



Jones, S.G. (ed.) (1998).
Cibersociedad 2.0. Barcelona: Editorial UOC.

Blanca Callén Moréu

Universitat Autònoma de Barcelona; blanca.callen@campus.uab.es

Del mismo modo que en el mundo de la ingeniería del software se numeran secuencialmente las versiones revisadas de programas, como si los nuevos se construyeran parcialmente sobre los fundamentos de sus predecesores, *Cibersociedad 2.0* sigue el rastro que ya inauguró Steven G. Jones en *CyberSociety: Computer-Mediated Communication and Community*.

Y a pesar de que el propio editor nos advierte de que su objetivo no es el de documentarnos periódicamente de los cambios que han ido apareciendo, desde que saliera a la luz la primera “versión” de este “software de papel”, hemos de decir que *Cibersociedad 2.0* sí que aporta una visión panorámica sobre la actualidad de los debates y críticas sociales acerca de las (ya no tan) nuevas tecnologías de la comunicación.

La voluntad del editor en este volumen (¿y quizás en un 3.0 o *ad infinitum*, si es la actualidad quien manda?), como él mismo afirma, es la de ahondar en el criticismo y análisis de las tecnologías que existen actualmente, hacer evidentes las esperanzas que hemos depositado en la comunicación mediada por ordenador (CMO), distinguir las culturas que están surgiendo entre los internautas o dar cuenta de las preocupaciones, debates y discusiones que giran alrededor de este área... En definitiva, proporcionar “una imagen de cómo las promesas de la tecnología y la realidad de su uso se enredan, colapsan y reorganizan” (p. 15).

Y para ello, Jones nos deja una invitación personal: nada mejor que experimentar la CMO.

Para quienes no queramos aventurarnos en este cruce de fronteras y pantallas, disponemos de ocho ensayos que nos acercan a interrogantes tradicionales de las ciencias sociales, vistas, por esta vez, desde el prisma de las tecnologías de la comunicación: básicamente, ¿cómo hace un individuo, y en menor medida una comunidad, para seguir existiendo? ¿quiénes somos cuando estamos en la red?

Así, diferentes autoras nos acercan, mediante metodologías varias, a temas como la noción de *self* y su relación con la comunidad; la sociabilidad *online*; la mutabilidad de la identidad en la red; la constitución, creación, recreación y puesta en pantalla del género o la etnicidad; la

emergencia y disolución del lazo social vía CMO; o incluso el diseño conceptual para los nuevos medios de comunicación.

En el primero de los ensayos, el propio **Steven Jones** nos presenta un interesantísimo y prolífico panorama de las diferentes definiciones, tensiones y debates que sacuden al concepto de comunidad (virtual) y sus promesas. Nos cuestiona si acaso la comunicación cara a cara no está operando en el fondo como un ideal y nos plantea preguntas (que, por supuesto, no responde cerradamente) acerca de la naturaleza de los compromisos que se adquieren en ellas, acerca de si la cultura de la telecomunicación es capaz de convertirse en algo más que una seudo-comunidad o de forma más general, del potencial de la CMO para producir espacio social.

A la luz de estas cuestiones va desgranando desde los argumentos más tecnofílicos que ven en las comunidades electrónicas una especie de florecimiento de sociabilidad, un lugar en el que podemos moldear nuestra propia comunidad al escoger a cual pertenecer o no; hasta aquellas otras posturas que advierten del riesgo de tal movilidad electiva. En esta misma dirección, otras autoras nos recuerdan que la conexión por sí misma ni forma comunidad, ni lleva necesariamente a ningún intercambio de información, significado o construcción de sentido. Constituyen así llamadas preventivas contra la instauración de espacios solipsistas y auto-realizadores que ignoran cualquier acción política más allá de la que sustenta su propio mantenimiento como comunidad.

Casi como una forma de aterrizar en la empiria todos los debates que se han planteado antes, aparece en el **segundo capítulo**, de **Nancy K. Baym**, una propuesta de análisis evaluativo del impacto de las comunidades *online*. Mediante un estudio etnográfico de 3 años sobre rec.arts.tv.soaps, un grupo de noticias que discute recreativamente los “culebrones” televisivos, la autora presenta un modelo de análisis basado en la idea de que el *estilo* de una comunidad *online* es moldeado por una serie de factores (que ella analiza detalladamente). Éstos son los contextos externos en los que se ubica y a los que hace referencia la CMO concreta, la estructura temporal del grupo, la infraestructura del sistema informático, los propósitos del grupo y las características de los participantes. Además, explora cómo las participantes, mediante una apropiación de las estructuras, destinan y explotan estratégicamente los recursos y normas que les ofrecen éstas para establecer significados sociales que les permitan imaginarse como una comunidad, a través de formas de expresión, identidades, relaciones y convenciones normativas específicas de ese grupo.

