



Tecnología, ética y futuro

Josep M. Esquirol (ed.)



INSTITUTO DE TECNOÉTICA

Fundación EPSON IBÉRICA

desclée

TECNOLOGÍA, ÉTICA Y FUTURO

Colección «Tecnología y Humanismo»



© Instituto de Tecnoética-Fundación Epson Ibérica 2002

© EDITORIAL DESCLEE DE BROUWER, S.A., 2001
Henao, 6 - 48009 BILBAO
www.desclee.com
info@desclee.com

Printed in Spain
ISBN: 84-330-1666-0
Depósito Legal: BI-29/02

Segunda parte

La reflexión filosófica sobre la Red

<i>Paolo D'ALESSANDRO:</i>	
Por una ética de la conexión telemática	341
<i>Javier BUSTAMANTE:</i>	
Los Derechos Humanos en el mundo de la Red	355
<i>Ricardo ECHEVARRÍA:</i>	
É(sté)ticas orbitales. Comportamientos artísticos difusos en la Red ...	369
<i>Josep Maria ESQUIROL:</i>	
¿Es espacio el ciberespacio?	381
<i>Gordon GRAHAM:</i>	
Ética y comercio electrónico	391
Mesas de comunicaciones:	
<i>Francisco VÁZQUEZ FERNÁNDEZ:</i>	
Internet y autorregulación ético-profesional	403
<i>Carlos S. OLMO BAU:</i>	
Desobediencia civil en la Red	411
<i>María I. DE SALAS NESTARES:</i>	
La autorregulación publicitaria en el medio Internet	421
<i>Eugeni ZAMORA y Miquel BARCELÓ:</i>	
Un sistema de información para el estudio de códigos de ética informática	433
<i>Juan A. GARCÍA GONZÁLEZ, Antonio GALLARDO CERVANTES y Elías PINO SÁNCHEZ:</i>	
Internet y el conocimiento: ¿construcción exógena del yo?	443
<i>Jesús MON RIVERA:</i>	
Ideología, utopía y sociedad de la información	449
<i>Olga CUBIDES MARTÍNEZ:</i>	
Las agencias de sentido en la construcción de la sociedad del conocimiento	459
<i>Salomé BERROCAL GONZALO:</i>	
Comunicación política en la Red: ¿información o desinformación?	467
<i>Charo SÁDABA:</i>	
Comunicación humana a través de la tecnología. Comunidades virtuales	473
<i>Mónica GÓMEZ SALAZAR:</i>	
¿Hablamos mal de la globalización?	479

Comunicación humana a través de la tecnología. Comunidades virtuales.

Charo Sádaba

Profesora de la Facultad de Comunicación
Universidad de Navarra

The true value of a network is less about information and more about community.

(N. NEGROPONTE, *Being Digital*)

Introducción

Asistimos durante los últimos años a la generalización del uso de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), con Internet como su más popular exponente. Esto ha despertado la curiosidad de la opinión pública sobre los fenómenos y las repercusiones prácticas y sociales que aquéllas generan. La aparición de una tecnología que permite de modo novedoso poner en contacto a personas que buscan información, o simplemente desean intercambiar experiencias o entretenerse, relaciona la necesidad de comunicarse con la habilidad de la tecnología para satisfacerla de forma más eficaz, rápida y completa.

Este desarrollo tecnológico tiene una doble cara: además de convertirse en un símbolo del progreso, de la supresión de las barreras espacio-temporales para la comunicación, está creando un nuevo motivo de discriminación, la «posesión de la información». Los nuevos pobres del tercer milenio carecen de acceso a los nuevos mundos y posibilidades que Internet representa. Este sector más desfavorecido no hay que buscarlo en el mundo subdesarrollado sino en la misma sociedad occidental. Un reciente estudio publicado por *The Pew Internet & American Life Project* recogía un dato preocupante: en Estados Unidos el crecimiento del uso de Internet se ha topado con un muro. De los 94 millones de norteamericanos que no tienen acceso a la Red, más de la mitad no pueden permitírselo ni tienen intención de hacerlo. Cualitativamente, este público está compuesto en su mayoría por personas mayores, minorías étnicas y gente con bajos niveles de

Durante muchos años, y aún hoy todavía, es un símbolo de lo que puede llegar a ser una comunidad virtual.

