea que se acepte el significado propuesto, se modifique o se acepte parcialmente, o definitivamente se rechace” (Orozco Gómez, 2009a).

Según Henry Jenkins (2008 [2006]) la convergencia cultural de nuestros días se define en tanto la explosión de nuevas formas de creatividad en las intersecciones de varias tecnologías mediáticas, industrias y consumidores. A su entender, esta convergencia mediática acoge una nueva cultura folklórica participativa al dar a la gente promedio las herramientas para archivar, comentar, apropiarse y recircular contenido. Pero esta definición, que empodera a los usuarios, deja de lado otras variables históricas y socioculturales que pueden condicionar lo que se señala *como el control de los sujetos sobre los medios de comunicación*. Por eso, lo importante es contextualizar el medio en la comunicación. En este sentido, Internet es un mecanismo técnico de transporte de señales digitales que permite que las personas puedan establecer sistemas de intercambio simbólico. Y, justamente, estos sistemas son producto de acciones intencionales de actores sociales, económicos y culturales que crean condiciones para la acción individual. Como indica Eduardo Villanueva Mansilla (2006):

La comunicación digital es el resultado de prácticas comunicacionales *situadas* que ocurren en relación con condiciones sociales y culturales concretas, identificables en el tiempo y en el espacio; el peso específico de las experiencias sociales convencionales, en oposición a las virtuales, define el grado de anclaje de cada caso de comunicación, con relación a sus orígenes convencionales o a sus expresiones virtuales.

Claro está que la eclosión de lo digital produce cada vez más formas de comunicar, más personas comunicando y más tecnologías de comunicación. Esto, a su vez, produce cierta ansiedad por comunicarse con resultados que no son siempre los esperados, (des)encuentros, tecnologías que se hibridan y comunicaciones que se intersecan en el marco de lo que llamamos la convergencia tecnocultural. Si bien se cree que una de las formas de disminuir las desigualdades socioeconómicas es mediante el cierre de la brecha digital, en la medida en que haya más acceso a las NTIC, resulta evidente que estas diferencias van más allá de la mera conexión física y se centran en las capacidades que tienen estas sociedades para transformar la información disponible en conocimiento, riquezas y bienestar. “Las posibilidades de aprovechamiento de la oportunidad dependen de los conocimientos previos, de los idiomas que se hablen, de las posibilidades para aprovechar las redes, del capital económico y simbólico” (Dorcé, 2009).

Una de las diferencias centrales entre las NTIC y los viejos medios de comunicación es que a partir de las primeras se pasa del modelo verticalista clásico a uno de redes que disminuye jerarquías y redistribuye el poder de comunicación. En la estructura de redes no hay un pequeño grupo dominante que produce contenidos, sino que la circulación de información puede realizarse en todas las direcciones pues el poder de difundirla está distribuido entre los actores de la red. “Se trata de un enorme cambio de estructuras

en los medios. Los nuevos medios de comunicación introducen una serie de posibilidades de interacciones mucho mayores, porque redistribuyen el poder de comunicación” (Giussani, 2002).

En lo que respecta al contenido de la red, se estima que el grueso de lo que se consume proviene de los medios convencionales. Esto resulta de gran trascendencia ya que sirve para matizar el entusiasmo acerca de la capacidad de los nuevos medios para ampliar la comunicación humana. Lo que sí sucede es que los viejos medios de comunicación reformulan la presentación de sus contenidos de manera tal de seguir resultando atractivos y ofrecer un producto diferente que se complementa con la nueva escritura y la imagen virtual. Por otro lado, si algo aporta Internet en relación con los medios de comunicación tradicionales es diversidad. Al abanico de públicos disponibles, cada uno de ellos con sus intereses, capacidades y gustos diferentes, se le suma otro tipo de diversificación: la de los productores de información (Giussani, 2002). Pero uno de los puntos trascendentales del impacto de las NTIC, y la divergencia entre sus usos y apropiaciones, es que tiene que ser pensado dentro del contexto en el cual se insertan, contemplando las diferencias en cada segmento social, cultural, de género, generacional, etcétera.