Con este trabajo, Baym nos sugiere que los grupos *online*, más que oponerse a la vida *offline*, se entretelen a ella como infiltrándose mutuamente desde uno y otro lado...hasta desaparecer las fronteras. Ya iremos viendo además, que esta idea del tejido único y complejo entre lo *on-off* se repite a lo largo del libro podría resultar clave para nuestras posibles investigaciones.

En el **tercero de los capítulos**, aparentemente más apartado de las cuestiones que tradicionalmente han interesado a las ciencias sociales, **Philip E. Agre**, con un enfoque marcadamente cognitivo, evidencia cómo el diseñar los “géneros” (“forma estable, esperable, variedad de comunicación”, “el punto de encuentro entre el proceso de producción de materiales mediáticos -diseño- y el proceso de utilización”, p. 96) de los nuevos medios de comunicación implica en el fondo diseñar las relaciones sociales y los valores que se forjan en/por ellos. Para ello co-

mienza apuntando algunos de los procesos por los que se constituyen cognitivamente las comunidades, continúa presentando un modelo para el diseño de los medios de comunicación a partir del papel que los géneros tienen en la actividad social, más adelante apunta algunas de las fuerzas económicas que operan en este diseño comunicativo y finaliza el capítulo esbozando algunos [sic] *valores democráticos* que podrían guiar en el diseño de las infraestructuras y las políticas de los medios de comunicación futuros. “Todos somos diseñadores en nuestra práctica diaria de comunicación”, dice Agre (p. 113).

Los **dos siguientes capítulos (IV y V)** abordan el tema del género y las tecnologías de la comunicación desde dos ópticas distintas: En el primero de ellos, **Cheris Kramarae** desarrolla críticamente una de las comprensiones y promesas de futuro acerca de las tecnologías de la comunicación que más ha ido calando en nuestro imaginario: la de la tecnología informática como una trascendente revolución e innovación técnica y social, deseable por todas y capaz de resolver muchos de los problemas que afectan a “la” población. Sin embargo, a la vez que despliega y desmonta este discurso, lo va confrontando creativamente a “otros” discursos, comprensiones e imágenes acerca de “otros” posibles futuros de la ciber-interacción que desde las críticas feministas y la ciencia ficción feminista están siendo descritos e imaginados en la actualidad.

Así pues, parte del valor de este ensayo radica, en nuestra opinión, en dos aspectos interesantes y novedosos: por un lado, en el hecho de beber de “otras” fuentes, como las de la literatura de ciencia ficción (y además feminista), de modo isomórfico a los tradicionales escritos académicos; y a la vez, en su interés por observar cómo inventamos y especulamos mundos futuros para conocer precisamente “las comprensiones del mundo en que hoy vivimos y de los deseos y miedos de nuestros sueños” (p. 141).

El siguiente capítulo se vertebría alrededor de la idea de que el “*texto tecleado* –al ordenador-*proporciona la máscara*” de nuestra identidad (de género) y ello puede suponer una nueva fuente de experimentación que nos conduzca a nuevas formas de cultura virtual basadas en la simulación: una “cultura de reproducciones sin originales” (Baudrillard, 1983; Benjamín, 1969; Pinchbeck, 1994 en Jones 2003). A partir de los efectos que esto puede generar (en términos de una mayor toma de conciencia y cuestionamiento acerca del modo en que construimos el género), y recogiendo las características propias de la comunicación mediada por ordenador, y en especial de los chats, Brenda Danet propone una agenda de investigación para estudios de mascarada textual: como la *performance* de género, el travestismo textual y la neutralidad de género. Todo lo cual, también nos sirve para conocer los resultados de algunos estudios empíricos sobre el género en la CMO que utiliza Danet para su argumentación.

