



FRANCISCO J. PÉREZ-LATRE  
Profesor de la Universidad de Navarra

# ¿De la hipercomunicación a la incomunicación?

## Hacia una ecología de los medios en la familia

**AL REFERIRNOS A INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN, UNA DE LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL MUNDO ACTUAL ES EL ACCESO, CASI ILIMITADO, A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS. ES NECESARIO ANALIZAR CUÁNDO RESULTA PROVECHOSA LA APERTURA A ELLAS Y EN QUÉ MOMENTO HAY UNA SATURACIÓN PERJUDICIAL PARA NUESTRA FAMILIA Y PARA LA SOCIEDAD.**

**E**l 14 de abril de 1912, los operadores de radio del Titanic recibieron seis mensajes de otros barcos. Les advertían de la presencia de las grandes capas de hielo flotante que algunos pasajeros del Titanic habían avistado también a primeras horas de la tarde. Pero el Titanic fue incapaz de reaccionar a las repetidas advertencias.

### LAS PARADOJAS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

Las tecnologías digitales y móviles son extraordinarias, pero, desde luego, no resuelven todos los problemas y debemos ser conscientes de las señales de peligro. En este trabajo se investigan entornos digitales y móviles de modo indistinto, aunque es posible que los efectos del uso de dispositivos móviles merezca más adelante un análisis más detallado.

Una cita puede servir para centrar la hipótesis de este trabajo: lo que la tecnología permite no es siempre es lo que alimenta el espíritu humano (Turkle, 2012). Siguiendo esta línea de razonamiento planteamos algunas preguntas:

- ¿Después de la transformación digital hemos ganado en humanidad?
- ¿El crecimiento tecnológico va acompañado de un crecimiento personal?
- ¿Qué tipo de persona emerge de la revolución digital?
- ¿Qué cambia en la familia y la sociedad con la adopción de los medios digitales? ¿Es un cambio a mejor?

Quizá ha llegado el momento para una evaluación antropológica de los entornos móviles y digitales. En otras palabras, deberíamos ser capaces de fomentar una ecología de los entornos digitales y móviles que permita crear espacios donde las personas puedan respirar aire puro y crecer de modo saludable. El tipo de entornos digitales que puedan ayudar a que las familias crezcan.

El célebre investigador de la comunicación canadiense Marshall McLuhan explicó cómo creamos los medios y después los medios nos recrean, nos cambian porque afectan nuestra percepción: comenzamos a acceder a la información y ver el mundo a través de sus ojos. Como ha recordado Carr (2014), el valor de una herramienta no es solamente lo que es capaz de producir para nosotros, sino lo que produce en nosotros.

En la historia de los medios ha habido siempre luces y sombras. Muchas de las luces son evidentes: el modo en que los medios digitales y móviles nos pueden acercar suscita asombro y admiración. Sin embargo, los investigadores se esfuerzan por comprender algunas paradojas y ambigüedades. De alguna manera el mundo está en nuestras manos: estamos a un solo click de contenidos actualizados e interesantes. A la vez, la cercanía e inmediatez de noticias, entretenimiento y juegos es una fuente de distracciones y empuja a muchas audiencias a la gratificación instantánea. Podemos tener una audiencia global, pero podemos acabar también relativamente aislados de nuestra familia y nuestros amigos. La rapidez de los entornos digitales y móviles es positiva, pero también es una fuente de errores. El ingente volumen de información disponible no garantiza siempre

mejores conocimientos, más sabiduría o un mayor servicio a las familias. La red es abierta y transparente, pero los rumores, la propaganda y la mentira se difunden también fácilmente.

Por otra parte, en los entornos actuales de los medios, limitar el acceso a las plataformas móviles y digitales parece cada día más inviable. Expertos e investigadores llevan años hablando del Internet de las cosas. El escenario más probable para las familias es que las personas estén más conectadas todavía.

En cualquier caso, llegados a este punto no parece razonable ignorar algunos peligros de los entornos digitales y móviles. Muchos de ellos existían ya en la era analó-

gica: el exceso de consumo, la proliferación de contenidos degradantes, el déficit de edición en textos e imágenes, la explotación del sensacionalismo, etc.

Sin embargo, la revolución digital se parece cada vez más a un nuevo planeta en el que tenemos que aprender a vivir, caracterizado por un asalto de la atención de las personas (Goleman) que tiene proporciones descomunales.

Este trabajo no aspira a dar todas las respuestas, pero sí se propone plantear preguntas que nos ayuden a pensar las implicaciones familiares de la transición móvil y digital. Resulta imposible cubrir todos los ángulos de la cuestión. Por eso, este trabajo se centra en algunos.