#### LA TRANSICIÓN DE AUDIENCIA A USUARIO

Históricamente se conocieron medios y audiencias tradicionales que surgieron y se consolidaron en distintos momentos y escenarios. La radio, la televisión, la prensa, el cine, las editoriales, se constituyeron en territorios con audiencias claras y establecidas. En este sentido, las audiencias refieren a un conglomerado no tangible, disperso, que se puede fragmentar de acuerdo a edad, género, clase social, etc., que puede ser medido probabilísticamente y que se caracteriza, sobre todo, por no poder modificar el contenido

de los medios aunque sí su interpretación. De modo que la audiencia tiene una interacción visual-auditiva con el referente en tanto que puede criticar, rechazar o disfrutar el contenido, pero se trata de una interacción simbólica que no posibilita modificar el objeto sino sólo el juicio de apropiación.

Esta situación se modificó sustancialmente ante la innovación digital que posibilitó la emergencia de una nueva categoría, la de usuario. Un sujeto que se instituye en espectador, público, televidente, audiencia, lector, consumidor y, he aquí la novedad, en productor y distribuidor de contenidos. Así, la diferencia central entre audiencia y usuario se encuentra en la posibilidad de intervenir materialmente el objeto. Este cambio, que se produce en tanto se cumplan ciertas condiciones de accesibilidad y de cultura digital, permite que los sujetos creen sus propios referentes y recreen nuevos significados de aquellos referentes producidos por otros. Lo que deviene en modificaciones en la conformación y la negociación de identidades, así como también en lo que refiere al consumo informativo y cultural (Orozco Gómez, 2009a).

Hoy la lógica del *prosumidor*, acrónimo formado por la fusión original de los términos *producir* (productor) y *consumer* (consumidor),<sup>1</sup> permite que el televidente se convierta en internauta, navegue en la web, se comunique con sus contactos y socialice sus puntos de vista de forma escrita o audiovisual, instituyéndose en un consumidor mucho más activo. Partiendo del principio de que el consumo cultural mediático en ningún momento es pasivo, el investigador André Dorcé (2009) realizó una serie de observaciones al respecto. Una de ellas es que los sentidos e interpretaciones se producen en el encuentro lector/texto dentro de contextos culturales y situaciones sociopolíticas concretas (el hogar, el barrio u otros espacios públicos constituidos por micro y macro mediaciones); otra, que su actividad no se limita a presentar lecturas oposicionales, negociadas o dominantes de

1 También se lo asocia a la fusión de los términos *professional* (profesional) y *consumer* (consumidor).

los textos mediáticos, en la medida en que estas son determinadas y alteradas parcialmente por categorías identitarias complejas, definidas por el género, la edad, la raza y la clase. Además, tales interpretaciones potenciales son producidas por los lectores/ consumidores y socializadas dentro o fuera de sus comunidades. En palabras de Dorcé:

La producción cultural del *prosumidor* resultante de los procesos de consumo simbólico de los medios tradicionales y emergentes es también dinámica y compleja, y por lo tanto reducirla a la expresión de actividad o pasividad como cualidades morales resulta simplista. Se trata de identificar qué clase de actividad posibilitan las distintas tecnologías comunicacionales entre sí y como ésta es condicionada por el desigual acceso a recursos materiales y simbólicos que eventualmente orientan los sentidos productivos de tal actividad.

Y es que las desigualdades, como afirmamos anteriormente, más que en la conexión física, se centran en las capacidades para transformar los enormes flujos de información disponibles en conocimiento, riquezas y bienestar para los distintos grupos que acceden a las NTIC.

