DOCUMENTO DE TRABAJO

LAS GRANDES TRANSFORMACIONES CULTURALES DE NUESTRA ÉPOCA

Por: Germán Velásquez García, Docente Investigador.
Doctor en Estudios Avanzados de Comunicación, Facultad de Comunicación Audiovisual,
Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid

Conciencia, comunicación y redes sociales humanas

El análisis que intentamos emprender alrededor del complejo fenómeno de las transformaciones culturales ocurridas a finales del siglo XX y los albores del XXI tiene profundas raíces en grandes transformaciones tecnológicas que han afectado a la sociedad en las últimas décadas. Sin embargo, un fenómeno tan complejo no puede ser explicado simplemente refiriéndose a los impactos tecnológicos porque la complejidad del ser humano es, de lejos, mucho mayor que la complejidad de sus desarrollos tecnológicos. Si comprender el impacto de la tecnología en la naturaleza humana es un asunto complejo, comprender la espiral que forman humanidad y tecnología al entrelazarse es, probablemente, el mayor problema para la ciencia social de nuestro tiempo.

Mucho se habla y mucho se ha escrito acerca de las grandes transformaciones que ha causado en la cultura y en la sociedad el desarrollo de las tecnologías de la información y de la comunicación. Sin embargo, la mayoría de los enfoques que tratan este tema se limitan exclusivamente a mirar el problema desde los impactos tecnológicos, olvidando la complejidad de la naturaleza humana en términos simbólicos, antropológicos, psicológicos, culturales y sociales. En las últimas décadas, los estudiosos del cerebro humano y de los fenómenos de la conciencia han tratado de comprender el origen de los sistemas simbólicos —base de toda la cultura humana— para entender el entramado de las relaciones culturales y sociales que soportan todos los procesos de la interacción humana.

Nos interesa dar una muy breve mirada a los planteamientos del profesor Roger Bartra con el fin de explicar el funcionamiento de la conciencia y del cerebro humano; de esta forma, se podrían empezar a comprender —de manera más integral— los cambios que han venido ocurriendo, tanto en la cultura como en el uso y funcionamiento de los medios de comunicación. Buscamos que la mirada sobre este fenómeno no sea reduccionista, sino que, como comunicadores que somos, podamos comprender la complejidad del fenómeno comunicativo de la especie. Para Bartra, la *conciencia* "quiere decir conocer con otros. Se trata de un conocimiento compartido socialmente". Con esto nos quiere decir que sólo somos conscientes en la medida en que la sociedad lo es, en la medida en que el grupo lo es. No podemos ser conscientes en soledad, individualmente. La conciencia sólo tiene sentido en grupo. De esta manera, la conciencia es un desarrollo cultural, por eso, la conciencia que cada sociedad tiene de sí misma es diferente a la de otros grupos sociales. Afirma Bartra:

"Hay que subrayar que, vista desde esta perspectiva, la consciencia no radica en percatarse de que hay un mundo exterior (un hábitat), sino en que una porción de ese contorno externo "funciona" como si fuese parte de los circuitos neuronales. Para decirlo de otra manera: la incapacidad y disfuncionalidad del circuito somático cerebral son compensadas por funcionalidades y capacidades de índole cultural" (2006, pág. 23).

Para Bartra, entonces, durante la evolución del ser humano y durante el desarrollo de la cultura, la especie humana ha generado lo que él ha llamado el "exocerebro", es decir, una construcción cultural que funciona como una prótesis del propio cerebro humano, la cual es *"en realidad una red cultural y social de mecanismos extra somáticos, estrechamente vinculada al cerebro"* (BARTRA, 2006, pág. 22). En otras palabras, para sobrellevar como especie las limitaciones que se presentaron durante la evolución, para compensar la falta de garras y de dientes poderosos, los seres humanos generaron mecanismos de comunicación, poderosos códigos simbólicos y culturales que se desarrollaron exteriormente, pero que de forma biológica están ligados a procesos fisiológicos interiores que los convierten en una suerte de cerebro exterior.

"Si trasladamos al exocerebro este enfoque, podemos suponer que importantes deficiencias o carencias del sistema de codificación y clasificación, surgidas a raíz de un cambio ambiental o de mutaciones que afectan seriamente algunos sentidos (olfato, oído), auspiciaron en ciertos homínidos su substitución por la actividad de otras regiones cerebrales (áreas de Broca y Wernnicke) estrechamente ligadas a sistemas culturales de codificación simbólica y lingüística [...] mi hipótesis supone que ciertas regiones del cerebro humano adquieren genéticamente una dependencia neurofisiológica del sistema simbólico de substitución. Este sistema, obviamente, se transmite por mecanismos culturales y sociales. Es como si el cerebro necesitase la energía de circuitos externos para sintetizar y degradar substancias simbólicas e imaginarias, en un peculiar proceso anabólico y catabólico" (BARTRA, 2006, págs. 25, 26).

Históricamente la cultura y la formación de las sociedades humanas se han entendido como un proceso de representación simbólica y semiológica desarrollado por todos los grupos humanos, con base en símbolos y códigos que adquieren profunda significación para los miembros del grupo. A partir de esta construcción simbólica se generan todos los procesos culturales, políticos, religiosos, sociales, afectivos, personales, etc. Pero Bartra va un paso más allá al proponer que el desarrollo de todos los procesos simbólicos forma parte de la evolución fisiológica del cerebro, del desarrollo de la conciencia y, por tanto, de la cultura humana. En otras palabras, los seres humanos somos seres culturales genética y biológicamente hablando. No podemos substraernos a la cultura. Ella es una necesidad fisiológica de los seres humanos, el cerebro la necesita para funcionar y la conciencia, como tal, es un complejo proceso cultural del que todos participamos.

La evolución de la familia humana ha tomado a la naturaleza algo más de seis millones de años, durante los cuales algunos simios pasaron de tener un cerebro de menos de 500 cc a los 1500 cc que hoy poseen, en promedio, los seres humanos actuales. Por tanto, como afirma Bartra, *"este período es demasiado corto en términos evolutivos para dar lugar al surgimiento de las capacidades intelectuales y cognitivas propias del homo sapiens. Se argumenta que el único mecanismo que puede explicar el rápido proceso evolutivo tiene un carácter cultural y social"*. En otras palabras, el proceso de conciencia de los seres humanos que permitió reconocer a los demás miembros del grupo como seres con conciencia e intencionalidad *"tiene un carácter enteramente cultural y produjo el desarrollo de formas simbólicas de comunicación"* (BARTRA, 2006, págs. 29, 30).

A todo este proceso de construcción externa de conceptos, signos y símbolos es a lo que Bartra llama el *exocerebro*; es a partir de esta conceptualización —ampliamente debatida y discutida por científicos de varios campos de la ciencia— que podemos entender como se ha formado la cultura humana y cómo funcionan los sistemas de representación y simbolización. Al partir de las teorías de este científico podemos afirmar que los seres humanos somos biológicamente seres comunicativos, necesitados de la comunicación como una función biológica, connatural a nuestro diario existir. Esto podría explicar por qué los medios de comunicación, a medida que se han desarrollado, se han vuelto cada vez más necesarios para las sociedades y para las personas individualmente. De igual manera, podría permitirnos comprender por qué el desarrollo de los nuevos medios de comunicación y la interactividad de las redes fueron asumidos de forma tan rápida por la humanidad. Dichos procesos digitales y formas interactivas de comunicación presentan modelos de conocimiento similares a los

que han estado en la génesis de la comunicación humana y en la génesis de la evolución cultural y social.

No es el objetivo de este escrito el adentrarse en temas tan complejos y en los cuales la discusión académica es muy profunda. Sólo queremos resaltar, para dar inicio a esta disertación académica, lo que conjuntamente con estos teóricos —encabezados por Bartra— creemos que es el origen y la base de toda la cultura. Afirma este autor que, probablemente, todos estos grandes cambios —que llegan con su impacto hasta nuestros días— iniciaron en la transición del paleolítico medio al paleolítico superior. Cuando la cultura neandertal —probablemente carente de un simbolismo tan complejo como la de los cromagnones— fue substituida por la de estos últimos: *"hombres dotados de lenguaje, agrupados socialmente, practicantes de rituales y con una economía recolectora y cazadora organizada"*. (BARTRA, 2006, pág. 33) El uso de la creciente capacidad cerebral humana llevó a los pequeños grupos sociales de la edad de piedra "a la asignación de voces a los objetos y a las mismas emociones o a las personas, la aplicación de signos en los caminos y en las fuentes de recursos, la ejecución de ritmos y movimientos rituales para simbolizar la identidad y la cohesión de los grupos tribales y familiares y el uso de técnicas de clasificación como memorias artificiales" (BARTRA, 2006, pág. 36).

Algunos autores como Tomasello piensan que los hombres hemos heredado una capacidad genética para vivir culturalmente; sin embargo, Bartra opina que es al contrario, puesto que *"adolecemos de una incapacidad genéticamente heredada para vivir naturalmente, biológicamente"*. Según este autor, esto es lo que nos ha obligado a generar los circuitos culturales y las prótesis que nos permiten la existencia.

En cada época de la humanidad, la cultura y todas las artes relacionadas con ella han influido en los modelos de pensamiento y de conocimiento que desarrollan los individuos. Pensamos de acuerdo con lo que nos permite el lenguaje, con las categorías y conceptos que se construyen a partir de él. Cada lenguaje y cada idioma que ha construido el ser humano encierran dentro de sí las categorías y los conceptos necesarios para asumir, entender y comprender el mundo que nos rodea. En otras palabras, la cultura y el lenguaje albergan un modelo de conocimiento y un modelo de pensamiento. La realidad se asume y se comprende a partir de dicho modelo y se expresa a través del lenguaje.

Partiendo de esta última idea —acariciada por filósofos y pensadores de muchas épocas (Platón, por ejemplo, proponía su modelo de la caverna) —volviendo a nuestro momento histórico y entendiendo que la humanidad sigue desarrollando cada vez, de manera más intensiva, sus constructos culturales, nos gustaría reflexionar acerca de la propuesta que hace el profesor Josep M. Catalá Doménech en su libro *La Imagen Interfaz. Representación audiovisual y conocimiento en la era de la complejidad*. (CATALÁ, 2010)

Habíamos mencionado algunas líneas atrás que el fenómeno de las transformaciones culturales experimentadas en esta época tiene profundas raíces en la tecnología, pero también que la relación cultura-tecnología determina realidades muy complejas para los seres humanos actuales y también para el estudio de los fenómenos sociales y culturales que esto genera. El profesor Catalá aborda el estudio de la *forma Interfaz,* presente hoy en muchos artilugios tecnológicos no como una simple conexión entre el ser humano y sus aparatos, sino como un concepto que lo eleva a la *"condición de modelo mental que implica la existencia de una nueva forma de gestionar el conocimiento, lo cual significa también, a la postre, la posibilidad de articular las peculiares sutilizas que nuestra época introduce en las formas de pensar"* (CATALÁ, 2010, págs. 22, 23).

El desarrollo y la invención de los ordenadores —que supuso, a la postre, el inicio de la digitalización de los medios de comunicación— se ha convertido, según Catalá, en el punto inicial de un nuevo modelo de pensamiento y de una nueva forma de gestionar el conocimiento. Para este autor, *"la interfaz se convierte en un nuevo tipo de imagen que representa el modo de exposición característico de un modelo mental que paulatinamente se va imponiendo en lo que denominamos*

postmodernidad" (CATALÁ, 2010, pág. 12). Al hablar de "modelo mental" se supera el mero concepto de dispositivo tecnológico ligado a los ordenadores y a los dispositivos de comunicación móvil para pasar, así, a un fenómeno mucho más complejo que supone un *"panorama epistemológico, técnico, comunicativo y estético"*. Pues, como afirma el autor, *"no estamos hablando de una plataforma que simplemente relaciona al usuario con el aparato, sino de una manera de pensar la relación con el conocimiento y con la realidad que se materializa en un determinado espacio visual virtual con propiedades interactivas, cuyo alcance es a la vez estético, ético y antropológico"* (CATALÁ, 2010, pág. 13).

