

Nuevos mundos para la comunicación

En la versión número 34 de la revista se avizoran escenarios de interacción propios de la comunicación, pero visto desde otro contexto se entiende que a lo largo de la revista hay reflexiones que proponen nuevos caminos para recorrer la comunicación, es decir, viejos medios hacia nuevos consumos. Y qué mejor que recrear algunas líneas de McLuhan para darle inicio a este nuevo número.

Cuando McLuhan tituló con el aforismo "el medio es el mensaje" el primer capítulo de su libro más influyente, *Understanding Media: The Extensions of Man*, publicado por primera vez en 1964, probablemente nunca imaginó que estaría formulando las bases de una de las teorías de la comunicación más influyentes en la época actual o, si se quiere, del oxímoron más provocativo que ha trascendido a través del tiempo y el espacio.

El determinismo tecnológico se plasma como una de las teorías predictivas de McLuhan, que está delineando la vida social, cultural y política y, en general, las relaciones humanas en las sociedades modernas. "McLuhan nos propone que si solo entendemos al mensaje como contenido o información dejamos de lado la cualidad más importante de los medios de difusión de información, de comunicación masiva, el poder de intervenir el desarrollo y configuración de las relaciones y comportamientos sociales", dice Galindo Cáceres¹.

Los argumentos de Marshall McLuhan estuvieron orientados a visualizar realidades comunicacionales. Un ejemplo claro fue la argumentación acertada de la "aldea global", afirmó que "el medio es el mensaje", de manera contundente pudo explicitar los ambientes mediáticos. Junto a su argumentación, relató y argumentó la teoría de la invisibilidad-visibility de los medios, introdujo una interesante tétrada destinada a la comprensión de

¹ KrohlingKunsch, M., Alfonso, A. y Cruz Brittos, V. (Eds.). (2011). Marshall McLuhan 1911-2011: 100 años. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 8(14-15), 1-240.

los cambios culturales generados por los medios y las tecnologías, algunas de sus defensas epistemológicas se basaron en que las tecnologías y los medios admiten ser considerados prolongaciones de nuestro cuerpo y nuestros sentidos, que es posible distinguir entre medios "calientes" y "fríos" con base en la definición del medio y las posibilidades de participación de las audiencias.

Solo basta mirar la realidad para anticipar el mundo apocalíptico: Netflix cambió para siempre la forma de percibir cine y televisión; Spotify el entorno de la música; *Booking*, la forma de hacer turismo; WhatsApp la mensajería y el teléfono fijo; Twitter, la forma de hacer política y construir opinión pública; Uber, Tesla, Waze, YouTube, Amazon y, en general, todo el fenómeno de las redes sociales que determinan nuestras vidas en todo sentido.

Si bien tenemos la certeza de que hay elementos relevantes en los nuevos modelos de comunicación en la web, que nos permiten señalar la existencia de una nueva forma de interacción entre los seres humanos, también es cierto que todavía hay muchas incertidumbres en relación con si estamos asistiendo, dada la proliferación de medios en la web, a una nueva forma de manipulación o al retorno a una sociedad de masas y no de públicos².

El análisis de lo que sucede en la red, así como las relaciones que se dan entre las personas que están en ellas, implica un estudio multidisciplinar que permita comprender las características de estas relaciones. El análisis debe ayudar a descubrir nuevos patrones de comunicación, formales e informales, tradicionales o futuros, convergentes o emergentes.

En el caso de las organizaciones, sean estas públicas o privadas, grandes, medianas o pequeñas, es menester entender si los patrones de las relaciones o interacciones que se producen en la red ayudan a comprender o a explicar por qué los empleados desarrollan ciertas actitudes hacia los eventos de la organización o hacia los asuntos relacionados con el mundo del trabajo y que no generan, precisamente, la mayor productividad esperada por los propietarios de estas organizaciones.

Como nuestras investigaciones no son del tipo concluyente, y dado que nos identificamos con el hecho de que es mejor tener incertidumbres que certezas, vemos en estos nuevos modelos la plataforma de lanzamiento de un campo para la consolidación de medios sociales y de un gran tejido social, colaborativo, participativo, incluyente.

Las redes y, en general, las tecnologías de la información y de la comunicación, al aumentar su complejidad y las posibilidades de transmisión de información en todos los sentidos, obligan a plantear nuevos escenarios para la resolución de problemas y para las relaciones mismas entre los actores que incursionan en ellas. Esta es una nueva certeza

² La diferencia entre este tipo de sociedad es notoria y se evidencia en el solo hecho de señalar que los públicos no son sujetos pasivos ni manipulables. Para mayor información sobre este tópico se sugiere leer el texto de Luis Horacio Botero Montoya, titulado *Teoría de públicos: lo público y lo privado en la perspectiva de la comunicación*, publicado en agosto de 2007 por el Sello Editorial Universidad de Medellín.

en medio de las incertidumbres que, para apocalípticos e integrados, genera este incommensurable mundo de la web desde su versión 1.0 (transmisión de datos e información) hasta las versiones 2.0 (interacción y comunidades virtuales) y la 3.0 (soluciones completas y complejas al usuario).

Sin duda alguna, lo que va de la comunicación tradicional a la comunicación en la web no es otra cosa que ver en las redes, pero en las sociales, un centro de nuevas posibilidades para lograr mayor movilidad social y, por ende, mayor justicia redistributiva y equidad social. Al menos, por la utopía, vale la pena intentar una apuesta por comprender e identificar las tendencias en las interacciones comunicacionales humanas y sociales derivadas de las prácticas en la interacción virtual.

Mauricio Andrés Álvarez Moreno
Editor general