Los medios digitales permiten ejercer formas tradicionales y completamente nuevas de socialidad. "Los individuos llevan al ámbito virtual un bagaje complejo de experiencias y expectativas y tienen que adaptarse a las características sociales y técnicas de cada medio, lo que deja margen para hablar de formas de intercambio social distintas, propias de lo virtual" (Villanueva Mansilla, 2006). En este sentido, las NTIC pueden ser experimentadas como una estrategia, tanto individual como colectiva, de cohesión, visibilidad e inclusión social. Las nuevas formas de estar comunicado representan una estrategia de control de la incertidumbre en un mundo en el que prácticamente no quedan certezas, y una defensa contra las

amenazas de exclusión de los grupos de pertenencia. De modo que, la interactividad, la horizontalidad y la co-operatividad de las NTIC se presentan como una plataforma simbólica compensatoria, una especie de imaginario que crea una ilusión de poder, de control del entorno (Winocur, 2009). Este potencial creativo y productivo que puede alcanzar el usuario no debe confundirse con la absoluta disolución de las jerarquías convencionales que operan entre productor y usuario en el marco de las industrias culturales, ni tampoco debe perderse de vista que no todos los usuarios tienen las mismas capacidades o conocimientos ni son movilizados por los mismos intereses en sus usos de las redes. Lo que sí sucede es que las NTIC posibilitan una transformación sustantiva de las jerarquías y mecanismos hegemónicos que estructuran los procesos de comunicación social y redefinen tanto los actores como los términos en los que se realizará tal potencial (Dorcé, 2009).

Toda aproximación a las nuevas tecnologías trae aparejada una resignificación por las concepciones que los grupos a los cuales pertenezcan los individuos tengan de estas en el trabajo, la escuela y el hogar. Son los usuarios los que limitan el alcance y el sentido de la experiencia con la tecnología dentro de su universo práctico y simbólico (Winocur, 2009). De modo que no es la convergencia digital por sí misma la que provoca las transformaciones en el ámbito de la socialidad y la comunicación, sino la forma en que se traducen imaginariamente sus posibilidades en la vida cotidiana de los usuarios. "En términos de experiencia existencial, la convergencia digital no se sostiene en sus soportes tecnológicos sino en la confluencia de sentido que organiza a partir de ellos" (Winocur, 2009).

Los usos que los actores hagan de estas tecnologías es lo que les da sentido y, al parecer, lo que hacen en gran medida las NTIC es reforzar usos propios de la edad y de las actividades que los sujetos realizan

fuera de la red. Además, no se puede perder de vista el factor de la inercia social, concebida como la resistencia o la subutilización de las posibilidades de las NTIC en la vida diaria. Como señala Rosalía Winocur (2007):

El hecho de que las personas usen las TIC para fines “no previstos”, y de una forma “no prevista” por los programadores e ingenieros informáticos, no implica necesariamente una subutilización de sus potencialidades sino su adecuación a situaciones sociales, culturales y afectivas altamente significativas para diversos grupos e individuos antes de la llegada a sus vidas de estas tecnologías.

En el caso de los jóvenes, las NTIC son incorporadas, no tanto por su capacidad de acceso a la sociedad de la información, como por sus posibilidades lúdicas y de sostener y reforzar lo local y la comunicación en las redes sociales y familiares. “La utilización del teléfono celular, del correo electrónico, del *Messenger*, de *Skype*, la *webcam* y otros recursos informáticos, contribuye a reterritorializar virtualmente el hogar fincado en espacios físicos concretos, conocidos e íntimos” (Winocur, 2009). Lo virtual y lo real son dos mundos de experiencias diferentes pero no son vividos como antagónicos sino como complementarios, en tanto que la interacción por medio de correo electrónico, *Messenger* o *Facebook*, por ejemplo, no implica la sustitución ni la renuncia de los vínculos o de los espacios reales de encuentro sino una recreación de los mismos. Además, debe tenerse en cuenta que el uso que se hace de estas tecnologías también puede variar si los usuarios se encuentran en su hogar, en el trabajo o en sus lugares de estudio. “Cada espacio le da un sentido distinto al proceso sociocultural de apropiación de las TIC, que no está determinando por las posibilidades de la tecnología sino por el universo simbólico de referencias y prácticas compartidas” (Winocur, 2007).