### Juntos pero solos

Turkle alude a esta suerte de soledad acompañada en su conocida obra *Alone Together* (2012). Los problemas que plantea resultan conocidos. En la actualidad, se escriben mensajes y correos electrónicos en clases, reuniones y comidas. Se usan presentaciones para acudir a Facebook o hacer compras *online*. Las personas están distraídas, se ha generalizado una especie de déficit de atención personal y social. La capacidad de estar atentos y concentrarse en los mensajes disminuye. Parece que existe una huida de las conversaciones de verdad que debemos tener, conversaciones que, como dice Turkle, ocurren en tiempo real con efectos que a menudo resultan impredecibles, a diferencia de los entornos controlados que son propios del paisaje móvil y digital.

Estar siempre conectado no implica estar siempre acompañado. De hecho, puede estar ocurriendo lo contrario: la tecnología puede potenciar el anonimato. Las pistas visuales y verbales que son características de los encuentros cara no se encuentran muchas veces en la comunicación digital porque la mediación de las pantallas es realmente intensa.

La proliferación de amistades, un fenómeno positivo e interesante en sí mismo, provoca también un incremento del peligro de encontrarse con extraños. El incremento de las situaciones de acoso está ya bien documentado en la investigación. Algunos públicos muestran una falta de empatía que podría verse facilitada por el automatismo y la distancia de la comunicación *online*.

### EL USO DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL DEBERÍA ACTUAR COMO FACILITADOR DE LA CERCANÍA ENTRE LAS PERSONAS, ESPECIALMENTE LAS QUE MÁS NOS IMPORTAN.

En los ambientes digitales parece darse cierta tensión entre el aislamiento y la sed de contacto, que nunca desaparece del todo entre las personas. Por un lado, algunos parecen refugiarse en las relaciones virtuales para reemplazar las conversaciones directas, porque les falta competencia social. Por otro, el número de amigos aumenta y la relación con personas cercanas puede intensificarse, lo cual es una verdadera oportunidad para las familias. El uso de la comunicación digital debería actuar como facilitador de la cercanía entre las personas, especialmente las que más nos importan. Por tanto, cabe utilizar el aislamiento como indicador de fracaso en la comunicación.

Los medios y las pantallas tienen otros efectos colaterales, pero no debemos olvidar que, de hecho, los medios nos acercan. La aldea global que McLuhan (1971) anticipó se ha hecho realidad en extremos que ni siquiera el propio McLuhan llegó a prever.

Sin embargo, no debemos confundir conexión con comunicación. La distinción que a veces se hace entre vida *online* y vida *offline* puede resultar engañosa.

La vida *online* o virtual es tan real como la vida misma (aunque no sea una vida física). Somos los medios digitales que consumimos, el uso que hacemos de smartphones y tablets, las redes sociales a las que dedicamos el tiempo.

Es también una oportunidad para desplegar nuestra personalidad, para bien o para mal. Los que se muestran respetuosos *offline* también lo son *online*. Las familias deben comprender que la red es una plaza pública donde nos retratamos. A menudo, los comentarios en blogs, Twitter, Facebook, YouTube o la prensa digital muestran usuarios que, más o menos escondidos en el anonimato, insultan, siembran la semilla del odio y se muestran, en general, hostiles y enfadados.

La red es una extensión de las relaciones entre personas. Hay necesidad de promover una comunicación abierta y honesta, optimista, respetuosa; conviene desarrollar las buenas maneras, la etiqueta digital. Y no hay nada mejor que una familia para enseñar modales, para impulsar una cierta revolución de la amabilidad digital.

## El valor de la identidad en la era de la marca personal

Diversos autores han hablado de la tendencia de nuestras sociedades a generar personas narcisistas (ver, por ejemplo, Lasch, 1999; Twenge & Campbell, 2009). En los entornos digitales y móviles las personas son narcisistas en extremos que probablemente resultan desconocidos en otras épocas. Pero de modo paradójico, el narcisismo se hace compatible con un celo extraordinario para demandar la protección de la propia privacy.

La revista Time dedicó su cover story de mayo de 2013 a lo que denominaba *The Me, me, me generation*, caracterizada por la búsqueda de la visibilidad a cualquier precio. Jóvenes y mayores se comportan como incansables promotores de sí mismos, en una época de marcas personales, un

concepto que plantea interrogantes. ¿Cómo podemos confiar en alguien que busca la visibilidad?