Según Catalá, este modelo mental —que surge de lo que él llama la *forma interfaz*— plantea problemas que se encuentran en varios niveles de análisis del fenómeno. En primera instancia, existen los problemas tecnológicos —base de la transformación de todo el fenómeno—, pero después hay que plantearse cuestiones que están en el nivel de los asuntos psicosociales, de los problemas éticos y de los asuntos estéticos, porque, además, *"supone la acomodación de los medios audiovisuales a los retos de la sociedad del conocimiento, en especial en lo que se refiere a la presentación y difusión del mismo, así como a los nuevos métodos de investigación que conlleva la tendencia generalizada hacia la transdiciplinariedad"* (CATALÁ, 2010).

Como podemos ver, importantes autores piensan que los problemas del conocimiento y de la comunicación no pueden ser mirados de una forma reduccionista, sino que, por el contrario, la disciplina de la comunicación es ampliamente transdisciplinar y su estudio y el de los complejos aspectos y manifestaciones de la cultura y de las relaciones sociales debe abordarse desde varias disciplinas para entender su dimensión. Para abordar los complejos fenómenos culturales de nuestro tiempo y para comprender muchas de las transformaciones que tienen por base la explosión tecnológica, hay que entender que existe una compleja estructura de relaciones sociales, culturales, estéticas, económicas y políticas que transforma la tecnología, que le da usos particulares y que dota de características particulares el fenómeno en cada lugar del mundo y en cada grupo social.

Catalá, por ejemplo, va más allá cuando plantea que la *"forma interfaz, ese modelo mental contemporáneo que articula las concepciones a través de las que se expone, se representa, se gestiona y se recibe el conocimiento en la cultura contemporánea"* (CATALÁ, 2010, pág. 21) ha llevado a la generación del *"pensamiento interfaz"*. Habilitar ese concepto se hace necesario, según el autor, porque así como la interfaz es un espacio de relaciones que permite la comunicación entre la máquina y el hombre, el *pensamiento interfaz* vendría a ser el espacio donde se gestionaría la compleja relación que hoy existe entre conocimiento, simbolismo, representación, mediatización y sociedad humana.

Para hacer efectiva esta situación es necesario aceptar que existe la posibilidad de desarrollar interfaces complejas que vayan más allá de la simple puesta en relación del usuario con el ordenador de la forma más sencilla posible […]. Estas interfaces complejas son lo que podríamos llamar *interfaces hermenéuticas*. El pensamiento interfaz es un pensamiento complejo, de carácter multidimensional, que está especialmente preparado para producir conocimiento multi, inter y transdiciplinar. El pensamiento interfaz se basa en la forma interfaz (que a su vez constituye la cristalización del modelo mental correspondiente) y es de carácter esencialmente audiovisual, pero su condición compleja le permite establecer una adecuada relación con la escritura, así como con el pensamiento racional, basado en los procesos simbólicos (CATALÁ, 2010, pág. 22).

Bartra nos ha aportado elementos para analizar lo que puede considerarse la base de la cultura humana. Catalá nos acerca a lo que podemos llamar *modelos de pensamiento*, modelos de desarrollo del conocimiento humano. Y esto nos va configurando un escenario para comprender la cultura de los tiempos actuales y su relación con los medios de comunicación. Analicemos ahora lo que nos propone Howard Rheingold en su libro *Multitudes inteligentes* (RHEINGOLD, 2004) para entender un poco más el actuar en la cultura de los hombres actuales, seres altamente mediatizados y tecnologizados.

El núcleo de los trabajos de Rheingold gira en torno a la idea de que existe una conexión muy potente entre las masas y los grupos de personas, la cual les permite actuar de manera sincronizada, a pesar de que no se conozcan y de que no compartan nada personal. Basta con que compartan canales de comunicación y medios para que surjan la colaboración y la acción conjuntas. El desarrollo de los medios digitales y, en particular, el desarrollo de los dispositivos móviles de comunicación han hecho que las capacidades culturales que hemos descrito a través del análisis de los anteriores teóricos puedan verse plasmadas en las manifestaciones sociales y culturales actuales que describe Rheingold. La sociedad humana se basa en los procesos culturales —que no son otra cosa que complejos procesos comunicativos, simbólicos, semióticos y representativos—. Lo que pasa hoy con las tecnologías de la información y la comunicación es una nueva manifestación de lo que desde hace ya miles de años, hacen los grupos sociales.

La reciprocidad, la cooperación, la reputación, la limpieza social, y los dilemas sociales, parecen piezas fundamentales del puzle de las multitudes inteligentes. Cada uno de esos fenómenos biológicos y sociales puede verse influido por las conductas y hábitos de comunicación y a la inversa… además de la teoría de los recursos comunales, la teoría de juegos y otros modelos de simulación informática abren nuevas vías para conjeturar el tipo de conducta grupal que puede desarrollarse con las tecnologías de las multitudes inteligentes (RHEINGOLD, 2004, pág. 74).

Por otra parte, Rheingold se pregunta sobre por qué, a pesar de los múltiples escollos y dificultades que ha tenido el desarrollo tecnológico de los nuevos medios, nos molestamos tanto en avanzar con esos desarrollos. El autor responde de manera directa y reflexiona sobre los momentos históricos en los que otras tecnologías de comunicación, tales como el lenguaje, la escritura y la imprenta, fueron introducidas: *"la creación de tecnologías de conocimiento y la aplicación de las mismas a escalas cada vez mayores de cooperación es indisociable de la naturaleza humana"* (RHEINGOLD, 2004).

Rheingold cita a Andy Clark quien opina que los humanos hemos sido *ciborgs* desde hace muchos años puesto que *"somos seres simbiontes humano-tecnológicos: sistemas de pensamiento y razonamiento cuyas mentes y egos se expanden por el cerebro biológico y por el sistema de circuitos no biológicos"* (RHEINGOLD, 2004, pág. 234). Para dicho científico, "un circuito no biológico" es la combinación que la mente humana realiza de sus habilidades cognitivas con herramientas tecnológicas externas al cuerpo, incorporadas a diferentes procesos mentales y físicos. Generalmente, son procesos simbólicos mediados por todo tipo de elementos significantes. Según Clark, a partir del desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación y de los avances y transformaciones cognitivas, en el futuro será cada vez más difusa la línea que divide al usuario de la herramienta que usa.

Según Rheingold, Clark opina —de una manera muy similar a Bartra— que los humanos poseemos *"un cerebro especialmente plástico, cuyo funcionamiento biológicamente adecuado siempre ha supuesto la adquisición y explotación de instrumentos no biológicos"*. (RHEINGOLD, 2004, pág. 234)

Es a partir del panorama presentado por estos teóricos en relación con lo que son el cerebro, la conciencia humana y la significación de los constructos culturales y sociales como podemos darnos una idea de cómo ha surgido la especie humana a través de varios miles de años: construyendo la cultura, herramienta colaborativa por excelencia, basada en el lenguaje. Los seres humanos surgimos a partir de procesos colaborativos, comunicativos y simbólicos, y esa realidad, lejos de desaparecer, se vuelve cada vez más intensa y compleja. Las tecnologías de la información y la comunicación actuales, la digitalización de los medios y la mediatización progresiva de la comunicación humana nos ha llevado a que, cada vez más, dichos procesos antiguos se intensifiquen y se tornen más complejos.

El internet y los medios digitales han devuelto a la comunicación mediatizada el carácter de interactiva. Los medios masivos de las décadas anteriores (radio, prensa, cine televisión) funcionaron de manera unidireccional en un modelo de uno a muchos, el cual atomizó a millones de personas y aisló los procesos comunicativos. Los nuevos modelos de la comunicación digital interactiva han inaugurado un tipo de comunicación reticular con un modelo de muchos a muchos, el cual se asemeja a la forma de la comunicación interpersonal que el hombre ha desarrollado por miles de años.

Las redes y los medios digitales han favorecido también la aparición de nuevas formas de "conexión" entre las personas y, por tanto, de nuevas manifestaciones de las viejas formas colaborativas que ha generado la humanidad en sus procesos culturales y colectivos. Muchos de los movimientos políticos, económicos y sociales de los últimos años han estado mediados por las redes computacionales, los medios digitales interactivos y los dispositivos móviles. Sin embargo, surgen siempre a través de ellos las manifestaciones culturales que han caracterizado a la humanidad desde sus inicios (SCOLARI, 2008, pág. 72).

El teórico Manuel Castells ha sido uno de los autores que más ha trabajado en el desarrollo de los conceptos alrededor de las redes, tanto mentales como físicas, y en la relación existente entre ambos tipos. Para Castells, la relación entre comunicación y poder es uno de los rasgos más prominentes de nuestra sociedad actual; así, la configuración de las relaciones de poder ocurre principalmente en las mentes de las personas a través de la reprogramación de las redes neuronales y mentales, *"por eso, la lucha de poder fundamental es la batalla por la construcción de significados en las mentes"*. Y agrega: *"el ser humano construye significados al interactuar con su entorno natural y social, interconectando sus redes neuronales, con las redes de la naturaleza y las redes sociales"* (CASTELLS, 2012, pág. 23).

Si bien es cierto que cada individuo interpreta los mensajes y los contenidos a su manera, la interpretación colectiva es un proceso que se regula a través de los procesos colectivos de la comunicación mediada. Castell —como otros teóricos— reconoce el desarrollo de nuevas formas de la comunicación de la mano de la digitalización de los medios. Afirma que: *"una sociedad red es aquella cuya estructura social está compuesta de redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información, basadas en la microelectrónica"* (2009, pág. 50). El autor ha creado el concepto de *autocomunicación de masas* porque considera que *"el emisor decide el mensaje de forma autónoma, designa a los posibles receptores y selecciona los mensajes de las redes de comunicación que quiere recuperar"*. Este concepto está basado en la autonomía interactiva que ha adquirido la gente a partir de la digitalización de los medios y del desarrollo de las redes computacionales, dinámica que transformó radicalmente el modelo *broadcast* de los medios masivos. El gran impacto que Internet ha tenido es, precisamente, la generación de esas redes digitales globales ya que éstas tienen la capacidad de trascender los ámbitos locales y conectar a personas de todas partes del mundo.

A través de la comunicación se ejerce un gran poder porque —como lo dice Castells— desde los inicios de la cultura se generan los imaginarios y se crea sentido en las mentes de las personas. Sin embargo, nunca en la historia de la humanidad las redes horizontales habían sido tan fuertes como lo son en esta época de la digitalización de los medios. Hoy, millones de personas pueden participar de la construcción de sentido, de mensajes y de los imaginarios sociales, hecho que ha causado grandes cambios en los procesos comunicativos. Afirma Castells en *Comunicación y Poder* (2009):

La influencia más importante en el mundo de hoy es la transformación de la mentalidad de la gente. Si esto es así, los medios de comunicación son las redes esenciales, ya que ellos, organizados en oligopolios globales y sus redes de distribución, son la fuente principal de los mensajes que llegan a la mente de las personas [...] el valor es de hecho una expresión del poder: quien ostenta el poder (que a menudo no es quien gobierna) decide lo que es valioso. En ese sentido la sociedad global no es innovadora. Lo que sí es nuevo es su alcance global y su arquitectura en Red (pág. 55).

