

## COMUNICACIÓN INTERPERSONAL Y COMUNICACIÓN DE MASAS EN INTERNET. EMISOR Y RECEPTOR EN EL ENTORNO VIRTUAL

**Germán Llorca Abad**  
Universidad de Valencia  
german.llorca@uv.es

Siempre es bueno, antes de comenzar cualquier reflexión, empezar hablando acerca de los elementos que serán importantes en un posible debate posterior. En este caso, el título con el que iniciamos el presente trabajo propone unas claves perfectamente delimitadas, sobre las que debemos centrar nuestra inmediata atención. Asimismo, antes de seguir, creemos conveniente matizar que un estudio analítico pormenorizado requeriría de un tratamiento mucho más extenso. Antes bien, expondremos una reflexión más general: el paso de la civilización industrial, localizada, a la civilización de la comunicación, del conocimiento y de la inteligencia, que es una civilización mundializada, supone un violento choque. Este choque provoca modificaciones profundas en la gestión de los flujos y reservas de información, que se han convertido en gigantescos e inestables (Danzin, 1992). Dicho esto:

**¿Qué es la comunicación interpersonal?:** tomemos un punto de inicio y enumeremos las características que ésta tendría: La necesaria proximidad física entre los interlocutores, la interdependencia de ambas partes entendida como una secuencia próxima en el tiempo de acción-reacción, el grado de empatía existente y, por último, la interacción y la asunción del papel que cada interlocutor desempeña en la comunicación (Berlo, 1981: 81 y ss.). En otras palabras, en la comunicación interpersonal se asume el papel activo de los interlocutores, sin especificar a quien le corresponde la actividad. Asimismo, también se asume un escaso grado de intervención de mecanismos de

intermediación. A decir de Cuesta: “Percibir un objeto [o sujeto] implica captar un conjunto con sentido, una configuración de atributos físicos” (2000: 139). Esta afirmación refuerza la tesis de la necesaria proximidad o, al menos, un cierto grado de conocimiento del entorno físico del interlocutor con el que mantenemos la comunicación.

**¿Qué es la comunicación de masas?:** la existencia de una comunicación de masas requiere la existencia previa o simultánea de una sociedad de masas (Wolf, 2000). No vamos a detenernos en analizar las características de estas *masas* y vamos a adoptar una definición práctica de las características de la comunicación de masas, en función de las afirmaciones previas. El término “comunicación” adquirió su relación con los medios de comunicación de masas con la consolidación de éstos en el primer tercio del siglo XX (Williams, 2000: 75). Posteriormente, la comunicación de masas se caracterizaría por cierto grado pasividad de uno de los interlocutores, la existencia de un elevado grado de intermediación comunicativa y el escaso margen de reacción del sujeto receptor. Callejo (1995: 201) identifica, por ejemplo, el tiempo de consumo de la televisión a un *tiempo vacío*. Un tiempo que aleja al consumidor del medio de otras actividades en las que se requiere un mayor nivel de conciencia participativa.

**¿Cómo se trasladan ambos tipos de comunicación a Internet?:** Creo que todos estaremos de acuerdo en que Internet no es un medio de comunicación como los que estudiaba la *mass communication research*. Internet responde más a la definición de “espacio de comunicación” en el que convergen o pueden darse diferentes tipos de comunicación, entre ellas, sin lugar a dudas también, la comunicación de masas: pasiva, unívoca y centrada en el emisor. En este sentido, para imaginar Internet “necesitamos imaginar una combinación de biblioteca, galería, estudio de grabación, cine, cartelera,

sistema de correo, galería de compras, tabla horaria, banco, aula, boletín de club y periódico” (Graham, 1999: 33-34). Se trata de un entorno que ya no es nuevo, pero que permite formas de comunicación novedosas y sorprendentes. Es, asimismo, un entorno en el que la comunicación inmediata no tiene lugar. Partiendo de la base de que las comunidades con las que la gente se identifica son siempre comunidades imaginadas (Kroes, 2002: 265), Internet posee el poder paradójico de reunir en la distancia a los individuos, en torno a unos modelos de opinión y comportamiento (Virilio: 1999, 84). Por todo ello debemos afirmar que Internet lo que permite es el desarrollo de mecanismos de comunicación mucho más complejos, que no responden a los parámetros tradicionales del espacio y el tiempo. En otras palabras, los conceptos de comunicación interpersonal y comunicación de masas se transfiguran.