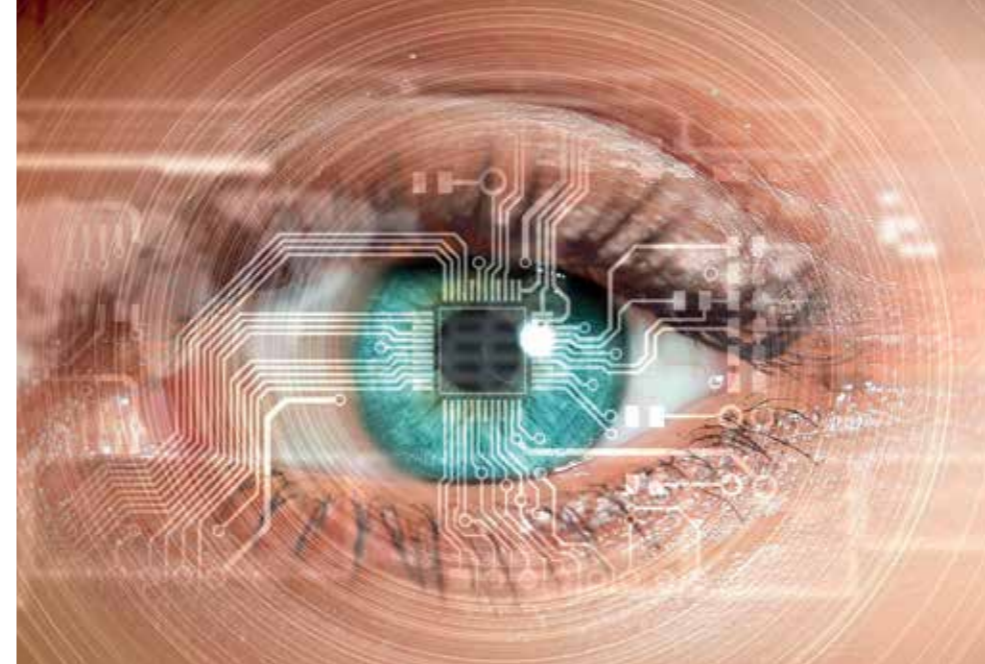
Los usuarios expertos en medios digitales son capaces de lograr el incremento de seguidores que les hará influyentes mediante la utilización de herramientas y estrategias de comunicación sofisticadas. Pero ¿qué podemos decir de la calidad de los contenidos autorreferenciales y autopromocionales? Además, vivir siempre hacia fuera tratando de construir una imagen de éxito podría convertirse en fuente de nuevas patologías personales y sociales.

La nube almacena grandes cantidades de información personal: fotos, palabras y vídeos que pueden emerger en cualquier momento. Las familias necesitan conocimientos para comprender los riesgos inherentes a esta era de transparencia radical. En concreto, puede ser conveniente analizar hasta qué punto ha cambiado la noción de privado. En realidad, nada de lo que se publica en la red es completamente privado. En otras palabras, lo que se publica en las redes es comunicación pública: si no queremos que algo se difunda, el mejor camino que tenemos es no decirlo.

**LA NUBE ALMACENA CANTIDADES DE INFORMACIÓN PERSONAL: FOTOS, PALABRAS Y VÍDEOS QUE PUEDEN EMERGER EN CUALQUIER MOMENTO. LAS FAMILIAS NECESITAN CONOCIMIENTOS PARA COMPRENDER LOS RIESGOS INHERENTES A ESTA ERA DE TRANSPARENCIA RADICAL.**

También deberíamos considerar más a menudo los peligros de los juegos de identidad típicos de la era digital. Las personas tienen distintos perfiles e identidades. Hay quienes pueden convertirse en la red en las personas que no son en la vida real. Pero ¿son estas identidades cambiantes bajo demanda una buena opción para crecer?

El concepto de identidad emerge como uno de los más relevantes en los entornos móviles y digitales. Tener una identidad sólida es de enorme valor; un recurso imprescindible, punto de referencia en tiempos de cambio y dificultades en las familias. Y parece que una de las condiciones para formar identidades saludables es la templanza y el autodomínio. Se trata de virtudes que son cruciales en la red. De nuevo, las familias son instituciones vitales para enseñarlas. Ortega y Gasset (1932) describió lo que consideraba el retrato psicológico de las personas de su tiempo: el hombre-masa, caracterizado por la libre expansión de sus deseos vitales y una radical ingratitud hacia cuanto ha hecho posible la facilidad de su existencia. Es decir, sólo le preocupa su bienestar y al mismo tiempo es insolidario con las causas de ese bienestar. Uno y otro rasgo componen la psicología del niño mimado.



