

Comunidades, software social e individualismo conectado

Communities, social software and connected individualism

Maya Georgieva Ninova

Universitat Autònoma de Barcelona

maya.ninova@gmail.com

Resumen

El texto analiza la ambigüedad en la definición del concepto de comunidad en el ámbito de las ciencias sociales, revisando tres perspectivas: psicológica, antropológica y sociológica. Los avances tecnológicos en la sociedad que afectan la vida cotidiana y cambian nuestras formas tradicionales de organización, también son consecuencia de las necesidades que tenemos de interactuar con los demás. Así, Internet no solamente soporta las relaciones preexistentes sino posibilita la emergencia de nuevas formas de ser y actuar juntos. Por tanto, se argumenta que es necesario revisar el concepto de comunidad, oponiéndose a estas tres perspectivas, desde las cuales dicho concepto se define espacialmente, sea el "lugar" presencial o virtual. Se propone estudiarla como red de relaciones que no necesariamente pertenecen a la misma unidad local, de este modo, la comunidad contemporánea se vuelve una red individualizada de relaciones.

Palabras clave: Comunidad; Virtualidad; Redes; Software social; Individualismo

Abstract

This article examines ambiguity in the definition of the concept of "community" in the social sciences by reviewing three perspectives: the psychological, the anthropological and the sociological. Technological advances in society that affect everyday life and change traditional forms of organization, are also consequences of the need to interact with others. Thus, the Internet not only perpetuates preexisting relations but it makes possible the emergence of new forms of being and acting together. Therefore, it is argued that it is necessary to critically question these three perspectives that define the concept of "community" spatially (be it in virtual or physical space). The article proposes that community be studied as a network of relations that don't necessarily belong to the same local unit. That allows contemporary "community" to be seen as an individualized network of relations.

Keywords: Community; Virtuality; Networks; Social software; Individualism

Introducción

La sociedad pasa por diferentes etapas de desarrollo económico, político y tecnológico que inevitablemente afectan las formas de ser y organizarnos para actuar. Desde la época de la Revolución Industrial, en el ámbito de las ciencias sociales, se presenta una preocupación acerca del efecto que tiene ésta sobre la comunidad dando lugar a diferentes conceptualizaciones del término. Cada cambio que ocurre en la sociedad se ve reflejado de forma inmediata en la manera como es pensada la comunidad. Teóricos como Durkheim y Marx fueron de los primeros que se ocuparon de conceptualizarla abriendo el paso a una lista extensa de pensadores que siguen buscando las palabras más precisas para su descripción.

La revolución contemporánea es igualmente tecnológica y similar al fenómeno industrial del siglo pasado, debido a que el efecto producido sobre la sociedad es muy repentino. Este cambio tecnológico ha sacado a la luz nuevamente, el tema de la comunidad. Por un lado, provocó debates acerca de las nuevas formas de organización a las que se definió como *comunidades virtuales* por su surgimiento en Internet, que “amenazaban” la existencia de la comunidad tal y como se entendía hasta éste momento y por otro, se desprendieron conceptualizaciones del nuevo fenómeno de *comunidad virtual* que a pesar de su toque tecnológico, seguían basándose en la idea nostálgica de comunidad del siglo XX.

La organización social contemporánea es flexible y simultáneamente operamos en diferentes contextos, por lo cual, va perdiendo fuerza y relevancia asociarnos con una estructura que se relaciona con la noción de estabilidad y pertenencia a un lugar. Actualmente, el individuo es un ser en situación de constante movilidad, desarraigado de los grupos naturales y perdido en la jungla de los grandes núcleos de población donde su comunidad, es una red individualizada de relaciones que no pertenecen al mismo contexto.

El concepto de comunidad

Existen muchas conceptualizaciones competitivas del término dependiendo de quién lo usa, dónde y con qué finalidad. En parte, es debido a los diversos puntos de vista políticos, que hasta el momento ha sido imposible llegar a un consenso sobre una definición única de comunidad.

El desacuerdo en la definición dentro de las ciencias sociales ha provocado el interés de varios investigadores que a lo largo de los años han intentado poner en orden la larga lista de diferentes descripciones. Tal vez el mejor intento de llegar a un acuerdo entre las definiciones referentes a la idea de comunidad, es el estudio de George Hillery (1955) que analiza cuantitativa y cualitativamente, 94 definiciones sociológicas del término “comunidad”. Hillery identificó 16 conceptos diferentes dentro de la muestra; descubre que sólo un concepto es común entre todas las 94 definiciones: todas tienen que ver con personas. Otros aspectos encontrados en la mayoría de los estudios analizados por él, revelan que “...of the 94 definitions, 69 are in accord that social interaction, area and a common tie or ties are commonly found in community life”.(Hillery, 1955, p. 118)

Del análisis de Hillery se podría deducir que *comunidad* debe entenderse como grupo de personas: 1) que comparten interacción social, 2) que tienen algunos lazos comunes entre sí, 3) y un área común por lo menos para un tiempo determinado.