Como ya lo hemos expresado, la cultura es una construcción de los seres humanos que se basa en el simbolismo y en la creación de sentido y de valor para todos los miembros de una sociedad. Cada país y región del mundo ha desarrollado la suya, así que a partir del industrialismo y con la globalización como fenómeno se ha comenzado a hablar de *cultura global, cultura de masas, cultura digital y cibercultura*. La sociedad red global de la que habla Castells responde a estos fenómenos de una manera muy compleja, la cual, probablemente, se encuentra bien expresada en estas palabras del teórico catalán:

La cultura común de la sociedad red global es una cultura de protocolos que permite la comunicación entre diferentes culturas sobre la base no necesariamente de valores compartidos, sino de compartir el valor de la comunicación […] una cultura global es una cultura de la comunicación por la comunicación. Es una red abierta de significados culturales que pueden no solo coexistir, sino también interactuar y modificarse mutuamente sobre la base de este intercambio (CASTELLS, 2009, pág. 67).

Como podemos observar en las argumentaciones anteriores, los fenómenos de la cultura y de la comunicación humana presentan una gran complejidad desde sus orígenes; se han vuelto más complejos en los últimos tiempos como producto de los fenómenos relacionados con el desarrollo de la tecnología y con su impacto en la comunicación humana. Su estudio debe ser inter y multidisciplinar con el objetivo de comprender la dimensión de los complejos fenómenos que influyen en la formación de los jóvenes comunicadores que se preparan para los medios de comunicación.

Comunicación y pantallas.

El 28 de diciembre de 1895, los hermanos Louis y Auguste Lumière dan inicio —con la presentación de su cinematógrafo— a la larga relación de los seres humanos con las pantallas. Desde aquel día en el que los asistentes se maravillaron con la salida de los obreros de la fábrica, con la llegada del tren a la estación de una ciudad o con la manguera rebelde del jardinero regado, los seres humanos hemos estado subyugados por las pantallas. Sentimos por ellas —y por lo que en ellas plasmamos— una profunda fascinación; esto ha provocado, incluso, que el libro y el relato escrito pasen a un segundo plano, pues el filme, la película y la narración audiovisual se han apropiado del mundo mediático que hoy experimentamos. Retomando algunas palabras de Israel Márquez en su libro *Una genealogía de la pantalla*:

"Vivimos rodeados de pantallas. En casas, en calles, en trabajos, en metros, en aviones, en bares, en tiendas, en centros comerciales. Las pantallas forman parte de nuestra vida cotidiana. No podemos vivir sin ellas. No podemos viajar sin ellas. Pasamos de unas a otras sin darnos cuenta: de la pantalla de ordenador a la del teléfono móvil, de la pantalla de IPod a la del GPS, de la gran pantalla a la pequeña pantalla. Nuestra vida cotidiana transcurre por diferentes tiempos y espacios y en todos ellos hay siempre alguna pantalla que nos acompaña" (MÁRQUEZ, 2015, pág. 9).

Para Márquez, la sociedad actual puede recibir muchos apelativos y analizarse desde muchas de sus características, pero si algo la distingue, sobre todo, es su profunda relación con las pantallas; en este sentido, el autor se refiere a ella como *"la sociedad de la pantalla"*. Y no es para menos, ya que la mediatización de la sociedad nos coloca frente a estos dispositivos tecnológicos un porcentaje de tiempo tan alto que no hay ningún otro dispositivo que se le iguale. Todo tipo de pantallas durante muchas horas al día:

"La pantalla es, pues, omnipresente y planetaria: la utilizamos para ver y entender nuestro mundo y para vernos y entendernos a nosotros mismos, pues nuestra vida es cada vez más una «vida en la pantalla»" (TURKLEY, 1997).

Desde los inicios del cine, el uso de pantallas se ha intensificado paulatinamente. La primera pantalla fue comunal, su uso estaba destinado a la sala del cinema y en ella ocurrieron importantes procesos artísticos, culturales y sociales. La sala de cine era en todos los pueblos y ciudades un importante espacio para las relaciones sociales, en donde se construían cultura y sociedad. Con la aparición de la pantalla del televisor se inició la "privatización" de las pantallas y, gradualmente, se incentivó su uso. Cada vez había más pantallas y cada vez se usaban más. Sin embargo, la pantalla del televisor ya no era una pantalla social que pertenecía al pueblo o al colectivo humano. La pantalla del televisor se transforma en una pantalla familiar, pertenece al grupo primario y, si bien conserva algunas de las funciones de socialización en el interior del grupo familiar, ya no es un espacio donde las relaciones sociales se amplían. Con la aparición de la pantalla del ordenador y, posteriormente, con la pantalla del móvil, la personalización y privatización de las pantallas se hizo cada vez más intensa. Hoy, las pantallas son privadas y personales, ya no hay procesos de socialización en colectivo. Los procesos de comunicación pasaron al campo de la interactividad a través de las pantallas. Es un proceso complejo que cada vez más teóricos reconocen como uno de los factores de transformación de la cultura y del conocimiento humano; así, ha merecido teorías y análisis como los de Josep María Catalá e Israel Márquez.

Este último autor habla de la "*ventanización del sujeto"*, producto de la lectura hipertextual. Pérez Tornero habla de la "*fragmentación de la mirada"* y Catalá de la "*imagen interfaz* y del *conocimiento interfaz"*. Si nos aventuramos a partir de ellos, podemos afirmar que la pantalla interactiva del ordenador y, posteriormente, la del móvil, han transformado la manera como los seres humanos nos relacionamos, no sólo con el conocimiento, sino también con todo nuestro mundo actual:

"Puedo verme a mí mismo siendo dos, tres o más ventanas». Esta frase es sumamente importante, pues revela la importancia de la moderna interfaz gráfica de usuario en la configuración del sujeto postmoderno, un sujeto descentrado, múltiple, fragmentado y simultáneo: un «sujeto ventana», «ventanizado», que es al mismo tiempo un «sujeto-pantalla», «pantallizado»" (MÁRQUEZ, 2015, pág. 183).

Hoy, las pantallas se han convertido en extensiones de nuestro propio cuerpo, en parte de la indumentaria, en un complemento lógico de lo que hacemos y a través de lo cual lo hacemos. Es por esto por lo que podemos decir —como afirma Josep María Catalá— que la interfaz es un modelo de conocimiento o —como menciona Márquez— una verdadera interfaz cognitiva y social.

Las pantallas del cine y de la televisión causaron profundos cambios culturales, pero la pantalla del ordenador no sólo las englobó, sino que se convirtió en el repositorio donde todas las manifestaciones culturales caben y donde todas las realidades aparecen. Márquez la ha llamado *"pantalla antropofágica"* por su capacidad de *"devorar y engullir todo tipo de pantallas, funciones y contenidos"*. Manovich (2001) también lo anticipó en su libro *El lenguaje de los nuevos medios* cuando afirmó que la digitalización sería la forma de todas las manifestaciones culturales.

Ha llegado a ser tan profunda e impactante la relación que los seres humanos hemos establecido con las pantallas interactivas que, desde mediados de los años ochenta, autores como Sherry Turkle, en su libro *El segundo yo* (TURKLE, 1984), se planteaban la problemática de las computadoras y el espíritu humano. Una década después, en un nuevo volumen titulado *La vida en pantalla*, esta misma autora habla de las identidades múltiples, de las personalidades líquidas y de la identidad, del espíritu humano y su relación con las pantallas. Afincados en el anonimato, millones de personas asumen personalidades diferentes a la propia, dando rienda suelta a las ansias y a los

deseos de ser otro, a las posibilidades de ser malos, o crueles o misteriosos o subversivos, porque la identidad en las redes se puede suplantar, se puede modificar o se puede simular.

"La ciberpantalla se revela así como un nuevo dispositivo en el que dar rienda suelta a los aspectos más turbios del ser humano, su lado más oscuro, malvado, perverso, destinado a molestar y herir a los demás, aunque fuera a través de una pantalla en principio inofensiva" (MÁRQUEZ, 2015, pág. 195)

De las pantallas pasivas de la primera y segunda generación, pasamos a las pantallas interactivas del ordenador y del móvil: más pequeñas, pero más adictivas y demandantes, puesto que aquello que llamamos *inmersión* cobró dimensiones insospechadas en la interactividad que se generó en las redes informáticas. Se habló entonces de *second life* como una forma de vida paralela a la realidad, en la cual miles de personas se hundieron hasta perder contacto con la realidad material. Se habló también de vidas virtuales, de vida inmaterial en los bits, de realidades virtuales y paralelas. Se habló de la realidad del ciberespacio.

Todas estas nuevas realidades fueron llevando a los seres humanos a construir el concepto de *estar conectados*, la realidad *online*. Márquez lo dice alegóricamente: *"me conecto, luego existo"*. Esto ha llevado a la sociedad humana a una cultura de lo inmediatista y de la velocidad. Todo se quiere y se desea inmediatamente a la velocidad del clic. La información —que requería grandes esfuerzos en las bibliotecas de antaño— hoy está al alcance de un buscador de Internet. Pero esta maravilla de la tecnología nos ha pasado su cuenta de cobro al transformar la manera como nos comportamos. Hoy creemos y queremos que todo suceda a la velocidad del clic del mouse de la computadora. Igual el amor que la información, el sexo que el conocimiento.

"el acceso ilimitado y la rapidez de transmisión de las nuevas tecnologías de la información y sus pantallas nos han acostumbrado a este tipo de lógica inmediata, instantánea, híper-acelerada, que nos obliga a permanecer conectados en todo momento [...]. Con la ciber pantalla cada individuo tiene que hacer frente a nuevas y numerosas obligaciones: actualizar su blog, su perfil de Facebook, Twitter [...]. La conexión se convierte en obligación. Obligación de permanecer conectados" (MÁRQUEZ, 2015, pág. 201).

La micro pantalla del dispositivo móvil —última generación de las pantallas— tiene el gran atributo de ser ubicua, estar en todas partes, permanecer unida a nuestro cuerpo como lo están la ropa y los accesorios. Se ha convertido en un atuendo más, tal vez en el más importante. Es multiforme y multipropósito. Igualmente, es una brújula, una cámara fotográfica, un espacio para el videojuego, un teclado para los chats y para los mensajes: *"El objeto, la pantalla, es ya una prótesis de nuestra mano, un miembro más, oculto tras la ropa"*.

Convergencia de medios y otras transformaciones del ecosistema mediático.

Las transformaciones, los fenómenos culturales y los cambios sociales de todo tipo que han ocurrido a partir de los nuevos medios digitales, y en particular en los últimos años con la comunicación móvil, han sido tratados por muchos teóricos que han comenzado a estudiar este complejo proceso. Las teorías y planteamientos de muchos de ellos nos ofrecen una base sólida para intentar entender estos fenómenos y dar respuesta a las preguntas que planteábamos anteriormente. Nombremos solamente algunos de ellos y hagamos una relación de sus principales planteamientos.