## LO PÚBLICO Y LO PRIVADO EN LA ERA DE LAS NTIC

Los nuevos medios de comunicación, a la vez que cambiaron el sentido de la comunicación, modificaron completamente el de la disponibilidad y volvieron más laxos los límites de lo público y lo privado. Siguiendo a Salvador De León Vázquez (2009), es posible plantear un desplazamiento de lo público a partir de cuatro configuraciones que tuvieron una presencia histórica en la tradición occidental: el modelo del ágora griego, el modelo del derecho romano, el modelo de la esfera pública burguesa y el modelo de lo público-mediático. Según este autor, las investigaciones en filosofía política de Hannah Arendt y Norberto Bobbio permiten entender la forma en que se construyó la idea de lo público en esta tradición intelectual, mientras que los estudios de sociología sitúan empíricamente el concepto, lo que posibilita su vinculación con los sistemas institucionalizados de comunicación.

De forma sintética, podemos decir que la filosofía recorre lo público desde la Grecia antigua hasta la esfera pública moderna, registrando un cambio fundamental en el entendimiento de esta noción. Arendt parte de su concepto de *vita activa* que fija los condicionamientos a los que la humanidad responde a partir de tres actividades: labor, trabajo y acción, relacionadas con el proceso biológico del cuerpo, las necesidades básicas para la supervivencia individual y la pluralidad que da origen a una vida política. En la *polis* griega dos actividades eran consideradas públicas: la acción y el discurso, como parte de la acción. Más tarde se separaron, haciéndose más independientes, y mientras la organización política se centró en el discurso en la esfera privada quedó lo que correspondía con las fases de la labor y el trabajo. Se trataba del terreno del ámbito familiar, donde el ciudadano mantenía sus posesiones.

Bobbio, por su parte, ilustra en el Estado romano el desplazamiento de lo público a lo social a partir de

la definición de la república que establece vínculos jurídicos y de utilidad en común. Se construye una sociedad con gobernantes y gobernados donde las relaciones entre iguales se colocan en la esfera económica, correspondiendo a la nueva esfera de lo privado, mientras que la desigualdad se plantea en términos políticos y no en términos económicos, distinguiendo qué actividades le correspondían al Estado y cuáles a los individuos. Finalmente, en la edad moderna las fronteras entre lo público y lo privado comienzan a desdibujarse. Las sociedades se van complejizando, el ritmo de vida comienza a cambiar y los marcos jurídicos e institucionales generan un escenario propicio para la difuminación de estos límites, siempre en función de la correlación de fuerzas de los actores y su ubicación en la estructura social, claro está.

Siguiendo a Bobbio, en determinados momentos históricos lo público cobra mayor importancia, incluso hasta el punto de lograr suprimir lo privado por la vía de la argumentación del bien común y de la preeminencia de éste a los bienes particulares; pero también existe el caso contrario, momentos en que lo público se retrae y lo privado se impone. Un claro ejemplo del primer caso lo representa el Estado interventor regulando la economía; el caso contrario se observa en los momentos de adelgazamiento del Estado. De modo que en la modernidad la aparición de la esfera de lo social implica una transformación del significado de lo público y la salida de la esfera privada de la labor y el trabajo. Otro factor de mucho peso en este proceso es la emergencia de la sociedad civil que limita y restringe el poder público-político.

Con la intención de simplificar aún más estas transiciones es posible afirmar que en el caso del ágora griega la comunicación se asume como un intercambio entre pares; en el Estado romano, la comunicación en el espacio público se traduce a un modelo vertical entre gobernantes y gobernados; mientras que en la modernidad se plantea como un espacio de debate en

el sentido habermasiano. La llegada de los medios de comunicación formula un nuevo espacio de construcción de sentido de lo público que tiene su incidencia en las opiniones privadas y en su interacción. Las contradicciones que lleva en sí misma esta modalidad, soportada por una estructura tecnológica que la condiciona y la hace posible, generan rupturas en la concepción de lo público. Por eso algunos especialistas consideran que el fin del siglo xx y el inicio del siglo xxi, en lo que respecta a las condiciones políticas y económicas dominantes, representa cierto riesgo para las libertades y derechos ganados históricamente.