Esta idea será la idea clásica y algo nostálgica de comunidad que retoman los pioneros investigadores de Internet como antecedente y aplican al análisis de las formas de organización virtual.

Comunidades online y la privatización de la comunidad

Se observa un paralelismo entre los estudios pioneros acerca de Internet que abrieron un nuevo campo de investigación – la interacción social virtual, y la idea de comunidad que dominaba hasta aquel momento en las ciencias sociales. La tendencia de buscar semejanzas entre fenómenos virtuales y presenciales no es ninguna novedad. Cuesta trabajo pensar que lo que ocurre en Internet podría ser algo cualitativamente diferente de lo que hacemos offline y casi siempre comparamos ambos contextos. Así, las formas de organización virtuales se explican con términos de la vida presencial y muchas veces se intenta reducirlas a atributos que tienen las formas parecidas de organización fuera de Internet.

Howard Rheingold fue el primero en usar la palabra *comunidad virtual* definiéndola como “agregados sociales que surgen de la Red cuando una cantidad suficiente de gente lleva a cabo estas discusiones públicas durante un tiempo suficiente, con suficientes sentimientos humanos como para formar redes de relaciones personales en el espacio cibernético” (Rheingold, 1996, p. 20). Desde aquella época de las primeras comunidades Usenet, se ha observado un crecimiento rápido de las comunidades online y sus usuarios. Estas comunidades y la comunicación mediada por ordenador han sido objeto de estudio por parte de investigadores sociales (Rheingold, 1996; Smith & Kollock, 2003; Jones, 2003; Hine, 2004; Negro Ponte, 1996; Howard & Jones, 2004; Gálvez, 2005; Vayreda, 2004) provocando ciertos debates acerca de la influencia que tienen sobre la vida comunitaria off-line. La discusión a menudo se polarizaba entre abogados de las comunidades virtuales (Rheingold, 1996; Turkle, 1996; Stone, 1995; Schmitz, 1997) y sus críticos (Peck, 1987; Heim, 1993) y normalmente giraba en torno a si los encuentros sociales mediados por ordenador podían considerarse “comunidades reales” o no, por tanto asumiendo la posibilidad de una definición universal y consistente de comunidad.

Estas primeras investigaciones marcaron una época en las investigaciones sobre la comunicación mediada por ordenador e intentaban explicar y dictaminar una sentencia – son buenos o malos, en definitiva, se juzgaban en base de las formas de vivir y actuar presenciales. Basarse en el concepto de *comunidad* presencial para explicar formas de organización en Internet y etiquetarlas como *comunidades* añadiendo el adjetivo *virtuales* que también es problemático tuvo como consecuencia una diversidad de definiciones y falta de claridad igual que en el ámbito de la vida social offline. Como apunta Jones (2003) en una revisión de algunos de los estudios clave sobre comunidades online, muchos ponen el acento sobre aspectos geográficos y espaciales con el fin de evitar la complejidad de grupos que coinciden parcialmente en el mundo contemporáneo. La consecuencia inmediata de tal estrategia es una imagen de la comunidad como fija y delimitada espacialmente, cuando en la práctica vemos que los grupos son más complejos y muchas veces no tienen fronteras tan claras como se suele presentar en estudios sobre comunidades online.

Tomando en cuenta la falta de consenso en la definición del término, debemos considerar otra perspectiva que toma en cuenta los cambios que ocurren en la vida contemporánea y sin duda producen efectos sobre las formas en que nos organizamos. Así, de la vida moderna urbana, surge la idea de la privatización de la comunidad donde los encuentros en espacios públicos son menos y las personas suelen moverse más por trabajo o estudios. Este enfoque en vez de considerar la desaparición de la comunidad como es entendida tradicionalmente, ofrece una perspectiva donde la tecnología no elimina ni amenaza sino soporta las comunidades. Privatización significa que el individuo busca activamente contacto con los suyos usando diferentes dispositivos – teléfono, Internet o transporte. La comunidad se desterritorializa e individualiza, se convierte en una red de relaciones sociales significativas que pueden ser muy dispersas geográficamente.