Desde los primeros años de la década del noventa, Henry Jenkins ponía su atención en los fenómenos de la cultura de masas, particularmente en las actividades de los grupos de fanáticos, quienes desafiaban el rol pasivo de los televidentes. En 1992, en su libro *Piratas de textos,* podía leerse:

"Las prácticas interpretativas de los fans difieren de las que fomenta el sistema educativo y las que prefiere la cultura burguesa no simplemente en las elecciones de sus objetivos o en el grado de su intensidad, sino a menudo en los tipos de habilidades lectoras que emplean, en las maneras en las que los fans abordan los textos [...]. Los fans, que no se inmutan ante las concepciones tradicionales de la propiedad literaria e intelectual, asaltan la cultura de masas reivindicando sus materiales para sus propias finalidades, reelaborándolos como base para sus propias creaciones culturales e interacciones sociales (JENKINS, 2010. , pág. 31)

Ya lograba comprender Jenkins la profunda transformación que se había iniciado en las audiencias de los medios masivos, grupos que pasaban de ser consumidores pasivos a inquietos consumidores que se apropiaban de mensajes y contenidos para transformarlos a su antojo.

"Al rechazar los estereotipos fomentados por los medios de comunicación que retratan a los fans como culturalmente simples, inadaptados sociales y consumidores ignorantes, este libro considera a los fans productores activos y manipuladores de significados [...]. Los fans construyen su identidad cultural y social mediante la apropiación y modificación de las imágenes de la cultura popular, de la articulación de preocupaciones que a menudo no se expresan en los medios de comunicación dominantes" (JENKINS, 2010. , pág. 37).

Las audiencias estaban cambiando y los medios estaban a punto de enfrentar la mayor de sus crisis históricas; así, en pocos años se verían afectados por la revolución de los nuevos medios digitales, interactivos y ubicuos. Toda la cultura comunicativa del mundo estaba por cambiar y bien sabemos que la comunicación es un eje transversal en la vida humana. Con ello, muchos asuntos sociales y culturales estaban a punto de transformarse para siempre.

Howard Rheingold publicaría un libro que se ha convertido en hito histórico de los estudios de medios y audiencias: *Multitudes Inteligentes*. *La próxima revolución social* (2002). Para este investigador, los medios de comunicación, y en particular Internet y los medios móviles, iniciaron un proceso de transformación de las audiencias, de los públicos y de los consumidores de medios. Afirmaba que, producto de los procesos interactivos, los públicos activos de hoy se convertían en multitudes colaborativas que generaban, a su vez, una inteligencia colectiva que comenzaba a actuar.

"Las «multitudes inteligentes» son grupos de personas que emprenden movilizaciones colectivas políticas, sociales, económicas, gracias a que un nuevo medio de comunicación posibilita otros medios de organización, entre personas que hasta entonces no podían coordinar tales movimientos" (RHEINGOLD, 2004, pág. 13).

Según el planteamiento de Rheingold, serán las acciones de los colectivos sociales las que determinarán el futuro de las aplicaciones tecnológicas y el rumbo que tomarán los desarrollos en el futuro inmediato, puesto que las personas ya no desean tener roles pasivos, sino que quieren participar y tomar decisiones, actuar y crear sus propias formas, contenidos, estéticas y usos. *"Con una conexión constante a Internet, el usuario tiene mucho más que un simple canal de comunicación"* (RHEINGOLD, 2004, pág. 19). "*¿De qué modo cambiará la conducta humana, cuando los aparatos que llevamos en la mano, en el bolsillo, en la ropa se conviertan en superordenadores que se comunican entre sí a través de mega Internet inalámbrica?"* (RHEINGOLD, 2004, pág. 21)

Hace quince años que Rheingold —con acertada premonición— se autoformulaba estas preguntas en su libro, y es por esto que sus textos se han convertido en paradigma de los estudios relacionados con los nuevos medios y sus públicos. Todo lo que imaginó se ha venido cumpliendo, tal vez mucho más rápido de lo que se pensaba y de una forma mucho más masiva de lo que se creía. La humanidad ha abrazado las tecnologías de comunicación móvil a un ritmo que no ha conocido

ninguna otra tecnología en la historia humana, y es por esto por lo que afirmamos que las transformaciones generadas por este fenómeno son tan profundas que tocan casi todos los aspectos culturales, sociales, económicos y políticos. Decía este autor: *"infinidad de redes electrónicas convierten todo lugar en un espacio de trabajo (y diversión) y todo tiempo en jornada laboral (o jornada de esparcimiento)".* Las fronteras entre lo privado y lo público, entre la vida laboral y el esparcimiento, se han tornado cada vez más difusas, tal como lo anticipaba Rheingold y como nos lo demuestra Roberto Igarza en su libro *Burbujas de ocio*, cuando afirma que el ocio se ha vuelto *"intersticial en los espacios laborales"* (IGARZA, 2009, pág. 12). Todos estos aspectos de la vida humana se mezclan cada vez más, y la diversión y el consumo de contenidos se entremezclan con el trabajo y la vida laboral y económica

Advierte también Rheingold sobre los efectos sociales, tanto positivos como negativos, que tendrán las tecnologías en la vida social: *"Como todos los saltos tecnológicos anteriores, esta nueva convergencia de la computación inalámbrica y la comunicación social aumentará la calidad de vida y la libertad en ciertos sentidos, pero en otros la restringirá [...] un nuevo tipo de línea divisoria separará, dentro de diez años, a quienes sepan asociarse con los nuevos medios de quienes carezcan de tales conocimientos"* (RHEINGOLD, 2004, pág. 24).

Hacia el año 2006, Henry Jenkins publica un nuevo escrito que llamó *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Ocurría en el mundo todo lo que pensadores como Rheingold, Levy y el mismo Jenkins habían previsto en sus escritos, y las tecnologías de comunicación asociadas a Internet mostraban cada vez más sus potencialidades. Se comenzaba a hablar entonces de "convergencia" como un fenómeno que hacía cada vez más difusas las fronteras entre los medios de comunicación y más complejas las costumbres y usos de los públicos con dichos medios:

"Con convergencia me refiero al flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuesta a ir casi a cualquier parte, en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento. «Convergencia» es una palabra que logra describir los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales" (JENKINS, 2006, pág. 14).

Lo más importante de los planteamientos que hacía Jenkins se relacionaba con la idea de que el fenómeno es principalmente cultural y social, y se produce en el interior de las personas, obviamente basado en las posibilidades tecnológicas que brindaban los nuevos medios. Esto se presenta, esencialmente, porque la gente quiere algo diferente, porque se producen los cambios y porque las personas adoptan las tecnologías y encuentran cada vez más usos y formas de aplicarlas, no imaginadas por sus creadores.

Jenkins también insistía en la idea de una inteligencia colectiva y de un desarrollo de la cultura de la participación como característica particular de la convergencia:

"La convergencia no tiene lugar mediante aparatos mediáticos, por más sofisticados que ellos puedan llegar a ser. La convergencia se produce en el cerebro de los consumidores individuales y mediante sus interacciones sociales con otros [...]. La inteligencia colectiva puede verse como una fuente alternativa de poder mediático. Estamos aprendiendo a usar ese poder mediante nuestras interacciones cotidianas en el seno de la cultura de la convergencia" (JENKINS, 2006, pág. 15).

Los consumidores y los públicos clásicos se transformaron por completo, pues antes eran pasivos y, hasta cierto punto, obedientes; hoy, los consumidores se han convertido en usuarios activos, impredecibles, migratorios; exploran, proponen, transforman; ya no están aislados, se interconectan y su trabajo es visible y se siente. Se han convertido en lo que Jenkins llamaba

"comunidades de conocimiento": grupos de personas que espontáneamente se agrupan y se concentran alrededor de *"intereses intelectuales mutuos"*, los cuales terminan por generar nuevos conocimientos y habilidades. Todo esto puede relacionarse muy bien con las teorías de la cultura y del exocerebro planteadas por Bartra, puesto que podemos observar con claridad que las "prótesis culturales" se fortalecen cada día más y los constructos culturales son potenciados por el desarrollo tecnológico con la realidad actual de la humanidad.

Otro de los autores importantes que nos ha servido de referencia para describir lo que llamamos *comunicación en movilidad* es el profesor Roberto Igarza, quien, junto con los anteriores autores, debatía los problemas de la convergencia y del desarrollo de los nuevos medios de comunicación en su libro *Nuevos medios. Estrategias de convergencia* (2008). En particular nos interesa lo que plantearía después en su libro *Burbujas de ocio* (2009), al poner su atención en el consumo del público a través de los dispositivos móviles e Internet en los tiempos de ocio o tiempos libres. Para este autor, desde aquellos años se estaba generando un profundo cambio en la mentalidad y en el consumo de contenidos a través de los teléfonos y los dispositivos móviles. Es interesante observar que paralelamente al nacimiento de dichos aparatos se ha venido dando un proceso muy acelerado de urbanización en el mundo, el cual ha complicado la movilidad y ha transformado las condiciones y relaciones laborales en casi todas las ciudades del planeta. Hoy la gente tiene que realizar grandes desplazamientos en el interior de las megalópolis, lo que convierte en tiempos muertos dichos lapsos en los que nos movemos. Igarza afirma: *"el post-urbanismo es el urbanismo de las poblaciones en tránsito"*. Esto ha llevado a que la comunicación móvil se convierta en un espacio para el ocio y el trabajo en movilidad.

"Con la flexibilización del horario laboral, los frecuentes desplazamientos por razones de trabajo y la creciente incorporación de jóvenes nativos digitales, han aparecido burbujas de tiempo en las que los nuevos medios y dispositivos móviles tienden a jugar un rol protagónico [...]. El ocio se escurre entre bloques productivos en los tiempos de espera, en el desplazamiento entre cuatro estaciones de tren. El ocio se ha vuelto intersticial" (IGARZA, 2009, pág. 12).

La comunicación en movilidad y su inminente inclusión de los dispositivos móviles en los procesos de socialización, comunicación e información, han llevado a crear un vínculo casi indispensable y determinante entre dichas herramientas tecnológicas y las personas, formando así nuevas representaciones culturales que adquieren gran significado social. El parque, el cine y hasta los centros comerciales, han dejado de ser espacios únicos y determinantes de socialización, para darle paso a las redes sociales y a las diferentes plataformas virtuales que se encuentran disponibles en los dispositivos móviles (celular, tabletas) y que a tan sólo un clic nos conectan con el mundo, en cualquier parte y a cualquier hora.

Como lo plantea Igarza, *"el consumo cultural está inundado de Brevedades, pequeñas piezas, unidades menores y diminutas que se comparten entre plataformas y dispositivos durante las 24 horas"* (2009, pág. 13); por esta razón, dicho consumo cultural es hoy muy diferente al de las décadas anteriores. Las personas actualmente demandan un alto porcentaje de contenidos desarrollados por personas que, tal y como ellos, poseen dispositivos móviles y suben contenidos a las redes. Esto ha hecho que el porcentaje de consumo de piezas desarrolladas por las grandes empresas mediáticas se haya visto reducido en la última década, coincidiendo con el acelerado desarrollo de la comunicación móvil.

En este punto deseamos introducir un concepto relacionado con la forma como entendemos la comunicación en movilidad. Para el Semillero de Comunicación en Movilidad, el interés académico e investigativo está centrado en lo que la gente hace con la tecnología, no en la tecnología en sí misma. La tecnología es importante para los seres humanos —ya hemos visto cuántos cambios puede introducir en la vida de las personas— pero nos interesan más los usos que la gente da a la

tecnología y, por tanto, la manera como la transforma. Cuando decimos *comunicación móvil* creemos que con mayor facilidad hacemos referencia a los objetos o dispositivos tecnológicos que llamamos *móviles*, ya sean los teléfonos, las tabletas, los *smartphones* y otros tipos de dispositivos con *"conectividad permanente, portabilidad máxima y acceso a contenidos multimediales"* (AGUADO & MARTINEZ, 2008, pág. 189). En cambio, cuando decimos *comunicación en movilidad* hacemos referencia con más claridad a lo que hace la gente con los dispositivos de comunicación móvil a través de sus desplazamientos con toda libertad en el acto de la movilidad. Por esta razón, en adelante solamente haremos referencia a la *comunicación en movilidad. "Es evidente que la comunicación en la movilidad, cuando ésta tiende a ser una de las formas predominantes en la ciudad fluida, transforma los paradigmas vigentes, al menos respecto de la participación ciudadana y la integración social y cultural"* (IGARZA, Burbujas de Ocio. Nuevas Formas de Consumo Cultural, 2009, pág. 20).