Unidas al pensamiento liberal ilustrado, estas críticas que ordenaban lo público-privado como elementos constitutivos de la modernidad revelan una clara difusión entre los límites de estos conceptos. La idea es cuestionar y dismantelar el pensamiento moderno en sus contradicciones, tales como el sometimiento de la política al capital y su expresión en el desempleo, las agudas condiciones de pobreza de las zonas subdesarrolladas, las guerras y la incapacidad de las instituciones para enfrentar estas problemáticas. Se trata de un desplazamiento de lo público hacia la esfera de lo social. En este sentido, la ideología neoliberal se presenta como el derrocamiento de la política misma y reduce la democracia a una cuestión de procedimiento circunscripta por el mercado. La sociología del riesgo, con exponentes como Zygmunt Bauman y Anthony Giddens, revela la fragmentación social y las falencias en la comunicación entre los individuos y las instituciones que organizan la estructura social, advirtiendo la necesidad de la formulación de nuevos espacios de socialidad y comunicación. Así, valora la incursión de los dispositivos tecnológicos y sociales que permiten la inserción de lo público en espacios tradicionalmente privados, y que temas privados ingresen y se discutan en la agenda pública.

En la actualidad resulta imposible no considerar a los medios de comunicación como un factor determi-

nante de la constitución y construcción de lo público. Los medios se convierten en dispositivos fundamentales para la circulación de temas y personajes en una sociedad que tiende a una interconexión cada vez mayor. Los usos y las potencialidades de las NTIC dificultan enormemente el hecho de hablar de lo público y lo privado en términos absolutos. Y es que, en tiempos de comunicación de masas, el espacio público ha dejado de constituirse en un ámbito físico para convertirse en una serie de sucesos públicos y privados mediados. Se concibe lo público como el resultado, en permanente transformación, de un proceso social histórico que se va construyendo a partir de la experiencia social. Así, lo público se resume como un producto social, político y cultural (De León Vázquez, 2009).

Los medios digitales se convierten en espacios de acción social. A partir de la irrupción de la sociedad de masas, y de los medios masivos, los espacios públicos muestran gran diversidad y, sobre todo, agendas conflictivas. Esto en tanto que la sociedad de masas no ha sido precisamente capaz de lidiar con los intereses contrapuestos de la discusión de lo público, por un lado, y la necesidad de los medios de mantenerse atractivos y rentables, por otro. De allí que lo público como negocio o espectáculo no necesariamente coincide con lo público como interés común. La aparición de medios digitales da lugar a la creación de una gran variedad de nuevos espacios públicos. Se trata de lugares de libre acceso donde los individuos pueden discutir y eventualmente satisfacer sus intereses. Redes sociales como *Facebook*, *MySpace*, *Hi5* o *Badoo* han empezado a mostrar más de la vida del otro, sus gustos, su vida, sus contactos, de modo tal que cada vez que el usuario publica algo en la red comparte una porción de su vida personal. Como señala José Cabrera Paz (2009):

Esta red es una biografía en tiempo real. Las redes sociales novelizan los relatos de vida cotidiana y lo hacen en for-

mato multimedial. Con fotos y videos el usuario va contando su vida, o mejor, mostrando su vida, momento a momento, al estilo de lo que era la tradición del género del *diario íntimo*. Aunque ahora tiene otro sentido: es diario, pero no es íntimo, es justo todo lo contrario, es la total ruptura con el concepto de intimidad tradicional.

Con fines prácticos, el autor divide la intimidad humana en tres esferas de comunicabilidad social. En la primera está lo más cercano, lo que la persona define como tema de su exclusivo conocimiento personal. Es la esfera del secreto personal, de lo que se considera indivulgable; contempla lo que el usuario no se atreve, no quiere o considera que no es necesario hacer público. La segunda comprende aquello que pertenece al ámbito del grupo primario, de la familia, y la tercera, lo que le acontece a cada sujeto en la vida de sus grupos de pares y en pareja. En *Facebook* o *MySpace*, por ejemplo, esta esfera es la más fácilmente transmutable en relatos, fotos y videos de carácter público, incluyendo eventos aparentemente privados referidos a la vida de pareja. Esta tercera esfera tiene cierto carácter mixto, es limitadamente pública y a la vez limitadamente privada, y su contenido comúnmente se restringe a ese grupo de pares. Pero con Internet y los teléfonos celulares, y la puesta en escena de la cotidianidad en una secuencia de álbumes públicos, redes sociales y videos compartidos, las tres esferas convergen y vuelven difusas sus fronteras. Para Cabrera Paz:

El código del espectáculo se ha socializado entre todos con una alta valoración social. Los usuarios descubren su vida íntima en Internet, la televisión se nutre de *reality shows* que hacen masiva la premisa de que todo puede ser visto. La intimidad se transforma en objeto de consumo y de placer.

