



Un Click para un pulgar hacia arriba

Camilo Sánchez Ramos

“El término masas o las masas hace referencia a un sujeto colectivo en ciertas manifestaciones del comportamiento social, especialmente para describir formas de comportamiento gregario, frente al de tipo individual.”



Un individuo se acerca al monitor de su casa, después de un día largo de trabajo y tras una pausa viendo la actualidad de las personas con las cuales comparte un grupo en una red social cualquiera, decide detenerse en una imagen que le llama la atención. Ya antes le habían avisado de esa imagen mediante una recomendación a su teléfono celular con un mensaje algo impersonal pero efectivo. Decide ampliarla para verla mejor y dedicarle así unos segundos de reflexión ya que un número importante de participantes la ha visto, la han comentado y le han dado su visto bueno con el ícono del pulgar hacia arriba. Al individuo no le parece tan buena pero le recuerda algo y prefiere seguir adelante con su panorama social. Antes de abandonar la página web, duda un poco, hace “click” y continúa. De todas maneras no le afecta en nada. Un número más a logaritmos que no lo representan a él en ninguna situación.

Las acciones de un individuo como el que se describió anteriormente, que de paso puede ser cualquier individuo que medianamente accede a condiciones tecnológicas y que las afronta ya como un bien adquisitorio o como medio de comunicación/entretenimiento, no pueden ser desligadas a las acciones generadas por un grupo homogéneo de personas que comparten un mismo entorno, ya sea tecnológico-virtual o una comunidad específica física.



34 William J. Buxton en su artículo “*From Park to Cressey: Chicago Sociology’s Engagement with Media and Mass Culture.*”¹ ha mostrado que desde los años 30 ha sido impensable analizar los factores por los cuales las masas se mueven y reaccionan sin que el individuo, el algoritmo que se conecta a la red por voluntad propia, se vea afectado y reaccione de alguna manera. Comunidad e individuo son piezas que de una u otra forma ligan un tácito acuerdo entre la apropiación de los elemen-

tos para poder ser incluido por un lado y sumado por el otro para engrosar sus filas. Ya es por parte nuestra la de tratar de analizar los factores de identificación del individuo frente a la nueva comunidad y la conciencia de la representación de su rol dentro de la misma.

Ya sea comunidad nacional, comunidad ciudadana, comunidad familiar o red social, la comunidad a la que ha decidido pertenecer este individuo tiene y ofrece lo necesario para que pueda sentirse cómodo, incluido y de alguna forma escuchado. El individuo se refleja y se compenetra en la masa. El individuo ejerce su voz y voto con botones de “Me gusta”. (;click!). Aunque la evidencia de su voz pueda ser interpretada como reacción o sugestión de lo que sucede dentro de su comunidad, no como voz propia.

Es aquí en donde lo interesante del caso es saber cuál es en definitiva la cualidad del individuo para que la uniformidad del pensamiento no dependa de los criterios de selección de la masa. La masa homogeniza y transforma pensamientos, a la vez que incluye y protege los intereses colectivos de sus individuos. El riesgo que corren los individuos en el proceso de inclusión en la masa es no saber cuáles son los límites en la delgada línea de dónde se incluye él mismo a la comunidad y en donde se define su personalidad individual.

La homogenización, como resultado de la mixtura de diferentes lenguajes, formas, culturas, razas, gustos o admiración hacia otra cultura, se ha incrementado con el vertiginoso recorrido de esta nueva forma de revolución digital. Una revolución que se ha transformado y transforma procesos políticos y económicos con el fin de acomodarse ante la realidad de un mundo cada vez más poblado y en una lucha incesante en sobrevivir con fuerza ante países económicamente y culturalmente poderosos. Nuevas formas de entenderse, nuevas maneras de atraer a potenciales jugadores que son altamente medibles en cuestiones estadísticas y que si son cuidadosamente incentivados pueden girar a favor en un momento decisivo, así sea una acción minúscula o en una acción poderosa que transformará al mundo en cuestión de segundos. No hay que perder el enfoque de las fuerzas económicas y políticas que miden y prueban una homogenización cultural, hibridando y planteando modelos de consumo.

Esta nueva revolución tiene su nicho en la transformación de las masas tradicionales a las comunidades virtuales. Aproximaciones hacia una hegemonía cultural mediante el acceso a los Nuevos Medios. Es increíble cómo las representaciones y formalismos participantes del individuo mediante la apropiación



de los medios han sido la base del éxito de las comunidades virtuales. Pequeñas acciones que facilitan al individuo ser partícipe de la comunidad y quién espera la reacción correspondiente a la osadía que genera su intervención. Ya no es un ciudadano pasivo quien recibe y luego opina, sino un ser que es capaz de generar por sí mismo el discurso para ser observado y comentado.

El estudio de las Masas, como factor decisivo en las transformaciones de las políticas del estado y como eje de transformaciones socia-



les, va a depender en la actualidad de las inminentes fuerzas que tomaron los Medios de Comunicación y la aproximación al individuo, facilitándole los medios para poder ser él mismo quien produzca y consuma sus propios mensajes. Andy Warhol predecía 15 minutos de fama para todos, pero ahora tenemos reacciones a las acciones por medio de elementos estadísticos que aseguran que los breves instantes de fama, incluso menos de 15 minutos, sean un éxito en la redes. De la calidad no depende el éxito. Es de la rapidez y el impacto que reciben.

En este punto surgen inquietudes acerca de la permanencia o estorbo de los elementos culturales en la identificación de las acciones de las piezas realizadas por los debutantes en las nuevas Comunidades Virtuales. Si aún tenemos problemas como país latinoamericano en encontrar una auténtica identidad nacional, dependiente siempre de elementos culturales foráneos, esta homogenización hará que las acciones y piezas que se generen a través de los nuevos medios para las nuevas comunidades, se parezcan cada vez más entre sí y se descuide el resolver la necesidad de generar el discurso desde el individuo hacia su identidad. Las mismas herramientas de los participantes de la Comunidad Virtual son comunes a todos y no poseerlas es no acceder a las condiciones mínimas para el juego. Así que no es de asombrarse que los mismos gestos culturales sean parecidos entre sí a la hora de dar una hojeada rápida.

El entorno cambiante desde las aproximaciones de los estudios en los años 30, en donde el estudio del

comportamiento de los individuos y su participación en la masa, hasta nuestros días enmarcan la necesidad de ver a la masa y al individuo en un incesante ir y venir en donde la adaptación es de parte y parte en un juego de cada día. El individuo por un lado debe adaptarse a las tendencias y a los lenguajes de la masa y la masa, en sentido recíproco, prueba y trasforma su composición para darle alternativas al individuo para que reaccione de alguna manera.

De estas reacciones la masa cambia, muta, se moldea para hacer sentir al individuo que es parte activa de la realidad, que su comportamiento es fruto de un mundo contemporáneo y que ahora es un nuevo ciudadano, que atado al ciberespacio, represente una nueva idea del futuro.

Ahora nuestro individuo bosteza, se despereza y decide apagar su computador. Acaba de consignar en la red una imagen que espera mañana tenga buenos logaritmos para que sea reconocido por un breve momento y así seguir probando hasta que su momento de gloria llegue, a sabiendas claro, que él mismo ha dado un “click” en su mismo ícono del pulgar hacia arriba.

1. Parks, David: “From Park to Cressey: Chicago Sociology’s Engagement with Media and Mass Culture.”
en *Media Research and Its Histories: New Perspectives on the Contested Memory of the Field*.

David Parks and Jefferson Pooley, New York: Peter Lang, 2008