De igual manera, resulta bastante interesante el estudio desarrollado por Rosalía Winocur en diferentes estratos sociales y culturales de México: *Robinson Crusoe ya tiene celular* (WINOCUR, 2009, pág. 20). En este trabajo la investigadora trata de comprender las diferentes dimensiones en las que las tecnologías de comunicación móvil transforman la vida de las personas y, en particular, el papel que juegan estas tecnologías en la creación de sentidos y en los metarelatos actuales, en la forma como se han convertido en escenario de la interacción social y cultural reemplazando, en algunos casos, espacios físicos y cotidianos como la calle, el café, el bar, el parque, etc.

"el uso de las tecnologías como el Internet o el celular no es la relación pragmática con un objeto sino con el universo de representaciones culturales con las cuales esa tecnología se articula en las vidas de las familias de diversas condiciones socioculturales" (WINOCUR, 2009, pág. 106).

Winocur se pregunta por las apropiaciones y adecuaciones que cada individuo o comunidad da al elemento tecnológico, indistintamente de las disposiciones técnicas previstas para su uso. La edad, la condición social e incluso la carrera profesional elegida por el individuo, son aspectos que llevan a pensar a la autora en aquello que determina considerablemente el uso que este individuo da a las herramientas tecnológicas y, también, el impacto que esto tiene en su vida.

Umberto Eco en su artículo "El teléfono celular y la verdad" (http://www.losandes.com.ar/noticia/opinion-170721) —en el que hace referencia a cómo el celular cambia la vida— comenta cómo éste *"se ha convertido siempre menos en instrumento de oralidad y siempre más en instrumento de lectura y escritura"* (ECO, 2005), condición paradójica para un elemento que inicialmente fue pensando para cumplir las funciones de "teléfono portátil", cuyo principal objetivo era hacer y recibir llamadas; no obstante, se dio paso a un consumidor que no se limita ante la herramienta, sino que tiene la capacidad de transformarla y potenciar sus usos básicos de acuerdo con sus necesidades; tesis que apoya Rosalía Winocur, al establecer que

"el hecho de que las personas usen las tics para fines no "previstos" y de una forma "no prevista" o "indeseada" por los programadores o ingenieros, no implica necesariamente una subutilización de sus potencialidades sino la adecuación de las mismas a situaciones sociales, culturales y afectivas altamente significativas para diversos grupos e individuos antes de la llegada a sus vidas de estas tecnologías" (WINOCUR, 2009, pág. 16).

Un ejemplo bastante claro es cómo ante los limitados caracteres que se presentan en algunas páginas web e, incluso, en los mensajes de texto, los usuarios establecen un nuevo lenguaje para comunicar, de una manera más breve pero certera, la información que se desea enviar, posibilitando el surgimiento de emoticones y de emojis, el uso de siglas y el reemplazo de palabras por sílabas que

reúnen en su significado mayor cantidad de letras, pero que en su escritura ocupan un menor espacio ("que" por "k").

El cambio ha sido rápido. No es necesario retroceder muchos años para conocer y entender lo ocurrido con el acceso y el uso de los dispositivos móviles y el real impacto que han tenido en la sociedad; *"los que están solos ya no son los que están aislados sino los que están desconectados"* (WINOCUR, 2009), una afirmación de la autora que nos acerca a la magnitud de la situación y nos permite dimensionar la real importancia que ha adquirido el estar conectados a la Red y en constante intercambio de información. La adquisición, por ejemplo, de un celular dejó de ser un capricho de jóvenes; desde un zapatero hasta el presidente debe contar con esta herramienta si desea estar, al menos, comunicado con su esposa, hijos, familiares o amigos, y al tanto de lo que ocurre en su entorno. La familia dejó de concebirse como un grupo de personas que interactúan en el mismo sitio y en el que la hija adolescente no podía salir a altas horas de la noche porque era imposible saber su paradero; los mensajes de texto, las llamadas, las fotografías e, incluso, los videos, son aplicaciones que acercan a aquellos seres que se pueden encontrar a miles de kilómetros de distancia. Un simple instrumento tecnológico puede ser lo que en la actualidad brinda la tranquilidad a una madre que está lejos de su hijo y a un jefe que ha dejado encargado de sus negocios a su secretaria; así, *"desde que estamos conectados nos sentimos menos solos y más seguros"* (WINOCUR, 2009).

Todas estas transformaciones no implican necesariamente la pérdida de las tradiciones o de la interacción con el otro, sino que se convierten en una migración o cambio de escenarios; así, aunque las acciones no se realicen de la misma manera en estos nuevos escenarios —como ocurre normalmente en el proceso evolutivo del hombre— buscan garantizar el cumplimiento del mismo fin. Esta afirmación se refuerza en el texto *Robinson Crusoe ya tiene celular*:

> *"la creciente importancia de Internet en la vida personal y social de los jóvenes está transformando los modos tradicionales de socialización y participación, pero no necesariamente en la dirección de desaparecer o de ser reemplazados, sino en la ampliación de sus posibilidades o en la modificación de sus sentidos."* (WINOCUR, 2009)

La vida académica por momentos se torna agitada y bastante ocupada, y obliga a que los estudiantes universitarios —e incluso de la básica media o secundaria— hagan uso de las posibilidades que ofrecen las plataformas en Internet y los dispositivos móviles; en la actualidad, pensar en realizar un trabajo grupal presencialmente es casi imposible, no porque se tenga poca disposición, sino porque las dinámicas sociales han cambiado y ante la no *necesidad* ¿para qué desplazarse a un lugar? Si en instantes todo el grupo de trabajo tiene la posibilidad de estar reunido, aportar, conocer las opiniones del otro y participar directamente en el desarrollo de su proyecto, sin haber puesto un solo pie en la calle y sin haber gastado un centavo.

Y es así como el imaginario poco a poco se transforma y, paradójicamente, en medio de la inmediatez, el ritmo de vida y la accesibilidad, los smartphones, y en general los dispositivos móviles, han sido las herramientas que a diario nos acercan a los nuestros y nos permiten estar en contacto permanente con un sinnúmero de personas con las que sería casi imposible reunirse cara a cara, a no ser por una video llamada.

La movilidad en los tiempos actuales.

En los orígenes de la humanidad las formas de vida de las comunidades eran esencialmente nómadas, pues la búsqueda del alimento y de los recursos para la sobrevivencia obligaba a los seres humanos a migrar constantemente detrás de las manadas de animales que proveían alimento, pieles,

huesos y otros recursos, y a migrar estacionalmente detrás de las cosechas para recolectar vegetales y frutos, y disponer así de los recursos que proveía la naturaleza.

Con la evolución de la cultura humana y la invención de la agricultura, el hombre se convirtió en sedentario y la gran mayoría de los pueblos se establecieron, dinámica que sentó las bases de las culturas actuales y de la civilización. La gran mayoría de las personas nunca se desplazaba más de unos cuantos kilómetros en toda su vida y todas las actividades ocurrían de forma totalmente local.

Con el desarrollo tecnológico que propició la revolución industrial —que tuvo sus inicios en la Inglaterra del siglo XVIII— la economía de las naciones dejó de basarse en la producción agrícola —como sucedía desde la era neolítica— para convertirse en urbana, mecanizada e industrializada. Esto trajo como consecuencia el desarrollo de los modernos sistemas de transporte, principalmente, por la necesidad de mover las materias primas y los productos que generaba la industria y para los cuales era necesario encontrar y crear mercados. Esta gran transformación económica ha venido incrementando la movilidad humana y también la búsqueda de soluciones cada vez más eficientes de movilidad y transporte hasta los días actuales.

Es tan impactante esta nueva forma de existir de los seres humanos que hoy se habla de "la nueva era de la movilidad" (AMAR, 2010, pág. 13); así, hay quienes se han referido al hombre actual como el *homo mobilis*. Sin embargo, sin profundizar mucho en este fenómeno social y económico —que parecería más del interés académico de ingenieros, arquitectos o economistas, pero que toca a todas las actividades humanas— queremos entender cuál es el impacto que éste ha tenido en la cultura, en los medios de comunicación y en la producción de sentido y simbolismo.

Georges Amar, en su libro *Homo Mobilis* (2010, pág. 13), se refiere al continuo y permanente crecimiento de la movilidad urbana en el planeta, y advierte que dicho crecimiento ya no es sustentable desde el punto de vista de los ecosistemas y de los recursos naturales, aunque reconoce también que

"De hecho, presionado por la crisis económica latente de la movilidad y empujado por el desarrollo rápido de las tecnologías de información comunicación (TIC), surge ante nuestro ojos un verdadero cambio de paradigma, una evolución profunda y simultanea de los usos, de las herramientas, de los actores y, finalmente, de los valores —incluso de los imaginarios— de la movilidad urbana" (AMAR, 2010, pág. 13).

Según este autor, hoy la movilidad adquiere características de la virtualidad. No es completamente necesaria la movilidad física, pues los medios digitales y las TIC permiten nuevas formas de establecer relaciones y contextos, de acceder a sitios virtuales en lo que se ha llamado el *ciberespacio*. Nos conectan con otros muchos que acceden a estos mismos lugares emulados y estableciendo relaciones y conexiones que antaño hubieran necesitado del desplazamiento físico. La misma movilidad física en el interior de las ciudades se experimenta hoy de una manera diferente. Gracias a los medios digitales y a los dispositivos móviles de comunicación, las personas hiperconectadas a las redes experimentan un flujo permanente de actividades, de trabajo, de conectividad y de consumo cultural en lo que antes eran "tiempos muertos", como por ejemplo en la espera de un transporte, en la sala de un consultorio o en la fila de un banco.

"El tiempo del transporte, por ejemplo, no se concibe ni se acepta más como una simple "pérdida de tiempo"; la noción de espera en sí misma, siempre ligada al transporte colectivo, tiende a disiparse, volviéndose, gracias a la información dinámica, un tiempo de transición utilizable [...] La relación con los otros, que las tecnologías de la información a la vez distienden e intensifican, ofrece oportunidades y nuevos desafíos al transporte, lugar tradicional de la mezcla social" (AMAR, 2010, pág. 14).

En particular, cuando nos referimos a este fenómeno en relación con el ecosistema mediático y con los procesos de la comunicación humana, vemos cómo el individuo moderno se ha convertido en alguien que se concibe a sí mismo de una manera diferente a las "audiencias" de los medios *broadcast*. Hoy el individuo se ve a sí mismo como potencial creador y productor de sus propios mensajes, de su propia manera de representar y simbolizar la realidad y, por tanto, —apoyado en las nuevas TIC— con posibilidades de ser un individuo comunicante.