Algunos autores destacan como el principal atractivo de la socialidad digital su potencial para

fortalecer la democracia o para crear nuevas formas de gobierno. Mientras que otros sostienen que la diversidad de voces que se escuchan en el ciberespacio posibilita la emergencia de nuevas reglas de convivencia para las sociedades en transformación. Armand Mattelard (2002) afirma que un gran mito de tipo libertario de derecha es el que piensa que al conectarnos todos juntos a través del mundo vamos a tener automáticamente una sociedad civil internacional. Para el teórico:

Es un mito conservador y peligroso porque el punto de anclaje de la ciudadanía, del contrato social que hace que seamos ciudadanos, continúa siendo, a pesar de todo, el territorio del Estado-nación. Y es quizá el único a partir del cual se puede ejercer presión, sobre todo para impedir que coja esa deriva del todo-liberal.

A su entender, esto tiene que ir combinado con una reflexión sobre la internacionalidad de las redes sociales y la cuestión técnica. En este sentido, afirma que si este mito dificulta un análisis acerca de la transformación del territorio del Estado-nación como espacio de resistencia es porque no reflexionamos sobre lo que, precisamente, es la nación.

Finalmente, cabe comprender que todas las posibilidades de expresión que brindan las NTIC (*Messenger, Facebook, foros, YouTube, redes periodísticas ciudadanas, etc.*) se resumen en ecuaciones diferentes para distintos espacios de comunicación. Por eso, como sostiene Villanueva Mansilla:

No se puede generalizar la importancia de la privacidad, la intimidad o la identidad como elementos definidores de la comunicación digital interpersonal o de medios específicos, sino que se debe llegar a cada espacio individual y estudiarlo como un lugar cerrado, con características que no son resultado del medio técnico sino de la intención de los actores.

## CONCLUSIONES

---

El panorama sintéticamente presentado permite extraer una serie de cuestiones sobre las cuales reflexionar. En primer lugar, cabe destacar el pujante papel que las NTIC desempeñan en nuestros días, puesto que, más allá de que los dispositivos estén o no encendidos, su presencia se imbrica en la cotidianidad a partir de una multiplicidad de referencias, tanto materiales como simbólicas que, sencillamente, no pueden pasarse por alto. El nacimiento del usuario, posibilitado por las NTIC, redefinió la relación entre productores y audiencias, permitiendo el desarrollo de un consumidor activo, *multitasking*, capaz de interactuar de forma simultánea con una multiplicidad de pantallas y de producir a partir de ellas contenidos de todo tipo. Y es que hoy, bajo la amenaza de las nuevas formas de exclusión, esta interacción se ha convertido en una condición necesaria para vivir al día el intercambio social en su conjunto.

Ahora bien, no por esto hay que caer en el determinismo tecnológico de creer que los dispositivos por sí solos redimen tanto a las sociedades como a sus individuos, o que las nuevas tecnologías no son más que un ardid consumista de las corporaciones transnacionales. Entre estos polos se encuentra la realidad de un impulso tecnológico que avanza irrefrenablemente y del cual las sociedades, dentro de sus posibilidades, toman lo que pueden y con usos que a veces se alejan de los esperados (Trejo Delarbre, 2009). Y es que las tecnologías, simplemente, pierden sentido si no conllevan ventajas en términos prácticos para mejorar la vida de sus usuarios. Por otro lado, concibiendo a lo público como un espacio en permanente construcción, producto de la movilidad de los procesos políticos, económicos y socioculturales, no resulta sorprendente que esta noción haya sufrido, y sufra, modificaciones a partir del desarrollo de las NTIC ni que esto, a su vez, posibilitara la for-

mulación de nuevos planteos y debates en torno a las formas de gobierno y participación ciudadana. Frente a la ideología globalitaria homogeneizante, algunos autores rescatan las nociones de mestizaje e hibridación, en tanto que el mundo va cada vez más hacia referencias comunes pero al mismo tiempo hacia la creación de fuentes de diferencias y de diferenciaciones (Mattelart, 2009).