## Inundados por la información

La enorme abundancia de información es otro lugar de reflexión. Tenemos acceso a cantidades previamente inconcebibles de información, pero a menudo faltan el contexto y la interpretación. El incremento de la cantidad de información no parece habernos hecho más sabios. El acceso instantáneo a noticias de última hora nos da la oportunidad de estar al tanto, quizá leyendo más titulares de fuentes diferentes que nunca. Pero nuestra comprensión de los problemas no siempre resultará más profunda.

Johnson (2012) ha señalado que si queremos que las sociedades democráticas prosperen necesitaremos una dieta de información más sana. Este autor utiliza la analogía de la dieta para describir el problema y la vía de solución: como cualquier dieta, dice, funciona mejor cuando se concibe no como un modo de recibir menos información sino como modo de recibir más información que tenga la necesaria calidad, desarrollando un hábito saludable.

En efecto, quizá debamos consumir más información valiosa. Con una mayor cantidad de datos e información, serán necesarios mejores filtros y más selección de contenidos. Habrá más incentivos para establecer una jerarquía de información. Las fuentes con más calidad tendrán más valor añadido. Y los públicos deberán necesitar la formación necesaria para hacer mejor uso de su tiempo, distinguir lo mejor de lo peor y disponer de parámetros que les permitan elegir el menú más adecuado a su edad y circunstancias. Para tomar decisiones humanas no se necesita sólo información. Hace falta también moralidad, interpretación y evaluación. Las familias proporcionan ese contexto imprescindible.

La comunicación digital y móvil ha incrementado la rapidez de las noticias de última hora, la difusión global de tendencias e ideas y la participación en eventos en tiempo real. La velocidad de la información provoca efectos llamativos en la reputación, las catástrofes naturales y crisis humanitarias, las campañas políticas y movimientos sociales. Pero la velocidad es también fuente de errores, ayuda a extender rumores y puede tener efectos negativos sobre la verificación de los hechos. No cabe duda de la relevancia de la velocidad, pero para evitar errores es necesario también subrayar la necesidad de pausa y precisión.

## ¿En busca de la comunidad pérdida?

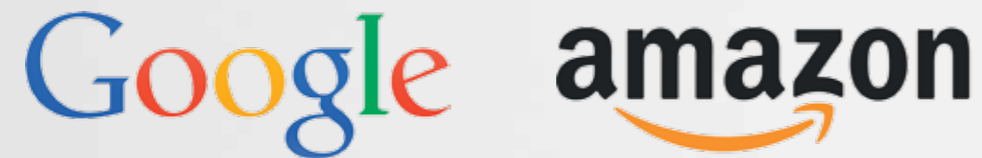
¿Qué ha sucedido con el Ágora griega? El Ágora era un lugar de reunión, pero también era un sitio donde había personas que sólo se preocupaban de entretenerse con las últimas noticias. El recuerdo del Ágora evoca la necesidad de no fijarnos sólo en el hecho de que estamos hablando sino también en el contenido y calidad de las conversaciones.

Ciertamente, en la red existe una conversación política (Papacharissi, 2002). Sin embargo, ¿cómo contribuye esa conversación a la creación de una comunidad política? ¿Serán los entornos digitales capaces de promover la ciudadanía? A menudo se comprueba que las conversaciones de la red distan bastante del verdadero diálogo. Activistas e influyentes con agendas específicas tienden a dominar el discurso público, mientras existen mayorías silenciosas que quedan al margen. El debate inteligente cae víctima de personas beligerantes que utilizan los medios digitales como altavoces.

El efecto de la revolución digital en la política ha sido significativo. La red ha movilizado las protestas, de Atenas a Madrid; de Egipto a *Occupy Wall Street*; de Brasil a Turquía. También parece ser un factor que contribuye al poder de los que no tienen poder, que ahora pueden hacerse presentes en la conversación pública, con efectos saludables (Enzensberger, 1970).



## El poder de los cuatro grandes



Existe también creciente preocupación por la concentración de poder que acumulan unos pocos gigantes de la red y sus efectos sobre la difusión de informaciones y conocimientos. Los llamados cuatro grandes (*Google, Amazon, Apple y Facebook*) dominan las conversaciones sobre tecnología y disponen de maquinarias de comunicación y relaciones públicas sofisticadas. Estas grandes empresas globales disponen de una cantidad de datos e información de los públicos que no tiene precedentes. Los públicos han intercambiado esa información a cambio de sus servicios, pero las audiencias no son siempre conscientes de la información que han cedido. El uso experto de la información hace que los comportamientos parezcan predecibles. Lo que muchos llaman Big Data y la capacidad de analizar amplias bases de datos permitirán a los cuatro grandes incrementar su poder sobre los públicos en los próximos años. ¿Harán buen uso de su poder?