Actualmente, el mundo vive una grave crisis ambiental y de recursos, agravada por los anuncios del calentamiento global. La movilidad en las ciudades es cada vez más difícil y los sistemas de transporte hacen inviable un modelo de desplazamiento físico cotidiano para ir al trabajo, a la universidad, de compras, y para cualquier actividad lúdica o comercial. Esto ha hecho que los seres humanos volquemos una buena parte de las actividades en los sistemas de comunicación virtual. Si podemos gestionar parte del trabajo, de la actividad bursátil y bancaria, de las compras y de las actividades comerciales o educativas a través de los dispositivos móviles, estamos, por tanto, entrando en lo que podemos llamar un *nuevo paradigma cultural y social*. Georges Amar lo plantea de la siguiente forma:

"La crisis ecológica latente del transporte y el desarrollo rápido de las tics están produciendo un poderoso movimiento ante nuestros ojos, a veces de manera visible, incluso brutal, a veces de modo más subterráneo […] merece, desde mi punto de vista, ser calificada como un cambio de paradigma, porque concierne a una gran cantidad de dimensiones del sistema de "movilidad" […]. La movilidad será entendida cada vez más como creación de lazos, de sinergias y de oportunidades, que como acortamiento de distancias" (AMAR, 2010, pág. 30).

Se habla, entonces, de nuevos modelos de movilidad, de nuevas formas de entender las fronteras y los contactos. Se han transformado culturalmente muchos aspectos humanos, sociales, económicos y políticos de la mano de los grandes cambios que han sufrido las ciudades desde la infraestructura —que permite la movilidad y el transporte— y desde la influencia que ejercen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Por eso hablamos también de grandes cambios en la estructura de la comunicación humana. Por eso hablamos hoy por hoy de la nueva *comunicación en movilidad.*

La comunicación en movilidad.

La aparición de la comunicación inalámbrica —generada a partir de la aparición de la telefonía móvil celular y el desarrollo posterior de los dispositivos de comunicación móvil— propició el desarrollo de un fenómeno mundial que hoy podemos llamar *comunicación en movilidad*. A pesar de lo reciente de dicho fenómeno, mucho se ha escrito ya para tratar de entender la esencia de un proceso que en muy pocos años ha impactado como ninguno otro a casi toda la humanidad (basta con decir solamente que en el año 1990, cuando se iniciaba la masificación mundial de la telefonía móvil, el número de líneas rondaba los quinientos millones, en el año 2000, se acercaba a los dos mil millones de líneas, y en el año 2017 estaba llegando a los siete mil millones de líneas, casi una por persona. Hoy en los inicios de la tercera década del siglo XXI, este número es superior al número de habitantes humanos del planeta.)

También se ha insistido mucho en que este fenómeno —que al principio tuvo características meramente tecnológicas— se ha convertido en el fenómeno comunicativo y social más relevante desde la aparición de la escritura y la invención de la imprenta. Por esto ya no hablamos hoy de la telefonía móvil —dentro de la cual emergió el fenómeno—, sino que hablamos de la comunicación en movilidad, que es la forma comunicativa que surgió a partir del desarrollo de una

serie de dispositivos que poseen esencialmente tres características: conectividad permanente, portabilidad máxima y grandes capacidades multimediales e hipertextuales (AGUADO & MARTINEZ, 2008, pág. 189).

Lógicamente este fenómeno —que al inicio fue puramente tecnológico— muy rápido trasciende la frontera de lo meramente instrumental, y se extiende a los campos cultural, social y político, impactando la economía, la industria, (especialmente la de las comunicaciones), la generación de procesos culturales, artísticos, sociales, políticos; así, se convierte en uno de los fenómenos más impactantes y relevantes de los últimos tiempos. Los alcances de este impacto son numerosos y las transformaciones generadas a partir de estos alcanzan múltiples espacios de la vida social y cultural de muchas comunidades a lo largo y ancho del planeta. El mundo actual, como bien lo define el maestro Castells (2009, págs. 50, 51), es un entramado en red de múltiples interconexiones que relacionan toda clase de ámbitos sociales, culturales, humanos, económicos, políticos, etc. No existe en la actualidad ningún aspecto de la sociedad que no esté relacionado con todos los demás aspectos de la cultura y de las organizaciones humanas. En el interconectado mundo actual, todos los componentes de nuestra sociedad se relacionan unos con otros y dependen entre sí de la misma manera. Cualquier suceso o fenómeno que afecte un aspecto social determinado termina por impactar sobre todo el organismo social y acaba por afectar todos los componentes de la estructura sociocultural humana.

La comunicación, como vehículo de la interacción social, es una actividad transversal a todas las demás actividades de los seres humanos, todos la ejercemos y la necesitamos, y en las actividades culturales, sociales, políticas o económicas se convierte en el medio o vehículo de la interacción. Por esta razón, un cambio tan profundo en sus dinámicas como el que ha establecido la comunicación en movilidad transforma a su vez y afecta todas las demás actividades humanas. De ahí la afirmación que hacemos en relación con las impresionantes dimensiones que ha tenido para el hombre del siglo XXI la aparición y masificación de este fenómeno que llamamos *comunicación en movilidad.*

Hablando específicamente del ámbito de las comunicaciones y de la industria cultural, esta nueva forma comunicativa ha generado cambios y transformaciones en muchos aspectos relacionados con los medios de comunicación, la industria de los medios audiovisuales, los usuarios y los públicos consumidores de dichos medios, los lenguajes y productos audiovisuales, y, de una manera aún más importante, la transformación de casi todas las formas de la comunicación entre los seres humanos.

Entendemos por *comunicación en movilidad* aquellas formas comunicativas surgidas del fenómeno tecnológico que supone la aparición de las comunicaciones inalámbricas y los dispositivos de comunicación móvil. En un mundo tan profusamente interconectado, en donde las relaciones establecidas por las personas son cada vez más intensas, complejas, multimodales y diversas, la comunicación ubicua, permanente y a demanda se ha convertido en la esencia de la sociedad tecnológica. Esta puede ser la explicación del porqué las tecnologías de transmisión de información inalámbricas y las redes de datos, que nos permiten una conectividad permanente, fueron adoptadas e incorporadas por comunidades de todas partes del mundo a una velocidad que no ha conocido ningún otro tipo de tecnología en la historia humana.

Prácticamente, no hay actividad humana que hoy no se haya visto afectada y transformada por los procesos de comunicación móvil; la economía, la cultura, el entretenimiento, los negocios, la comunicación interpersonal y muchos otros aspectos de la vida de las personas y de las sociedades dependen cada vez más de las redes y sistemas de transmisión inalámbricos. Sin embargo, no es este fenómeno tecnológico el asunto que nos importa en este análisis teórico. El fenómeno tecnológico es sólo el proceso que desencadenó el impacto mediático, cultural, social y político que todo esto ha tenido sobre las sociedades actuales; es el fenómeno comunicativo y la transformación de todos los aspectos relacionados con esta actividad humana lo que nos lleva a diferenciar este tipo de comunicación de otras formas que ésta ha tomado en el pasado, como es el caso de la comunicación

de masas, generada a partir del desarrollo de medios masivos en el siglo XX como la radio, la televisión, la prensa o el cine.

La aparición de la comunicación móvil inalámbrica transformó los modos, las costumbres, los usos y los métodos con los cuales usábamos la comunicación a finales del siglo XX. La convirtió en algo personal, permitió su individualización en oposición a la masificación que se había generado durante todo el siglo XX, influenciada por los medios de comunicación de masas. Esta es su característica más descollante y evidente, la tendencia que la diferencia de una manera más notoria de las formas anteriores de la comunicación. Al permitir su ubicuidad, o sea, al permitir que la comunicación se desligara de cables y ataduras físicas, ésta va en nuestros bolsillos, los objetos se miniaturizaron permitiendo su máxima portabilidad, y estos dos atributos la incorporaron al atuendo cotidiano de las personas. Hoy portamos el dispositivo móvil como un elemento más de nuestra indumentaria cotidiana, tal como llevamos el pantalón o la camisa, o como se lleva un sombrero o una gorra. No pesa, no estorba, es más, si no lo llevamos tenemos una sensación de pérdida, de abandono, de inseguridad.

Sin embargo, la característica más impresionante que introdujeron los medios digitales y, en particular, la comunicación móvil fue la interactividad. De la mano de esta característica —inicialmente tecnológica y luego estética, cultural, social e incorporada al lenguaje mediático— la comunicación y sus formas se transformaron por completo. La comunicación dejó de ser unidireccional y se volvió multidireccional y multimodal; la interlocución y la generación de mensajes y contenidos dejó de estar en manos de unos pocos para pasar a estar potencialmente en manos de millones. Esta es la gran transformación y el origen de todos los abruptos cambios que han ocurrido; por ello se habla hoy del prosumidor: un individuo que ha dejado de ser un pasivo consumidor de mensajes y de contenidos para convertirse en un potencial productor y generador de los mismos.

Todo esto parece muy sencillo, irrelevante incluso, pero estas características que adquirió la comunicación impactaron muy profundamente amplios aspectos y facetas de la vida, del trabajo, del entretenimiento y de la comunicación entre las personas. Impactó a las industrias, los negocios, la economía, los medios de comunicación de masas y las dinámicas comerciales que generaban los medios de comunicación de masas.

El concepto de Dispositivo Móvil.

Hemos reflexionado durante los anteriores párrafos —de manera recurrente— sobre los dispositivos móviles como un tipo de aparato tecnológico que impacta la vida social y cultural. Por esta razón, creemos que es de gran importancia abordar el concepto de *dispositivo* primero en términos genéricos, y luego, también, el concepto de *dispositivo tecnológico de comunicación*. Lo consideramos de gran importancia porque el concepto mismo de dispositivo puede ser aplicado a múltiples tipos de mecanismos diseñados por las personas y en muchos ámbitos de la vida social, cultural, económica y política de los seres humanos.

En su más básica acepción, el diccionario de la RAE nos muestra que un dispositivo es algún tipo *de "mecanismo o artificio dispuesto para producir una acción prevista"* (RAE, 2017); o, también, una *"organización para acometer una acción"*.

Como podemos ver, la idea de dispositivo es tan amplia que puede ser usada para describir tanto un artefacto tecnológico determinado, como un tipo de organización o disposición inmaterial de tipo social que produce alguna clase de resultado al actuar. Estas dos formas de aplicación del concepto, si bien pueden ser entendidas como opuestas y mutuamente excluyentes, pueden, por el contrario, llegar a ser complementarias al entender que un tipo de dispositivo o artilugio tecnológico como los móviles conlleva, necesariamente, otro de carácter cultural y social de grandes

proporciones, que transforma, incluso, la esencia de la comunicación misma al afectar los procesos sociales, culturales, económicos y políticos.

Vamos a dar una mirada, en este sentido, a los conceptos que desarrolló el filósofo Michel Foucault en algunas de sus obras, tales como *Las palabras y las cosas* (1968.) y *Vigilar y castigar* (1975), en donde trabaja ampliamente el concepto de dispositivo. En palabras del mismo Foucault, citadas por Giorgio Agamben en http://www.henciclopedia.org.uy/autores/Agamben%20Giorgio/Queesundispositivo.htm :

"Lo que trato de indicar con este nombre es, en primer lugar, un conjunto resueltamente heterogéneo que incluye discursos, instituciones, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, proposiciones filosóficas, morales, filantrópicas, brevemente, lo dicho y también lo no-dicho, éstos son los elementos del dispositivo. El dispositivo mismo es la red que se establece entre estos elementos."

Como podemos observar, el concepto abarca un entramado social, cultural, económico, jurídico, político y tecnológico; alcanza diversas dimensiones del actuar humano, y puede ser aplicado como concepto a muchas dimensiones de la cultura, la ciencia y la vida de los hombres. Agamben cita de nuevo al filósofo francés En el mismo lugar de la web. Nos dice Foucault:

"por dispositivo, entiendo una especie —digamos— de formación que tuvo por función mayor responder a una emergencia en un determinado momento. El dispositivo tiene pues una función estratégica dominante [...]. El dispositivo está siempre inscripto en un juego de poder [...].Lo que llamo dispositivo es mucho un caso mucho más general que la episteme. O, más bien, la episteme es un dispositivo especialmente discursivo, a diferencia del dispositivo que es discursivo y no discursivo" (Foucault, Vigilar y castigar, 1975).