### **¿Qué papel desempeñan el emisor y el receptor en el entorno virtual?:**

posiblemente sean, de entre los elementos previos, los que más cambien. En este entorno adquieren unas características singulares. Por un lado, emisor y receptor se ubican en un mismo nivel: en teoría (sólo en teoría) ninguno tiene el control desde el que parte el discurso. Por otro lado, las relaciones en el intercambio comunicativo superan las definiciones de interpersonal y masivo. Vilches propone el siguiente razonamiento: “El concepto de interactividad afectiva ha dejado en la cuneta de la antigualla a todos los discursos sobre la pretendida actividad comunicativa suscitadas por la televisión o la radio tradicionales. De paso, los medios nuevos se apropian de los contenidos de los antiguos medios” (2001: 209). En este sentido, se darían relaciones que exceden de lo “interpersonal”, en la medida en que son más de una las personas que intervienen en el proceso comunicativo, sin llegar a ser éste masivo (después nos detendremos en el caso de las bitácoras o *weblogs*). Asimismo, los últimos desarrollos tecnológicos permiten que Internet sea tan interactivo como el teléfono. A este respecto, cabe destacar que las

posibilidades de interacción despliegan todo su potencial. “En la experiencia de comunicación interpersonal mediada por la tecnología digital, el hecho de compartir y construir el entorno social en que se desarrolla la interacción constituye un proceso comunicativo, donde el intercambio de mensajes se presenta en el marco de representaciones simbólicas elaboradas por los participantes en la interacción” (Kiss de Alejandro, 2002).

Si observamos todas las afirmaciones vertidas hasta este punto, nos daremos cuenta de que “desde el prisma de la situación actual a principios del siglo XXI, llama poderosamente la atención hasta qué punto el *boom* de Internet puede ir minando [el] discurso monológico [de la comunicación de masas]” (Méndez Rubio, 2004: 73). De un modo irremediable, nos encontramos inmersos y tomamos parte de vastos fenómenos de “formas de vida tecnológicas” (Lash, 2002: 201). Ésta es, posiblemente, una de las principales consecuencias que podríamos extraer de la reelaboración de los procesos de comunicación interpersonal y de masas. El nodo central de la discusión de esta reelaboración está conduciendo a la reconstrucción del paradigma de la comunicación. Éste, simultáneamente, entronca directamente con el debate democrático. Hoy, más que nunca, siguen existiendo serios interrogantes sobre el concepto y práctica democráticos.

Antes de seguir, no obstante, queremos establecer un paralelismo de este fenómeno con otro, el del cambio climático: éste ya no se discute, pero genera una gran controversia el debate acerca de las características que lo definen, así como la discusión que pretende apuntar las tendencias de futuro. Detengámonos ahora en algunos ejemplos de actualidad, cuya diferente naturaleza ilustran de un modo explícito nuestras afirmaciones:

- En primer lugar, un reciente estudio de la consultora especializada *Jupiter Research*<sup>1</sup> constata que en los Estados Unidos el número de adultos que prefiere Internet como principal fuente de noticias ha crecido hasta alrededor del 40% en los últimos años. También se constata una paulatina pérdida de poder de la televisión, ya que el 33% de los jóvenes entre 18 y 24 años prefiere Internet como fuente principal de noticias, frente al todavía consistente 40% que prefiere la televisión y el 10% que prefiere los periódicos. A pesar de la contundencia aparente de las cifras, el estudio también demuestra que los medios de comunicación de masas tradicionales (como *The New York Times* o la CNN) aumentan significativamente su difusión en Internet. En este sentido, sería juicioso matizar que una parte de los usuarios de la encuesta sólo habría cambiado el medio de consumo. Cabe recordar que los medios de comunicación tradicionales que se adaptan a la red pueden ser consumidos a la manera tradicional o explotando las ventajas de las tecnologías de la comunicación; esto es, explotando las posibilidades de la interacción. Asimismo, la tendencia, de momento, sólo sería válida para los Estados Unidos. ¿Además, en qué medida desaparece el mediador? (Díaz Noci y Meso Ayerdi, 1999: 117).
- En segundo lugar, el proceso de una digitalización positiva de la comunicación podría explicarse como la recuperación del poder del control social por parte de la ciudadanía. Los ejemplos que en este sentido podemos utilizar son de diversa naturaleza. Y los ejemplos de cómo las nuevas tecnologías pueden suponer un desafío de las deterioradas reglas del juego democrático y de las