Parisier (2012) ha explicado cómo cada persona obtiene de sus búsquedas diferentes resultados en función de variables tan fortuitas como el modo en que se sientan frente al ordenador. Las búsquedas dependen de otras búsquedas; tienden a evitar una visión orgánica y se basan en los anteriores comportamientos *online*. Estamos apenas comenzando a investigar estos efectos pero ya se vislumbra el riesgo de que en lugar de tener conocimientos comunes, el conocimiento se torne cada vez más individualizado, adaptado a nuestros intereses personales, al historial de búsqueda y de compra. Lo cual suscita más preguntas: ¿Cómo vamos a fomentar el bien común en esta sociedad de individuos? ¿Se verá afectado el sentido de comunidad? En un contexto así, parece que existe necesidad de fomentar los espacios comunes que facilitan el florecimiento de la sociedad. Ciertamente, la familia, la institución social más básica y esencial, es uno de esos espacios (Key, 1964).



**ESTAS GRANDES EMPRESAS GLOBALES DISPONEN DE UNA CANTIDAD DE DATOS E INFORMACIÓN DE LOS PÚBLICOS QUE NO TIENE PRECEDENTES.**

Discusión y conclusiones:  
La tercera revolución digital

Estamos siempre conectados al mundo a través de tablets, ordenadores personales y teléfonos inteligentes; con el correo electrónico, *Twitter, Facebook, Whatsapp* o *LinkedIn*. Existe la necesidad de estar en línea para estar cerca de amigos, familia y redes profesionales. De alguna manera, los jefes y colegas de trabajo nos observan y esperan respuestas; si un empleado queda desconectado su reputación profesional puede verse afectada.

Sin embargo, observamos también que la conexión incesante es fuente de nuevas ansiedades y contribuye a que los límites entre vida profesional y vida personal resulten más borrosos. Como consecuencia, hay personas que promueven formas de comunicación más lentas y promueven abiertamente la capacidad de desconexión. Se busca la creación espacios desconectados y tiempos para la amistad y el descanso. Asoma una cierta nostalgia de la desconexión que deviene tanto más valiosa en la medida en que parece imposible de alcanzar.

Se esperaba que las tecnologías hicieran nuestras relaciones de trabajo más fáciles y productivas. Pero, paradójicamente, quienes estén siempre conectados tienen dificultades para poner en marcha proyectos valiosos a largo plazo. Cuando nos convertimos en esclavos del flujo incesante de noticias, juegos y entretenimiento, vemos como nuestra productividad descende.

Es posible que necesitemos una comunicación más pausada, como propugnan los defensores de la *slow communication* (Honore, 2004). Sin embargo, el silencio

y la reflexión no son metas en sí mismos. Deben ser creadores, ayudarnos a incrementar la calidad de nuestro trabajo y el servicio que prestamos a los demás. En otras palabras, no basta cualquier silencio. Conviene buscar el silencio que nos haga mejores. Puede suceder que lo importante no sea tanto hablar poco, como hablar mejor.

La primera revolución digital llegó cuando se generalizó el uso de Internet. Años después, entramos en la etapa de la movilidad y el tiempo real, de la mano de tablets y smartphones y medios sociales como *Facebook* y *Twitter*. La tercera revolución digital puede ser la del silencio, la reflexión, la contemplación y la cercanía a los demás; la extensión de la tecnología para promover personas, familias y sociedad más humanas, que hagan buen uso de las posibilidades que ofrecerá la tecnología.

Las tecnologías de la comunicación son asombrosas. El modo en que sirven para acercar a las personas, fomentando empatía entre ellas suscita admiración. Pero existe una necesidad de orientación (Lipovetsky, 2008); se hace necesario encauzarlas. El potencial de las plataformas digitales y móviles para enriquecer personas, familias y sociedades, creando verdaderas comunidades parece indudable. ¿Pero conseguirán que nuestras vidas, familias y espacios públicos sean mejores? Tendremos que seguir pensando para lograr que los entornos digitales se conviertan en espacios cada día más humanos, fomentando un medio ambiente donde las personas puedan crecer respirando aire puro. **1**

Ver referencias bibliográficas en las página 94.