Resulta bastante interesante aplicar estos conceptos foucaultianos —que tan ampliamente describen los fenómenos sociales y culturales— al fenómeno de la comunicación en movilidad. Si analizamos dicho fenómeno a la luz de las ideas consignadas en las anteriores frases del filósofo francés, podemos fácilmente concluir que la comunicación en movilidad, por sus características globales, por las manifestaciones que presenta como fenómeno, por las consecuencias que tiene sobre la sociedad, la cultura, la economía, la política y otros aspectos de la vida humana, se convierte necesariamente en un "dispositivo" tal y como lo entiende Foucault.

Inicialmente, cuando hablamos de dispositivos móviles nos estamos refiriendo a los equipos, aparatos y objetos tecnológicos que median lo que hemos llamado la *comunicación en movilidad*, forma que toma el proceso comunicativo en los tiempos actuales. Sin embargo, todo el entramado de aspectos culturales, sociales, políticos, económicos, industriales, tecnológicos, bursátiles, jurídicos, etc. que integran el fenómeno de la comunicación en movilidad adquieren el carácter y la forma de un dispositivo de grandes dimensiones que puede ser analizado y estudiado desde la visión del gran filósofo galo.

El dispositivo móvil como fenómeno cultural.

Hoy en día se vive en un mundo integrado. Las personas y la tecnología cohabitan, se construyen mutuamente y es cada vez más evidente una total dependencia de lo tecnológico. La economía, la salud, la educación y las comunicaciones, entre otros sectores, van de la mano con

sistemas que favorecen el desarrollo acelerado, y es Internet la principal herramienta utilizada para gestionar el acontecer de la sociedad: el conocimiento ha llegado a depender incluso de ésta.

Los seres humanos —denominados *usuarios* para los nuevos sistemas de comunicación— han llegado a límites extremos en el uso de las tecnologías, las cuales cada vez se han vuelto más asequibles y simples en su funcionamiento. La tecnología móvil ha recorrido el mundo ofreciendo beneficios que anteriormente parecían imposibles; la portabilidad, la autonomía energética y la conectividad permanente permiten una interacción directa e inmediata con el mundo sin tener la necesidad de hacer grandes esfuerzos físicos.

Ha impactado tanto este fenómeno que, incluso, cuestiona la jerarquía y la organización política de las naciones alrededor del mundo, condicionando tanto los avances y desarrollos tecnológicos como los sociales. Las comunidades se han visto unidas en un mercado que ha venido creciendo sin distinción de raza, creencia o condición política, pues como se afirma en introducción del libro *La cuarta pantalla* (2008), libro publicado por Roberto Igarza, Francisco Vacas y Federico Vibes, *"es la primera vez en la historia de los países emergentes que los índices de penetración de una tecnología básica, como es el celular, no sólo son semejantes, sino que en algunos países superan a las del antiguo primer mundo"* (pág. 6).

Existen, de igual forma, muchos factores que se unen para favorecer la evolución constante de la tecnología móvil dentro de las sociedades. El manejo del tiempo ha delimitado la utilización de éstos; especialmente, si hablamos de los tiempos de ocio veremos que las personas necesitan de actividades que las mantengan en continuo funcionamiento, pero que sean asequibles en cualquier situación. El desplazamiento por la ciudad en transporte o caminando, un descanso en el trabajo o estudio e, incluso, unos segundos entre una conversación, son ocasiones en las que el móvil puede brindar pequeños momentos de esparcimiento que cada vez interrumpen menos; sus múltiples aplicaciones permiten una comunicación clara con la actividad que se esté desarrollando desde el dispositivo, sin la necesidad de mantener una interacción oral.

La comunicación móvil cuestiona todo el andamiaje que se ha construido académicamente en torno a las teorías de las comunicaciones y lo replantea desde su principio básico (emisor – canal – receptor). En esta nueva concepción que se le da se muestra el proceso como una relación asimétrica, en la que el emisor se comunica primeramente con el dispositivo, y es allí donde se da la interacción del acto comunicativo y donde emisor y el receptor se mueven constantemente, abiertos a una diversidad de formas.

"Hoy en día lo que no se mueve no se vende", afirma Igarza, y con ello describe puntualmente una realidad que es cada vez más común en la vida moderna; allí, la comunicación móvil condiciona la economía y el mercado, solución que se ha creado para no perder el contacto continuo con los elementos tecnológicos ya mencionados cuando se debe salir de la casa, de la oficina o de cualquier espacio que ofrezca posibilidades de conexión limitada a un cable.

La convergencia de estos dispositivos no se da únicamente en los sectores del entretenimiento, las comunicaciones o las integraciones empresariales; esta correlación llega, incluso, hasta la educación, donde adquiere su protagonismo gracias al que ya tiene en la vida cotidiana. Las personas ya no ven su celular como un medio de comunicación, sino como una plataforma universal que controla y dispone todo a su alrededor de una manera práctica y fácil de usar; es por esto por lo que, actualmente, muchas de las instituciones educativas se han visto abocadas a incorporar las tecnologías móviles de comunicación para no perder el interés de sus estudiantes. La educación hoy se concibe de manera diferente y quien no se adapte a esto terminara siendo derrotado por una tecnología que cohabita en igualdad de condiciones con otros sistemas, por lo que es importante replantear, en muchos casos, el modelo educativo, e incorporar las herramientas que proveen los estos modelos.

Con la llegada de Internet y de las nuevas tecnologías que nos convirtieron en una sociedad hiper-comunicada, el mundo se ha vuelto a unir en un solo continente, las fronteras de los países se

han borrado gracias a la virtualidad, y la mayoría de las personas se pueden encontrar en un mismo espacio.

Este espacio ha sido imaginado y conceptualizado en el libro *Pangea* (2006), de Vicente Luis Mora, autor que ha tomado prestado el nombre del continente arcaico, para denominar a este fenómeno de la comunicación moderna, tal y como se llama su libro. Según el autor: *"Esta nueva realidad (que es siempre una realidad duplicada o virtual) ha conseguido rehacer lo que rompió la deriva de los continentes"* (MORA, 2006, pág. 9). Esto lo dice refiriéndose a la unión que han conseguido alcanzar la virtualidad e Internet.

En este sentido, este nuevo espacio, conformado por cada uno de los continentes y sus países, ha creado una cultura universal en la que se ha visto una unión de costumbres, expresiones y modos de ver la vida. Es un espacio de la comunicación moderna donde se ha ido creando una conexión de las mentes, ya que las personas empiezan a crear contenidos para las personas y con las personas, es decir, se crea un contenido colectivo en el que se integran experiencias de diferentes personas del mundo y se unen diferentes culturas en la creación de estos nuevos proyectos colectivos.

Internet se va construyendo poco a poco gracias a los aportes que hacen las personas, tanto de manera individual como de forma colectiva; se modifica y se crea este nuevo medio en el que pueden confluir diferentes intereses e ideologías. *"Internet no nos hace, y en cambio sí la constituimos con nuestras aportaciones a la misma"* (MORA, 2006).

Pero la conexión a Internet no sólo se quedó en el mundo de los computadores, sino que con la llegada de los dispositivos móviles se ha convertido en una herramienta a utilizar en cualquier lugar al que se vaya. Esta llegada de Internet a los dispositivos móviles también creó una dependencia y una *"angustia a la multiconexión"* (MORA, 2006) —tal y como lo plantea Vicente Luis Mora— pues se crea una ansiedad por conectarse con más personas, por la facilidad y efectividad con la que esto puede hacerse a través del correo electrónico o de cualquier otra herramienta para la comunicación que se haya creado gracias a la conexión a la Red. *"Quien accede de pronto a la Red, no sólo intentará comunicarse o más bien conectarse con todo su círculo de amistades, sino que muy pronto utilizará el correo electrónico para sus actividades laborales"* (MORA, 2006).

Aquí vale la pena resaltar algunos de los peligros que encarna Internet, la cual puede llegar a cautivar, en tal medida, que se querrá utilizar para cualquier actividad a realizar, hasta el punto de convertirse en adicción; puede llegar a creerse que, gracias a la cantidad de información disponible en Internet, allí se encuentra la solución a cualquier problema.

Además, en la Red se han creado espacios para el debate de diferentes temas. Sin embargo, a veces se fracasa en este tipo de actividades porque cuando todas las personas participan de una misma conversación intelectual, ésta se limita a una generalidad y no se avanza, *"y sin embargo, hasta en las reuniones de especialistas, cuando llegan a cierto tamaño, hay que fragmentar la conversación en mesas separadas, para no quedarse en generalidades, para tratar más asuntos, para decirse más, en grupos de menos. No existe la infinita capacidad de interlocución"* (MORA, 2006). Además, como dice Mora, *"que todo el mundo participe en una sola conversación no la enriquece: la reduce"*.

Pero la nueva Pangea —este continente "creado" gracias a la conexión que las personas hacen a través de Internet— también trae consigo una cultura hibridada debido a la constante comunicación e interacción de diferentes personas en el mundo.

Esta cultura de la multiconexión ha creado un pensamiento de colectividad, es decir, un pensamiento en el que se considera que la creación de cualquier cosa —sea una obra literaria o una pieza de arte digital— se debe dar conjuntamente entre el artista y los espectadores. Pues, tal y como lo dice Mora, *"el lector considera que puede participar en la redacción de la obra al serle posible técnicamente"*.

Este pensamiento de la creación de contenidos conjuntos —tanto artísticos como académicos— se ha ido fortaleciendo gracias a la utilización de herramientas como Wikipedia o las redes sociales. Éstas han generado un espacio donde las personas pueden aportar la información que

poseen o que obtienen de libros y de la misma Internet para complementar un tema académico que puede tratarse de matemáticas o de literatura. Ahí es donde el consumidor —o lector, en este caso— se convierte en un productor de contenidos (colectivos).

A raíz de la participación que se quería para la creación de contenidos en la web, se comienza a engendrar una relación entre los blogs y la literatura creativa, pues estos espacios permiten un intercambio entre escritores y lectores de diferentes partes del mundo, quienes tienen una visión diferente de la vida y crean un intercambio participativo entre ellos, además de generar otro espacio nuevo para la promoción, tanto de la lectura como de los libros.

Tal y como lo dice Vicente Luis Mora, *"la facilidad de uso de esas técnicas ha provocado el engaño de los usuarios con respecto a la facilidad de su utilización ideológica, esto es a la conexión causal entre el hecho de usar las técnicas artísticas y el hecho —único e irrepetible— de la creación artística"* (MORA, 2006). Esto significa que por el hecho de que las personas tienen acceso y saben utilizar la herramienta, se han creado la ilusión de que ya son productores de contenidos creativos. Pero los creadores de contenidos creativos son pocos. Son personas que han pasado —gracias a las herramientas y a las facilidades que trae Internet— de ser simples consumidores de contenidos a crear sus propios contenidos. Contenidos que pueden ser considerados, por tanto, originales.

Estas personas —los *prosumidores*— son el objetivo principal de este texto. Personas que están totalmente comprometidas con la difusión de sus opiniones y productos a través de Internet, y que no tienen la necesidad de copiar y utilizar las opiniones de los demás como escudo contra la sociedad que los lee.