Estamos en los albores, y ante los vaivenes, de una nueva era. Por eso, resulta vital generar estrategias diferenciadas de difusión y alfabetización digital básica para el conjunto de la sociedad, y específicas para los distintos grupos sociales de acuerdo a sus intereses y posibilidades. La prioridad no debe centrarse en adquirir información, sino en integrarla con el conocimiento y la cultura. En este sentido, uno de los desafíos de las próximas décadas será, sin dudas, reformular las instituciones pilares de la sociedad, y seguramente crear otras nuevas, para que sean capaces de gestionar la masa de información, cada vez mayor, que circula a través de los nuevos medios. En conclusión, en la nueva era de innovación tecnológica convergen, se hibridan, se fusionan y chocan culturas y realidades completamente válidas pero distintas. Se trata de una era regida por la descentralización de las fronteras físicas y simbólicas, en la que todo está para ser visto y cuya única certeza firme es que todo se transforma, pues hoy "lo único fijo es el *móvil*" (Cabrera Paz, 2009).

#### BIBLIOGRAFÍA

CABRERA PAZ, José, "Convergencia: tecnologías del contacto", en Aguilar, Miguel Ángel y otros, *Pensar lo contemporáneo*, Anthropos, México, 2009.  
 DAYAN, Daniel (comp.), *En busca del público*, Gedisa, Barcelona, 1997.  
 DE LEÓN VÁZQUEZ, Salvador, "De lo público a la comunicación pública. Revisión conceptual", en *Renglones*, nº 61, ITESO, México, septiembre de 2009.

DORCÉ, André, "Televisión e Internet: ¿Convergencia intermedial con un solo sentido?", en Aguilar, Miguel Ángel y otros, *Pensar lo contemporáneo*, Anthropos, México, 2009.

GIUSSANI, Bruno, "La revolución digital", en Ramonet, Ignacio (ed.), *La Post Televisión*, Icaria, Barcelona, 2002.

JENKINS, Henry, *Convergencia cultural*, Paidós, Barcelona, 2008 (2006).

MARTIN SERRANO, Manuel, "La mediación de los medios de comunicación de masas", en AA.VV., *Sociología de la comunicación de masas*, Gustavo Gili, Barcelona, 1985.

MATTELART, Armand, "La nueva comunicación", en Ramonet, Ignacio (ed.), *La Post Televisión*, Icaria, Barcelona, 2002.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo, "Entre pantallas. Nuevos escenarios y roles comunicativos de sus audiencias-usuarios", en Aguilar, Miguel Ángel y otros, *Pensar lo contemporáneo*, Anthropos, México, 2009a.

\_\_\_\_\_, "Audiencias, pantallas y educaciones", Seminario del Doctorado en Comunicación Social, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, septiembre de 2009b.

RAMONET, Ignacio, "Una gran mutación", en Ramonet, Ignacio (ed.), *La Post Televisión*, Icaria, Barcelona, 2002.

ROSNAY, Joël, "Un cambio de era", en Ramonet, Ignacio (ed.), *La Post Televisión. Multimedia, Internet y globalización económica*, Icaria, Barcelona, 2002.

TREJO DELARBRE, Raúl, "Digital Television: Options and Decisions in Latin America", en *Popular Communication. The International Journal of Media and Culture*, Vol. 7, Routledge, 2009.

WINOCUR, Rosalía, "La convergencia digital como experiencia existencial en la vida de los jóvenes", en Aguilar, Miguel Ángel y otros, *Pensar lo contemporáneo*, Anthropos, México, 2009.

\_\_\_\_\_, "La apropiación de las TIC en la vida cotidiana: mitos y realidades", en *TELOS*, n° 73, octubre-diciembre de 2007.

VILLANUEVA MANSILLA, Eduardo, *Comunicación interpersonal en la era digital*, Norma, Bogotá, 2006.