Por supuesto que este fenómeno ha despertado el interés del mundo académico: Howard Rheingold⁴ estudió la creación de comunidades *online* desde un enfoque sociológico; Hagel y Armstrong,⁵ desde la óptica de la gestión empresarial, analizaron el poder comercial de estos grupos humanos en el ciberespacio. Otros autores como Markham,⁶ Rafaeli,⁷ Jones⁸ o Shields,⁹ analizan en sus obras distintos aspectos de la vida social en las redes informáticas.

También los intereses comerciales comenzaron pronto a analizar los beneficios económicos que les podía reportar la construcción de comunidades. Los visionarios de la Red, como Dyson,¹⁰ creen que los intereses y las inversiones del sector comercial en Internet pueden minar los valores centrales de la Red. Según ellos las empresas no se preocupan de la gente, sino de lograr beneficios en el entorno online incluso a costa de impedir la heterogeneidad y la espontaneidad que le son propias. Katz augura que el dominio de las corporaciones convertirá Internet en una tierra devastada, como la televisión comercial.

Una comunidad refiere a un grupo de personas agrupadas en torno a algo que todas ellas poseen en común: interés, profesión, localización geográfica. Lo mismo sucede en las comunidades virtuales, con la peculiaridad de que la locación geográfica de los participantes no limita su participación en la comunidad.

⁴ H. RHEINGOLD, *The virtual community: funding connection in a computerized world*, Londres, Warburg Institute, 1993.

⁵ A. ARMSTRONG y J. HAGEL, «The Real Value of On-line Communities», en *Harvard Business Review*, vol. 74 (n. 3), mayo-junio 1996, pp. 134-141.

⁶ A. N. MARKHAM, *Life Online. Researching real experience in virtual space*, Walnut Creek, AltaMira Press, 1998.

⁷ S. RAFAELI, «Interactivity. From New Media to Communication», en R. P. HAWKINS, J. M. WIERMANN y S. PINGREE, *Advancing Communication Science: Merging Mass and Interpersonal Processes*, Sage Annual Reviews of Communication Research, vol. XVI, Newbury Park, 1988, pp. 110-133.

⁸ S. G. JONES, «CMC and Community», en S. G. JONES (ed.), *CyberSociety*, Sage Publications, Newbury Park, pp. 138-163.

⁹ R. SHIELDS (ed.), *Cultures of Internet. Virtual Spaces, Real histories, living bodies*, Londres, Sage, 1996.

¹⁰ E. DYSON, *Release 2.0. A design for living in the digital age*, Nueva York, Broadway Book, 1997.

Cualidades de la tecnología que favorecen el desarrollo de las comunidades

Entre los distintos elementos que generan un ambiente positivo para la creación de comunidades, se puede destacar la interactividad de las redes. Favorecida por la presencia de un canal de retorno de la información, hace que la acción de usuario no sólo sea posible en el entorno virtual, sino anhelada muchas veces por los navegantes. De hecho, la visita a sitios *web* donde la intervención del usuario se ve limitada a pasear por páginas y ver la información colocada allí por el propietario, genera en ocasiones frustración porque no se ajusta a las expectativas de uso del medio. La Red permite intervenir en la comunicación, enviar mensajes, discutir con otros visitantes, opinar, jugar: es un medio donde la comunicación es bidireccional.

Se puede entender, entonces, que la misma naturaleza del medio, propiciada por sus cualidades tecnológicas, es la que anima la creación de comunidades que vienen a constituirse como grupos de personas interesadas en temas o en aficiones concretas y se reúnen en torno a una serie de recursos existentes en Internet. De acuerdo con esto, es razonable pensar que las comunidades virtuales han de esforzarse por alentar la participación de sus miembros, ya que son ellos los verdaderos artífices de la comunidad.

Estamos ante un espacio producido socialmente, basado en el conocimiento y la información que comparten sus usuarios¹¹ más que en una realidad física, determinada por una latitud y una longitud. En este espacio, a diferencia del físico, es posible la movilidad en un doble sentido: trasladarse de un lugar a otro sin viajar físicamente, y la movilidad de estado, de clase social, de rol o de carácter. En este sentido, es frecuente encontrarse con mujeres que se hacen pasar por hombres, personas tímidas que en la Red se desinhiben y se convierten incluso en líderes. El anonimato que permite la tecnología, en opinión de algunos, favorece una comunicación más rica al no existir el miedo a la reacción por las opiniones expuestas. Para otros, más pesimistas, tras este anonimato se pueden esconder conductas o personalidades inseguras, e incluso enfermas, lo que restaría valor al hecho comunicativo que suponen las comunidades virtuales.