Hay una anécdota que resulta muy reveladora sobre la dimensión del fenómeno cultural en el que se han convertido los dispositivos móviles, contada por Henry Jenkins: *"Solo quería un teléfono. Los vendedores se mofaban de mí; se reían a mis espaldas. En todas las compañías de celulares me decían que ya no se fabricaban los teléfonos mono función. Nadie los quiere. Esta es una poderosa demostración de lo fundamentales que se han vuelto los móviles en el proceso de convergencia mediática"* (JENKINS, 2006, pág. 16).

Lo que realmente se ha visto es que el fenómeno cultural al que hacemos referencia es complejo e involucra por igual a viejos y nuevos medios en el proceso que ya hemos descrito y que llamamos *convergencia de medios*. Dicho fenómeno se ha visto notoriamente influido por la presencia de los dispositivos móviles en manos de millones de personas, al cumplir la función de "enlace y pegamento" del fenómeno.

Prosumidores: una multitud inteligente.

La población ha adquirido una división diferente a la que tenía hasta hace unos diez años: las personas ahora son receptores y creadores de contenidos, de información e, incluso, de movimientos. Cada vez se descubre más a las personas en un constante tecleo de sus móviles debido al afán de la rutina. Esta metodología se ha convertido en una solución inmediata para los problemas en el trabajo, en la escuela, en la casa, con la pareja o con los amigos, y tiene lugar mientras caminamos o mientras esperamos o viajamos en el transporte público. Las personas están en una constante búsqueda de espacios con wifi para poder conectarse a la Red e interactuar con amigos y familiares, e, incluso, para poder trabajar. Si se llega a un lugar muy agradable, pero éste no cuenta con acceso a Internet, no sirve y es mejor desplazarse a otra parte.

Los jóvenes son los mayores generadores de contenidos; permanentemente se ocupan de recolectar información, copiarla, pegarla y reenviarla. Es una era de ciber libertad en la que los jóvenes tienen la tranquilidad de textear sin el temor de que sus conversaciones sean inspeccionadas y cuestionadas por sus padres; estos modos de vida muestran un estatus en una sociedad virtual

determinada y, sobre todo, en la sociedad real. Sin embargo, Rheingold plantea su teoría de *Multitudes inteligentes,* en la cual se le da un beneficio a la era de los móviles y de la Internet. Esto hace posible la creación del prosumidor como un personaje que posee una capacidad de abstracción de lo digital y de percepción de lo real.

Son los cambios en la conducta de las personas los que muestran los nuevos estilos de vida en la sociedad. Es así como el autor de *Multitudes Inteligentes* (RHEINGOLD, 2004) se inspiró para escribir dicho libro, al ver una gran cantidad de personas que se dedicaban a enviar mensajes de texto cortos e inmediatos, en el marco de su cotidianidad; esta dinámica refleja una coreografía perfecta en cada cruce de calle en el tiempo en que el semáforo cambia. Las personas tienen la capacidad de interactuar en los tres espacios que habitan: el primero es el espacio físico, el real, el que encierra todo, el más cercano, pero también el que más se aleja de la conducta humana. El segundo espacio es la publicidad; en Tokio, por ejemplo, existen pantallas de neón en las que cada individuo hace parte de la propaganda, situación rutinaria para las personas. Y el tercero es el ciberespacio, donde se reúnen personas de todo el mundo en escasos segundos, con el fin de interactuar o tal vez discutir sobre cualquier tema propuesto por alguna persona en cualquier sitio del globo terrestre.

Los dispositivos móviles y la Internet siempre presente han privilegiado la privacidad y la estructuración de identidades personales gracias al uso personalizado en las conversaciones que se sostienen con los iguales; así, en las redes sociales se crean grupos y sitios de intereses particulares que generan comunidad. Por otro lado, los conceptos de tiempo y espacio adquieren nuevas significaciones: el poseer un móvil da la libertad de retrasarse a los encuentros, por ejemplo; ya no es problema llegar tarde a la cita, el verdadero problema es que el celular se quede sin batería o, peor aún, que se olvide en casa o en la oficina. La impuntualidad ya no es una situación drástica porque el encuentro se puede ir modificando en el transcurso del camino. Por su parte, el espacio también sufre una transformación ya que éste no está ligado directamente a la presencia física de la persona, es decir, la gente puede participar de una comunidad mediante videochats o micro mensajes instantáneos: esto se conoce como la *tribu del pulgar*. Algo que se debe resaltar en este proceso comunicacional es el hecho de ver cómo las cosas se crean con una intención, pero, muchas veces, se generan infinidad de funciones que no se pensaron con anterioridad.

Las regiones del mundo que hoy son grandes potencias se han esforzado por serlo, incluso, en las áreas de la tecnología y de la comunicación. Por esta razón, Japón junto con DoCoMo son considerados pioneros de la Internet, la red que transporta la mayor parte de la información en el mundo; a su vez, Helsinki, Finlandia y Nokia fueron los líderes de la telefonía móvil; ellos implementaron un dispositivo de comunicación que llegó para facilitar la vida, la comunicación y la información de las personas en su diario vivir. Así, masificaron el tecleo para escribir un mensaje y también la lectura de una pantalla para recibirlo; crearon la necesidad de sintetizar las ideas de tal forma que en 160 caracteres se dijera todo lo que se necesitaba.

Con el *Short Message Servicie* —que hoy conocemos como *SMS*— se llega a un nuevo nivel de comunicación y de difusión de la información. A lo largo de la historia los avances tecnológicos se han usado con fines sociales, en pro de una comunidad y de su caracterización. Como dato curioso, recordemos que en diciembre de 1992 se creó en Reino Unido el primer mensaje de texto del mundo; a raíz de su éxito se empezó a masificar, ya que era un medio que comunica de forma rápida y económica; además, se usa para decir cosas que difícilmente se dirían de frente —deseos, rabias, anhelos, sensaciones o sentimientos—. Así, el autor se refiere a los SMS como la *cara furtiva de la comunicación*, debido a que no tienes que sostener en persona lo que escribiste en un mensaje de 160 caracteres.

En los estudios que se han realizado sobre la telefonía móvil y la Internet se tratan temas como la personalidad individual, es decir, temas sobre cómo se desarrolla la persona y cómo se relaciona con su entorno. Se habla, también, sobre el ámbito en el que se relaciona la Red con el entorno; así, no sólo se hace necesaria la relación del sujeto, sino, además, la del objeto. Finalmente, se estudia

cómo convergen estos sistemas en la sociedad. Es importante valorar el espacio en el que se realizan estas actividades y su influencia en lo político, en lo cultural, en la socialización y en la educación.

El *target* de las comunicaciones móviles es, en gran medida, los jóvenes de 14 a 20 años, principalmente porque se encuentran en un situación de mayor vulnerabilidad: están en el proceso de su construcción como seres, de adaptación a otras culturas y, además, buscan cierta estabilidad en algunas de ellas; son personas capaces de difundir un mensaje con mayor rapidez y con un margen de error casi nulo; tienen la gran habilidad de convencer a otras personas al formar una cadena que logra unir eslabones y expandirse aceleradamente; así, en contados segundos, casi todo el planeta está enterado y empieza a actuar frente a dicho mensaje.

A raíz de todo este avance tecnológico surge una incógnita: ¿todo este acto móvil genera una evolución o una involución en la sociedad? Así, se cuestiona la idea de si es la tecnología la que transforma a la gente o es la gente la que transforma la tecnología; y, aunque no lo parezca, la respuesta a esta pregunta hoy resulta ser muy sencilla: la tecnología, efectivamente, ha modificado a la gente. Es innegable que las personas en la actualidad se comportan de forma diferente a como lo hacían hace diez años. También es evidente que la sociedad seguirá modificándose porque este proceso no ha terminado, continúa con su desarrollo.

Pero no se obvia el hecho de que la tecnología también ha sido transformada por las personas, ya que si éstas no le dieran el uso frecuente que le dan, la tecnología no tendría tanto auge. Además, como ya se había planteado unos párrafos atrás, el consumidor descubre funciones totalmente diferentes a las que el creador había planeado en el momento del desarrollo tecnológico; esto proporciona al usuario una necesidad de algo más, siempre en busca de superar la inteligencia humana. En este sentido, se generan mayores dudas en las personas, razón por la cual ahora no es posible hablar simplemente de consumidores, ni de receptores, ni de perceptores: hoy son los *PROSUMIDORES* los que cuentan con un sentido crítico y hacen parte de la comunicación del mundo.

BIBLIOGRAFIA.

AGUADO, J. M., & MARTINEZ, I. (2008). *Sociedad Móvil. Tecnología, Identidad y Cultura.* Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.

AMAR, G. (2010). *HOMO MOVILIS, La Nueva Era de la Movilidad.* Buenos Aires: Editorial La Crujia.

BARTRA, R. (2006). *Antropología del Cerebro. La conciencia y los sistemas simbólicos.* Valencia, España.: Editorial Fondo de Cultura Económica.

CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y Poder.* Madrid: Alianza editorial.

CASTELLS, M. (2012). *Redes de Indignación y Esperanza.* Madrid: Alianza Editorial.

CATALÁ, J. M. (2010). *La Imagen Interfaz. Representación Audiovisual y Conocimiento en la Era de la Complejidad.* Bilbao: Servicio Editorial Universidad del País Vasco.

ECO, U. (16 de Octubre de 2005). *El teléfono celular y la verdad.* Obtenido de lOS aNDES: http://www.losandes.com.ar/noticia/opinion-170721

Foucault, M. (1968.). *Las Palabras y las Cosas: Una Arqueología de las Ciencias Humanas.* Buenos Aires: Editorial Siglo XXI.
Foucault, M. (1975). *Vigilar y castigar.* Buenos Aires: Editorial Siglo XXI.
IGARZA. (2008). *Nuevos Medios Estrategias de Convergencia.* Buenos Aires: La Crujía Editores.
IGARZA. (2009). *Burbujas de Ocio. Nuevas Formas de Consumo Cultural.* Buenos Aires: Editorial La Crujia.
IGARZA. (2009). *Burbujas de Ocio. Nuevas Formas de Consumo Cultural.* Buenos Aires: La Crujia Editores.
IGARZA, R., VACAS, F., & VIBES, F. (2008.). *La Cuarta Pantalla. Marketing, Publicidad y Contenidos en la Telefonía Móvil.* Buenos Aires: Editor Lectorum Ugerman. .
JENKINS, H. (2006). *Convergence Culture. La Cultura de la Convergencia de los Medios de Comunicación.* Barcelona: Ediciones Paidos Ibérica.
JENKINS, H. (2010.). *Piratas de Textos. Fans, Cultura Participativa y Televisión.* . Madrid.: Editorial Paidos Comunicación. .
MÁRQUEZ, I. (2015). *Una genealogía de la pantalla. Del cine al teléfono móvil.* Barcelona: Editorial Anagrama.
MORA, V. L. (2006). *PANGEA Internet, Blogs y Comunicacion en un Nuevo Mundo.* Sevilla (España): Fundación José Manuel Lara.
RAE. (30 de Junio de 2017). *Diccionario Real Academia Española de la Lengua*. Obtenido de http://dle.rae.es/?w=diccionario
RHEINGOLD, H. (2004). *Multitudes Inteligentes. La próxima Revolución Social.* . Barcelona: Editorial Gedisa. .
SCOLARI, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva.* . Barcelona: Editorial Gedisa. .
TURKLE, S. (1984). *El Segundo Yo: Las Computadoras y el Espíritu Humano. Ediciones* . Buenos Aires: Editorial Galapago.
TURKLEY. (1997). *La vida en pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet.* Barcelona: Paidós.
WINOCUR, R. (2009). *Robinson Crusoe ya tiene celular.* México: Siglo XXI editores.