

V Congreso de Comunicación y realidad: las metamorfosis del espacio mediático.

Barcelona. Facultat de Comunicació Blanquerna

Universitat Ramon Llull .

22 y 23 de mayo de 2009

Conclusiones

1. Queda abierto el debate sobre el papel de Internet en los cambios sociales, pero parece claro que las nuevas tecnologías intervienen de manera decisiva en la metamorfosis social de este primer decenio de siglo. Esta metamorfosis es un proceso imparabile, abierto y sin que se sepa su destino.
2. En la etapa cultural que ya ha empezado, el usuario de las tecnologías de la comunicación, además de ser espectador, lector o crítico riguroso, también participa en la elaboración de los contenidos y en su distribución. Por eso hace falta constatar que estamos en un escenario de oportunidades de toda clase.
3. No hay una sola generación web. Las generaciones web están repartidas por todo el abanico de edades y culturas tradicionales.
4. Después de estos últimos años relativamente estáticos, la velocidad de los cambios tecnológicos crea, muy probablemente, unas mentalidades “digitalizadas”. La manera de pensar se va modificando de acuerdo con la lógica de las TIC. La identidad individual también se crea cada vez más en la Red. Internet se consolida como uno de los agentes socializadores clave.
5. Hoy por hoy, todas las generaciones convergen en la Red, pero esto no implica la aparición de una sociedad universal de diálogo. Las comunidades de internautas a veces acaban siendo comunidades autoreferenciales, cerradas. Paradójicamente, la máxima apertura comunicativa de Internet puede acabar dibujando un mapa mundial de agrupamientos cerrados, sin territorio físico, pero con espesas fronteras mentales.
6. En Internet, cada clic en el ratón deja constancia del número de identidad del ordenador del usuario. No hay anonimato. Pero, globalmente, los internautas viven en una ficción de perfecto anonimato, cosa que facilita la irresponsabilidad en las intervenciones y el olvido sistemático del hecho que en la Red todo es público.
7. El grado de intimidad de los individuos se ha visto alterado por las nuevas tecnologías. Las fronteras entre la vida pública y la privada se disuelven. Asimismo, estas tecnologías crean nuevos tipos de visibilidad.
8. Parece que ha llegado el final de la cultura de masas. Los públicos son cada vez más heterogéneos. Este hecho genera la necesidad de personalizar o *hipertargetizar* los mensajes. De los *mass media* hemos pasado a los *self media*. Este fenómeno exige un replanteamiento de las funciones de los profesionales de la comunicación.

9. Las iniciativas individuales y privadas se adaptan mucho más rápidamente a las nuevas realidades que las instituciones públicas y la estructura política. Que Obama esté presente en Facebook no implica que la manera de funcionar de la democracia cambie fácilmente.
10. Como las puertas de entrada y salida a Internet son, por definición, incontables y siempre en aumento, la censura desde fuera será imposible. La lógica horizontal de la Red hace difícil su control.
11. El alud incesante de entradas a Internet, con aportaciones culturales de toda clase: científicas, artísticas, literarias, informativas, etc. constituye un diluvio creativo irregular e inalcanzable.
12. En esta etapa de metamorfosis y de experimentación es difícil y más arriesgado que nunca formular una prospección. El futuro llega a una velocidad que probablemente llegará sin darnos cuenta. Por esto, tanto las descripciones de lo que pasa en el espacio mediático como las prospecciones no pueden ser taxativas.