

Internet es un conjunto de redes de comunicación interconectadas con una función muy similar a la de cualquier medio de comunicación. Si damos un rápido vistazo a la historia de los medios de comunicación, podremos entender mejor su funcionamiento, con la finalidad de utilizarlo según nuestros objetivos.

El proceso de comunicación es el mismo desde el principio de la humanidad: hay un emisor, un receptor, un mensaje, un canal comunicativo, un código de lenguaje y un contexto. En el principio de todo, un hombre gritó, otros lo escucharon e interpretaron el mensaje, algunos acudieron al llamado y otros no prestaron atención.

En la era de los medios masivos de comunicación el presentador daba un mensaje por medio de texto, audio, imágenes fijas o en movimiento, el cual se codificaba en ondas para ser lanzado al espacio, a través de una antena o cable, para luego recibirse en un decodificador, que reproducía la información emitida.

En la actualidad, una computadora permite abstraer la realidad (palabras, audio, imágenes e inclusive ideas complicadas, como las emociones) para transformarla en información. Al conectarnos a internet nuestro dispositivo se conecta con otro similar y sucede un intercambio de datos. Las acciones que realizan estas

dos computadoras son programadas por los humanos o por otras máquinas. Por ejemplo, las transacciones de la Bolsa de Valores son emitidas por Reuters para ser leídas por otra computadora con el algoritmo de Goldman Sachs, que descifra la información y emite la posición de compra o venta de ciertas acciones, mientras que otra computadora la interpreta. Así funciona la Bolsa, en milésimas de segundos. En términos más sencillos, al mandar un correo de texto, éste se transformará en código y llegará a otra computadora que lo interpretará para ser leído por otra persona.

A pesar de la complejidad, los principios de la comunicación son los mismos en su esencia; sin embargo, cada uno de ellos cambia constantemente. Algunos de los paradigmas que están en transformación son los siguientes:

Consumidores a prosumidores

El primer gran cambio que ocurrió con internet fue previsto por el futurólogo Alvin Toffler, en 1980, al crear la denominación *consumidor proactivo*, que hacía referencia a que las personas dejaríamos de ser sólo consumidores para convertirnos en *prosumidores*, es decir, ya no seríamos únicamente consumidores, también crearíamos bienes para el mercado. Y con estas palabras nació el término.

La web hizo factible crear y compartir contenidos, cualquier persona puede construir medios de comunicación como los blogs y competir con las grandes empresas de comunicación. Ejemplo de eso son algunos portales de política de Estados Unidos que, aunque no pertenecen a una gran empresa de medios, cuentan con mayor credibilidad que muchos medios de comunicación.

Pero los blogs sólo fueron el inicio, con la sección de comentarios del blog y los chats nació la posibilidad de la comunicación en dos vías. Entonces las personas empezaron a comunicarse y relacionarse por intereses comunes. Poco a poco se fragmentó esta comunicación y nacieron los foros y el intercambio *Peer2Peer* (P2P) o *Consumer2Consumer* (C2C).

Éste fue un cambio muy significativo para algunas industrias, como la disquera. En Napster las personas pudieron compartir sus archivos de música en la red, agruparse, crear foros y organizarse, con estos principios nacieron las redes sociales que conocemos hoy en día y los negocios *Consumer2Consumer* (C2C), como Airbnb, donde las personas rentan sus habitaciones, o como Ebay, donde unos venden a otros sus productos.

Medios de comunicación a redes sociales

Las personas, cuando interactúan entre sí y se unen para realizar cualquier tarea forman una red social. En los inicios de internet la vinculación se facilitó con el nacimiento de las redes sociales; de hecho, algunos aseguran que fue a partir de Six Degrees y otros hablan de Geocities.

Esto fue una evolución de la capacidad de prosumir contenidos, pues las personas pudieron informarse y dialogar con otras personas a través de los medios sociales sin los canales tradicionales de comunicación, por lo que la comunicación dejó de ser unidireccional para convertirse en bidireccional, es decir, pasó de ser sólo informativa a una conversación.

Emisores a conversadores

El poder de prosumir contenidos y poseer medios sociales multiplicó la posibilidad de conversar, ya que ahora es posible responder un mensaje de cualquier tipo en todo momento. En la era de los medios de comunicación esto era impensable, si el locutor de noticias decía una mentira, nadie podía desmentirlo, en cambio, ahora puede ser refutado en tiempo real, y no sólo eso, sino que puede iniciarse un debate entre usuarios para unirse a un fin común.

De medios de las empresas a medios de las personas

Todo a nuestro alrededor evidencia que lo más importante es el receptor. Anteriormente las empresas, las marcas y los medios de