Software social y la interacción social online

Desde la época de las primeras comunidades virtuales, Internet ha sufrido un desarrollo muy acelerado, y hoy en día, nos ofrece una gama muy variada de herramientas cada vez más sofisticadas y que facilitan la comunicación virtual. El desarrollo de estas herramientas está influenciado por el uso que las personas le dan a la tecnología y dependiendo de sus necesidades de interactuar con los demás online. La interacción social que abunda en Internet en los últimos años ha provocado el surgimiento del concepto de “*software social*” que intenta etiquetar este fenómeno social en la red que pone el énfasis sobre las personas y se refiere a todas aquellas herramientas que soportan la interacción virtual. Es social ya que en el centro está el individuo que necesita relacionarse con otros y el control de las relaciones está en sus manos. Así, las nuevas comunidades online que emergen a partir de las herramientas del software social son parecidas a redes individualizadas que la persona va formando en diferentes contextos.

Las tecnologías en cuestión no solamente se usan para mantener relaciones con los miembros de las comunidades ya existentes (Wellman, 1999) sino también para crear relaciones nuevas, que posteriormente, empiezan a formar parte de la vida social offline. La dicotomía online/offline ya no existe, Internet no es una realidad separada sino una de las muchas maneras de interacción humana. (Hamman, 1998; Wellman, 1999; Bakardjieva, 2003) Los fenómenos que se observan en la red no se pueden estudiar y caracterizar exclusivamente por lo que se produce online ya que las culturas que actúan en Internet tienen sus raíces en formas existentes en la vida “real”. Tampoco se puede reducir la interacción virtual solamente a estas formas preexistentes. Tendríamos la atención apartada entonces del hecho de que del uso de la tecnología de Internet están emergiendo nuevas formas de ser y actuar juntos. Así la tecnología de Internet se domestica por los usuarios con el fin de integrarla en estructuras y actividades relevantes de su vida cotidiana. Internet ofrece un espacio de comunicación flexible que se interpreta de maneras diversas por los grupos de personas. Las implicaciones y el significado que estos grupos construyen depende de la forma que le darán al espacio que crean y las relaciones que se producen en este espacio (Feenberg & Bakardjieva, 2004).

En palabras de Feenberg (1991,1999) los sistemas tecnológicos no pueden definir las condiciones de existencia de los usuarios involucrados. Las personas generan interpretaciones y aplicaciones de los sistemas tecnológicos que a menudo divergen de las que estaban inscritas originalmente en ellos. Así los usuarios, los clientes y hasta las víctimas de los sistemas tecnológicos se encuentran involucrados en

apropiaciones creativas que apuntan hacia una posible reforma de la tecnología con un propósito más humano y democrático.

Individualismo conectado

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

Las relaciones que creamos no pertenecen a un lugar específico sino son a la vez locales y globales, producto del desarrollo de las tecnologías de transporte y comunicación. Las vecindades y en general las comunidades basadas en una unidad concreta pierden importancia a cambio de las relaciones que mantenemos con personas que están físicamente en diferentes espacios y así participamos en múltiples redes sociales. Las características de la vida moderna, cada vez más privatizada, se reflejan en nuestras maneras de generar relaciones que son más selectivas y voluntarias que en el pasado. Aunque nuestros contactos son globales, es decir, dispersos en diferentes áreas, nosotros seguimos conectándonos desde un lugar, sea este nuestra casa o trabajo.

El Internet inalámbrico y la tecnología móvil están cambiando la manera en que nos conectamos, no necesariamente tenemos que estar fijados en un lugar para comunicarnos con otros, el contexto físico se vuelve menos importante. Las conexiones son entre personas y no entre lugares, así la tecnología proporciona un cambio: conectar las personas estén donde estén. Las personas se vuelven portátiles, pueden ser localizadas para interacción a través de la tecnología en cualquier lugar. De este modo, la comunicación persona a persona se vuelve central y apoya la desfragmentación de los grupos y las vecindades.

La transición hacia un mundo personalizado proporciona el individualismo conectado¹ donde cada persona cambia rápidamente entre lazos y redes. Es la persona quien define cómo operar para obtener información, apoyo o colaborar en algún proyecto. Nos hacemos más flexibles a la hora de interactuar en diferentes espacios.

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

La tendencia de comparación entre online/offline se podría evitar si asumimos que tal vez la interacción online tiene sus propias normas y dinámicas como sabemos de nuestras prácticas personales. Por ejemplo, conectar a dos amigos que no se conocen en un chat, preguntar cosas personales en algún

¹ “networked individualism” (Wellman, 2002)

foro de conversación, etc. La comunicación online amplía el alcance de las redes, permite mantener y fortalecer más relaciones.