Clasificación de las comunidades virtuales

Las comunidades virtuales se han sometido a distintos intentos de clasificación que a veces resultan un tanto limitados. Uno de los más

¹¹ Cfr. S. G. JONES, *op. cit.*, p. 19.

citados es el propuesto por Hagel y Armstrong quienes, desde una perspectiva de explotación comercial del fenómeno, distinguen cuatro tipos básicos de comunidades: de interés, de transacción, de fantasía y de relación.

Cada uno de estos grupos se caracteriza por reunir a sus miembros con distintas intensidades y grados de implicación. Así, en el caso de las comunidades de transacción, como www.ebay.com o el caso de los grupos de compra, www.gruposdecompra.com o www.letsbuyit.com, el objeto que constituye la comunidad es el interés por comprar o vender un determinado producto. La relación en este tipo de grupos es intensa hasta que se ha producido la transacción, pero una vez ésta ha tenido lugar, puede que desaparezcan los motivos para continuar relacionándose con los otros miembros de la comunidad.

No sucede lo mismo en el caso de una comunidad de interés, donde la implicación puede ser menor en intensidad, pero con una mayor permanencia en el tiempo: las personas congregadas en torno a este tipo de comunidades comparten intereses profesionales o culturales, que les llevan a poner en común información, dudas e inquietudes sobre ese tema en concreto. Es el caso de las numerosas e interesantes comunidades que se reúnen entorno al www.icnet.es, el Instituto Catalán de Tecnología, donde se discuten temas diversos como los negocios en la Red o la televisión por cable. Un caso también famoso en EEUU es el de www.motleyfool.com, una comunidad que reúne a interesados en el mundo de las finanzas, y que llamó poderosamente la atención de Wall Street cuando sus decisiones comenzaron a tener consecuencias reales e importante en la vida de la bolsa.

Las comunidades de fantasía, consiguen de sus miembros una gran vinculación pero normalmente, y dada su propia naturaleza lúdica, no siempre son capaces de hacerlo de un modo estable y duradero en el tiempo. En sitios como www.thepalace.com concurren jugadores en busca de diversión. Normalmente no se intercambian datos ciertos sobre sus identidades y todos son conscientes de que están involucrados en un juego.

Las comunidades de relación son aquellas que sí consiguen equilibrar la intensidad del vínculo de sus miembros, unidos esta vez por experiencias vitales comunes. Pertenecen a esta categoría sitios de apoyo a enfermos de cáncer¹², de depresión, a familiares de enfermos de Alzheimer, a padres separados interesados por la educación de sus hijos. Estas comunidades tienen un gran valor comunicativo y una densidad humana que en muchos casos sobrecoge al visitante esporádico y curioso.

¹² [Http://www.cancer.org](http://www.cancer.org)

Conclusiones

La Red se ha convertido en aquello sobre lo que siempre está bien hablar: sea para denostar su capacidad de hacer el mal, de permitir la propagación del fraude, del delito, sea para alabar sus virtudes como altavoz de minorías o movimientos culturales o escaparate de productos y servicios desconocidos. Las comunidades virtuales tampoco han escapado a la controversia. Las opiniones se balancean entre dos polos. En un extremo, quienes creen que el anonimato de la Red, lejos de potenciar una comunicación más sincera, favorece el desarrollo de una hipocresía colectiva. El uso de la Red puede provocar, además, otro tipo de anomalías, fruto de la desconexión continuada de la realidad física. En el otro, quienes opinan que más allá de usos ilícitos y no saludables de la Red, una de sus cualidades está precisamente en facilitar la comunicación entre personas que de otro modo quizá no estarían dispuestas a manifestar sus opiniones o a contar sus vivencias, o simplemente no serían oídas.

En cualquier caso, muchas de estas contradicciones se solucionarán cuando la Red deje de ser una novedad y su uso se racionalice y se haga más común. Mientras tanto, no se puede negar el poder que tienen las tecnologías para favorecer que personas distintas y distantes se reúnan e intercambien experiencias, datos o simplemente se entretengan juntas. La vitalidad con que surgen y se mantienen estas comunidades virtuales, contrasta con la disgregación y la mala concepción de la que adolece la sociedad como conjunto global. La tecnología puede favorecer el agrupamiento social y asegurar un enriquecimiento colectivo nunca antes conocido.