---

<sup>1</sup> El estudio lleva la denominación genérica de: "Contenido online local: priorizar el contenido, los blogs y la comunidad" (<http://www.jupiterresearch.com/bin/item.pl/home>).

formas de comunicación tradicionales, también son de diverso tipo. En el campo del periodismo digital uno de los ejemplos que se está convirtiendo en paradigmático es el de la bitácora del periodista Arcadi Espada (<http://www.arcadi.espasa.com>). La página principal de su weblog recibe más de 1000 visitas diarias y se ha convertido en uno de los referentes de opinión en la actualidad. En este sentido, podemos también tomar buena nota de la creciente influencia de las bitácoras en el día a día comunicativo del ejemplo del *blogger* francés Christophe Grébert. Hace escasas semanas, Grébert fue noticia, ya que estuvo a punto de ser arrestado por la policía local de su localidad natal, Puteaux, en principio por haber criticado la acción del gobierno local desde su *blog* (<http://www.monputeaux.com>).

- En tercer lugar, podemos apuntar el imparable desarrollo de la e-administración y la e-ciudadanía (¿o deberíamos decir i-administración e i-ciudadanía?). La primera evidencia nos la proporcionan los números: el plan *Info XXI*, desarrollado en la anterior legislatura y aprobado en 2003 por el anterior gobierno del Estado, prevé la inversión de 3.000 millones de euros en el desarrollo de las TIC. Dentro del plan, “ESPAÑA.ES” contó con una inversión complementaria de 1030 millones de euros. La finalidad principal de *españa.es* ha sido el desarrollo de la capacidad de la propia administración para hacer frente a los retos tecnológicos. A estos planes de actuación se suman los planes locales de cada comunidad autónoma. En el caso de la Comunidad Valenciana, la inversión asciende a 250 millones de euros hasta 2010. El desarrollo de las políticas de gestión y regulación del entorno Internet asociadas a estos planes tienen

su repercusión directa en una mayor eficiencia administrativa<sup>2</sup> y sobre los modelos de comunicación interpersonal, en este caso, con la administración. Una relación que redunde en beneficio del concepto más profundo de ciudadanía y en la mejora de las posibilidades democráticas de participación en la gestión pública. En general, los principios que rigen las políticas gubernamentales en materia de TIC son potenciar la formación y hacer valer una cultura de equivalencia entre el mundo físico y el mundo virtual, integrando socialmente las tecnologías.

- En cuarto y último lugar, sólo citaremos el fenómeno de masas ocurrido el 13 de marzo de 2004, víspera de las elecciones generales<sup>3</sup>. Antes apuntábamos la cualidad de Internet como herramienta capaz de unir en la distancia. Ante las características insólitas de este fenómeno, debemos añadir la capacidad de Internet, en simbiosis con otra de las aplicaciones más extendidas de la tecnología, la telefonía móvil, de coordinar acciones conjuntas. A diferencia de otras acciones coordinadas del pasado (Seattle, Génova, Davos etc.), ésta se gestó y fraguó en un lapso de tiempo récord.

Llegados a este punto, espero que sean, todavía, más las preguntas que las respuestas. Cuesta afirma: “La sociedad utiliza modelos para promover, de forma consciente, bien organizada o de forma azarosa, la adquisición de pautas de comportamiento” (2000: 196). Con el propósito de suscitar un sano debate pregunto: ¿es posible que lo singular dentro de la masa (re)encuentre el camino para una comunicación estrictamente interpersonal, múltiple,

---

<sup>2</sup> Según datos del Ministerio de Administraciones Públicas, casi seis millones de certificados tributarios y de seguridad social en papel, que ciudadanos y empresas debían recabar y aportar para múltiples gestiones, han sido sustituidos por transmisiones internas de datos o certificados telemáticos (<http://www.map.es/>).