En la sociedad contemporánea, las personas viven en redes y no en grupos. Los grupos asumen que todos los participantes se conocen y confían entre sí, mientras la esencia de las redes es un conjunto de interacciones e intercambio de información. Por supuesto, esto no quiere decir que los grupos no existen, sino que la vida del individuo no se puede reducir ni a un grupo concreto, ni a un lugar determinado, muchas veces es la mezcla de ambos modos de interacción.

Referencias

- Bakardjieva, M. (2003). "Virtual togetherness: An everyday-life perspective", *Media, Culture & Society*, 25, 291-313. Versión electrónica disponible en <http://mcs.sagepub.com/cgi/content/abstract/25/3/291> (Consulta, 20 de julio de 2007)
- Feenberg, A. (1991). *The critical theory of technology*. New York: Oxford University Press.
- Feenberg, A. (1999). *Questioning technology*. London: Routledge.
- Feenberg, A. & Bakardjieva, M. (2004). "Virtual communities: No "killer implication". *New Media & Society*, 6(1), pp.37-43. Versión electrónica disponible en <http://educ.ubc.ca/faculty/bryson/565/FeenbergVirComm.pdf> (Consulta, 20 de junio de 2007)
- Gálvez, A. (2005). Sociabilidad en pantalla. Un estudio de la interacción en los entornos virtuales. *AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*, Noviembre- Diciembre 2005. [online]. Internet: <http://www.aibr.org/antropologia/44nov/> (Consulta, 4 de febrero de 2006)
- Hamman, R. (1998), "The Online/Offline Dichotomy: Debunking Some Myths about AOL Users and the Effects of Their Being Online Upon Offline Friendships and Offline Community". Tesis de master. Universidad de Liverpool. (Obtenida por correo electrónico del autor el 7 de junio de 2007)
- Heim, M. (1993). *The metaphysics of virtual reality*. Oxford: Oxford University Press.
- Hillery, G. A. (1955). Definitions of community: Area of agreement. *Rural Sociology*, 20, 111-123.
- Hine, C. (Ed.). (2004) [2000]. *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Howard, P. & Jones, S. (Eds.). (2004). *Society online: The internet in context*. Sage Publications.
- Jones, S. (Ed.) (2003) [1998]. *Cibersociedad 2: Una nueva visita a la comunidad y a la comunicación mediada por ordenador*. Barcelona: Editorial UOC.
- Negroponte, N. (1996). *Being digital*. (1ª ed.). New York: Vintage Books.
- Peck, M. S. (1987). *The different drum: Community-making and peace*. New York: Simon and Schuster.
- Rheingold, H. (1996). *La comunidad virtual: Una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa.

- Schmitz, J. (1997). "Structural relations, electronic media, and social change: The public electronic network and the homeless". En Jones, S. G. (Ed.) (1997). *Virtual culture: Identity and communication in cybersociety*. London: Sage. pp.80-101
- Smith, A. M. & Kollock, P. (Eds.) (2003) [1999]. *Comunidades en el ciberespacio*. Barcelona: Editorial UOC.
- Stone, R. A. "Sandy". (1995). *The war of desire and technology at the close of the mechanical age*. Cambridge, Mass: MIT Press
- Turkle, S. (1996). *Life on the screen : Identity in the age of the internet*. New York: Simon & Schuster
- Vayreda, A. (2004). Las promesas del imaginario internet: Las comunidades virtuales. *Athenea Digital*, 5. [online]. Internet: <http://antalya.uab.es/athenea/num5/vayreda.pdf> (Consulta, 20 de enero de 2005)
- Wellman, B. (1999). "From little boxes to loosely-bounded networks: The privatization and domestication of community". En J. Lughod-Abu (Ed.). *Sociology for the twenty-first century: Continuities and cutting edges* (pp. 94-114). Chicago: University of Chigago Press. Versión electrónica disponible en <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/littleboxes1/littleboxes1.pdf> (Consulta, 27 de mayo de 2007)
- Wellman, B. (2002). "Little boxes, glocalization, and networked individualism". En M.Tanabe, P. Besselaar, & T.Ishida (Eds.). *Digital cities II: Computational and sociological approaches* (pp. 10-25). Berlin: Springer. Versión electrónica disponible en <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/netlab/PUBLICATIONS/frames.html> (Consulta, 10 de mayo de 2007)

Formato de citación

Ninova, Maya (2008). Comunidades, software social e individualismo conectado. *Athenea Digital*, 13, 299-305. Disponible en <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/460>.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons](#).

Usted es libre de copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra bajo las siguientes condiciones:

Reconocimiento: Debe reconocer y citar al autor original.

No comercial. No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Sin obras derivadas. No se puede alterar, transformar, o generar una obra derivada a partir de esta obra.

[Resumen de licencia](#) - [Texto completo de la licencia](#)