

Reflexiones sobre el artículo “Tecnología para comunidades y racionalización democrática” de Andrew Feenberg.

Seminario 27/06/2008

Resumen: Se discute si la estructura técnica de internet esta predispuesta en contra de la comunidad o su impacto es una cuestión de iniciativas de los usuarios y de la selección del diseño.

Feenberg aborda el análisis de las redes de ordenadores y nos muestra como éstas construyen en realidad “virtual”, un mundo social paralelo al mundo de la comunicación cara a cara, en el que las personas pueden reunirse en línea desafiando los obstáculos de tiempo y espacio; en el que la privacidad, el anonimato, la fiabilidad, la velocidad, y el atractivo visual son características posibles y deseadas por los usuarios.

El autor intenta mostrarnos el sentido político de Internet ,explicándonos que se han creado dos modelos distintos de éste mundo en línea:

- Modelo de consumo.
- Modelo de comunidad.

Como modelo de consumo, Internet puede considerarse como un centro comercial electrónico y global, en el que sus usuarios solo son consumidores que se abren camino a mercancías mirando, escuchando y clickeando. Este modelo es apoyado por el pensamiento y liderazgo capitalista mundial.

Por otro lado se encuentra el modelo de comunidad. Por comunidad entendemos la formación de asociaciones en línea de grupos de larga duración relativamente estables.

En los comienzos de la conexión de redes, la principal aplicación pública era la comunicación. Estas redes fueron pensadas para que los usuarios pudieran definir un mundo compartido en línea que permitiera encuentros, conferencias, equipos de trabajo, o simplemente un espacio para intercambio de información. Debido a esto las redes de ordenadores se convierten en un entorno dentro del cual se pueden formar comunidades y modos de vida con implicaciones éticas y políticas.

Los antiguos entusiastas creían que la posibilidad técnica de la interacción, aumentaría y mejoraría la calidad de vida, reavivaría el discurso público, y favorecería la igualdad de clases, razas y sexos, además de las formas participativas de interacción social.

Entendiendo esto, es claro que Internet es una herramienta social que genera nuevos conflictos entre visiones reñidas del futuro del ciberespacio, en la cual, para que se pueda establecer el modelo de *comunidades*, es necesario realizar una intervención política en una sociedad como la nuestra en la que la tecnología es la base de la vida social.

A medida que internet se convirtió en el medio dominante de la comunicación por ordenador, la antigua visión de la comunidad en línea se enfrentó a problemas.

Feenberg nos cuenta algunos de los problemas de la creación de comunidades en una red públicamente accesible. Una de la preocupación es que se puede hacer dispararecer fácilmente a una persona de una red de ordenadores cuando ya no se considere necesaria, y que además la comunicación se hace cada vez mas superficial debido a que la red contribuye a reducir las posibilidades de encontrar y comunicarse con personas cara a cara.

Otro problema fuerte que enfrentan las comunidades en la red, es la falta de la característica esencial de obligación común, debido a que muchos usuarios entienden la red como un mundo “suelto de amarras a la realidad”, en el cual la moralidad no importa ya que se encuentra fuera de los límites del mundo físico.

Curiosamente, muchas de estas características aparentemente negativas de la comunicación en línea son evaluadas positivamente por los teóricos postmodernos que ven en la internet un paradigma de las transformaciones sociales deseables. Una nueva cultura surgiendo de las prácticas de identidad múltiple.

Suposiciones deterministas

La estructura técnica de redes de ordenadores determinará en gran medida la naturaleza y la calidad de la comunicación que facilita.

Del determinismo a la acción

Hay que entender que Internet es una herramienta para la creación de comunidades, por lo que estas tecnologías son inherentemente políticas y adquieren implicaciones políticas mediante características contingentes del diseño, ejemplo: Web 2.0.