<sup>3</sup> El libro de Víctor Sampedro (2005) es pionero en el estudio del fenómeno, por lo que para la comprensión del fenómeno es consulta obligada.

participativa, cercana, activa, constructiva y plural? En otras palabras, una comunicación que se alejara de lo estrictamente imitativo/impositivo. A este respecto, considero que comenzamos a percibir ya el debilitamiento del papel central de la comunicación de masas.

No creo que haya lugar para las dudas: Internet permite acercar el contenido deseado y especializado al consumidor de la información, generando nuevos tipos de comunicación interpersonal y redefiniendo la comunicación de masas, en la medida en la que la hemos descrito. Internet facilita el acceso a la información: “En la historia de la humanidad todos los movimientos de liberación se han caracterizado por la ruptura de los códigos secretos que garantizaban la dominación de las elites que los poseían sobre el resto de la comunidad” (Cebrián, 1998: 58-59). Así pues, Internet parece que puede allanarle el camino al debate del entendimiento. Al subvertir las fronteras nacionales, ha puesto más en entredicho el poder del Estado y permite la reorganización de las comunidades humanas en conformidad con los deseos individuales (Graham, 2001: 46). Las comunidades nacionales son lineales y continuas. Las formas tecnológicas de vida e interacción configuran un mosaico (Lash, 2002: 20-21).

Ahora bien, y ya como conclusión final, todavía no está resuelto el problema de cómo fomentar la participación ni de si ésta aumenta por el “simple” hecho de disponer de más canales de participación. La actual situación dibuja un horizonte con diversas perspectivas. Por un lado, la conciencia crítica, requisito para la comunicación plena, no despierta sin más con una conexión de banda ancha. Por otro, como afirma Vilches: “La interactividad, bajo forma de participación cultural, podría llegar a producir un distanciamiento crítico en el espacio y tiempo de la transmisión” (2001: 226). En todo caso, las relaciones entre el entramado político y el económico son más sutiles pero

más complejas que en el liberalismo decimonónico (Alcaraz Ramos, 1994: 227). Cómo despertar en el consumidor de medios/espacios de comunicación una actitud activa y participativa es, en todo caso, todavía una pregunta sin respuesta.

## **Bibliografía**

- ALCARAZ RAMOS, Manuel (1994). *Información y poder*. Valencia: Generalitat Valenciana.
- BERLO, David (1988). *El proceso de la Comunicación*. México: El Ateneo.
- CALLEJO, Javier (1995). *La audiencia activa*. Madrid: Siglo XXI.
- CEBRIÁN, Juan Luís (1998). *La red*. Madrid: Taurus.
- CUESTA, Ubaldo (2000). *Psicología social de la comunicación*. Madrid: Cátedra.
- DANZIN, A. y el Grupo de reflexión estratégica para la Comisión de las Comunidades Europeas (1992). "Hacia una infraestructura lingüística europea". *D.G. XIII.*, del 31 de Marzo.
- DÍAZ NOCI, Javier y MESO AYERDI, Koldo (1999). *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- GRAHAM, Gordon (2001). *Internet. Una indagación filosófica*. Madrid: Cátedra.
- KISS DE ALEJANDRO, Diana (2002). "Los procesos de la comunicación interpersonal en Internet". <http://www.sociedaddelainformacionycibercultura.org.mx/%20congreso2002/DianaKiss.doc>.
- KROES, Rob (2002). *Ciudadanía y globalización. Europa frente a Norteamérica*. Madrid: Cátedra.
- LASH, Scott (2002). *Critique of information*. Londres: Sage.
- MÉNDEZ RUBIO, Antonio (2004). *Perspectivas sobre comunicación y sociedad*. Valencia: Universitat de València.
- SAMPEDRO, Víctor Fco. (ed.) (2005). *13-M. Multitudes On Line*. Madrid: Libros de la Catarata.
- VILCHES, Lorenzo (2001). *La migración digital*. Barcelona: Gedisa.
- VIRILIO, Paul (1999). *La Máquina de Visión*. Madrid: Cátedra.
- WILLIAMS, Raymond (2000). *Palabras clave: un vocabulario de la cultura y la sociedad*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- WOLF, Mauro (2000). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.