Y así como acabamos de conocer toda una práctica emergente en los chats, como es el travestismo textual, **Lynn Schofield Clark**, en el **capítulo VI**, nos introduce en otra distinta: el flirteo de adolescentes en internet. Las preguntas de si las relaciones resultantes de este flirteo son más emancipatorias que las experimentadas en la vida real, o si fomentan algún cambio en las relaciones vividas en el contexto local de las participantes, son las que guiarán a la autora en su investigación a través de tres entrevistas a adolescentes y *grupos de discusión guiados por compañeros*. Para responder a ello, Lynn Schofield echa mano del concepto de *relación pura*

acuñado por Giddens (1991) y nos presenta aquellos aspectos del flirteo electrónico que tanto coinciden con él como lo desafían.

Y entre algunos de estos cambios conceptuales podríamos destacar el mantenimiento de muchos de los beneficios de una relación pura sin las restricciones y riesgos del compromiso temporal y emocional, una intimidad imaginada sin la centralidad de la confianza y la autenticidad, así como una mayor búsqueda de auto-reflexividad a partir de la experimentación y la auto-construcción.

En el **séptimo de los capítulos**, de nuevo ahondando en el tema de la identidad, aunque esta vez en relación a la etnicidad, **Marc Poster** ensaya el término de “etnicidad virtual” como salida a las tensiones que se generan entre las identidades étnicas locales y aquellas globales y transnacionales, resultado de la saturación cotidiana a la que nos someten los medios de comunicación globalizados. “¿Hay una nueva forma de cultura planetaria junto a las existentes que aparece en el espacio de las comunicaciones electrónicas?”, se pregunta Poster. “¿Es la etnicidad virtual una alternativa a los binarios de particularismo y universalismo?” (p. 193). Para intentar responder a ello, a lo largo del capítulo construye teóricamente este nuevo tipo de etnicidad en la era de las comunicaciones mediadas electrónicamente, al mismo tiempo que examina sus implicaciones políticas con relación a las exigencias contemporáneas de autenticidad étnica. Sin duda, una temática problemática que exige un acercamiento profundo y complejo como el de Poster.

Y así, llegamos hasta la cara inversa del comienzo. Si al inicio nos preguntábamos sobre las comunidades virtuales y su emergencia, ahora, al final, **Kolko y Reid** investigan la disolución y fragmentación de las comunidades online. Más concretamente, buscan las causas e implicaciones que tiene el fracaso en la constitución de un *self* virtual o en la formación de una comunidad del mismo tipo. A partir de un estudio de caso como punto de partida, las autoras apuntan a que la pérdida de continuidad del *self* virtual amenaza el sostenimiento de la comunidad, a la vez que la dispersión y desplazamiento del espacio virtual refuerzan la fragmentación psicológica de este *self online*. Y paralelamente, la efimeridad del lenguaje, unido a la pérdida de los marcadores de lugar en la fluidez del espacio comunitario *online*, dificultan el establecimiento de estos espacios como foros públicos viables.

Como cierre nos recuerdan, una vez más, que quizás sea necesario complejizar la visión de cómo la virtualidad del espacio *online* se conjuga y enreda con la corporeidad y personificación del *self*, para lograr entender cómo y por qué las comunidades virtuales sobreviven, o por el contrario fracasan.

En general, y una vez revisado cada ensayo, creemos oportuno destacar que la mayor virtud de este libro es la de mostrar de forma panorámica, pero no por ello superficial, una galería de temas de debate actuales de quienes investigan sobre las tecnologías de la comunicación. Y sirve también como introducción-traducción para aquellos científicos sociales profanos a este campo particular, a la vez que se pone en evidencia que, en el fondo, se trata de las mismas cuestiones fundamentales que han venido preocupando desde siempre a las ciencias sociales, aunque ahora vistas bajo un nuevo prisma. Además, parte del valor de este recorrido es que se hace desde experiencias de investigación empírica muy concretas, y a la vez diversas, que nos permiten conocer de cerca otras formas y métodos de trabajo.

Sin embargo, y paradójicamente, la variedad de autores que dan riqueza y polifonía al libro no evita que nos encontremos con frecuencia con la repetición de pequeños debates, idénticos unos a otros. O quizás es que se vislumbran ya algunos de los “lugares comunes” y puntos de paso obligatorio que empiezan a formar parte de las discusiones de este joven campo de investigación.

Pues bien, y ya para finalizar: después de este trayecto, ¿Aceptarías la invitación de Jones a la experimentación?



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](#)