



PARTICIPACIÓN Y CONTRIBUCIÓN A TRAVÉS DE UN DISEÑO ÉTICO: PLATAFORMA SECOND LIFE

Participation and contribution through an ethical design: Second Life platform

Autor: SERRA NAVARRO, David

Profesor Colaborador – Universitat de Girona – España - david.serranavarro@udg.edu

Resumen

En el complejo proceso de globalización, las nuevas tecnologías son una pieza clave de las transformaciones sociales y los nuevos retos que la escena política tiene que afrontar. En este contexto abrimos una serie de reflexiones en torno al medio en que circula la información, y cómo éste determina una lógica en la comunicación del usuario. Poniendo en paralelo el mundo virtual Second Life y los servicios de redes sociales, se pretende establecer un marco de discusión sobre las posibilidades del espacio-red, sus mecanismos de participación democrática y la importancia del diseño ético de las plataformas en que se efectúan los distintos modos de comunicación.

Palabras clave

Espacio público; mundo virtual; democracia digital; ética digital; participación en línea; comunicación interactiva; consumo cultural

Abstract

New technologies are a key part of social transformations and brings new challenges to the political scene. In this context, in a complex process of globalization, we open a set of reflections on the medium in which information circulates, and how it determines a certain logic in the user's communication. Paralleling, through Second Life virtual world and social networking services, aims to establish a framework for discussing the possibilities of space-network, its mechanisms of democratic engagement and the importance of ethical design of the different network platforms, showing us their communication modes.

Key words

Public space; virtual world, digital democracy; digital ethics; online engagement; interactive communication; cultural consumption

1. Introducción: conectividad popular – servicios corporativos

Los servicios sociales de la llamada web 2.0 se han convertido en herramientas comunicacionales que día a día nos muestran el desarrollo de nuevas relaciones entre lo social y lo político. La globalización, nutrida por las nuevas tecnologías, modifica los espacios de construcción de las identidades, desatándose nuevas negociaciones simbólicas entre la ciudadanía digital y

el propio Estado. Un estado virtual que denota “a government in which information and communication flow increasingly over the web rather than through bureaucratic and other formal channels” (Fountain, 2001: 98). En este escenario intersticial sus actores sociales se organizan mediante prácticas participativas, y reconfiguran un nuevo orden crítico delante las

estructuras de poder de la esfera pública. Una “lucha política” de resistencia social organizada para desafiar los sistemas dominantes (Leitner et al. 2008: 157). La caracterización de esta realidad y sus dinámicas comunicativas se ilustran bajo factores como los bienes simbólicos, el componente mediático de la política, la fluidez y desterritorialidad del medio, el consumo simbólico, y el uso del espacio para devenir actor frente otros actores (Hopenhayn, 2001: 69-70). A partir de este contexto abordar la compleja noción de democracia digital nos supone delimitar el marco interactivo en que se producen estos movimientos, los cuales se ven condicionados por sus sinergias y el diseño del servicio en que circulan.

Las estrategias de la “acción 2.0” se vinculan frecuentemente a una plataforma corporativa, cuyo usuario aceptará sus condiciones contractuales, y que utilizará como herramienta social; un sistema que también estará en las manos de los mismos políticos, dando visibilidad tanto a unos y a otros en un conjunto de fuerzas interconectadas y mediadas por un servicio social de uso cotidiano. En líneas generales podemos intuir como estos social networks services representan un arma de doble filo, en su poder de convocatoria y en su capacidad de seducción hacia los usuarios; paradójicamente se nos muestran una serie de desajustes entre la ciudadanía en red y la democracia que esta vive, mientras el discurso político se adapta y se infiltra en los nuevos formatos-datos en un habilidoso ejercicio de marketing. La “sociedad red” (Castells, 2001) refleja la imagen política de forma inmediata, segmentando las opiniones, clasificando, dialogando y en esencia gestionando un enorme volumen de información en tiempo real que acerca al usuario hacia una verdad consensuada. Un ejemplo de como el sujeto conectado amplifica su voz en este debate político y participativo, queda plasmado en la naturaleza pública del servicio de microblogging Twitter. Tweet (mensaje), hashtags (etiquetas) o followers (seguidores) son algunos de los términos que nos definen el diseño de gestión y propagación informativa de dicha aplicación, datos fluctuantes en tiempo real. De esta misma manera, nos encontramos que: “La colaboración entre periodistas en distintos medios, aunque sean competencia directa y pertenezcan a grupos mediáticos distintos, es hoy una práctica común sobre todo en determinadas áreas de información, entre las que destaca la política” (Bustos, 2012: 3). En paralelo, también se

nos presenta la noción smart mobs (Rheingold, 2002), movilizaciones de tono sociopolítico que estos usuarios, generalmente desde sus teléfonos móviles, encadenan sincronizadamente gracias a estos mecanismos de comunicación instantánea. Como nos apunta Manuel Castells, “cuanto más rápido e interactivo sea el proceso de comunicación, más probable es que se forme un proceso de acción colectiva” (Castells, 2012: 32). La cuestión es que más allá de la comunicación virtual, sus acciones tienen una manifestación real¹, de lo global a lo local. Precisamente, en esta esfera que abraza tanto lo virtual como lo real, es donde tenemos que preguntarnos como se perfilan estos procesos de democratización que nos describen una transición digital (Gonzalez-Quijano, 2011), y un océano de acciones políticas colectivas e identidades políticas, “lo que convierte su interpretación en un verdadero reto para la teoría política y para la geografía” (Sequera y Janoschka, 2012: 516).

No es nuestra intención enumerar y clasificar los diferentes servicios que son utilizados en estas prácticas sociales, sino fijarnos en el diseño del espacio en que se producen. Es decir, comprender las políticas de ciudadanía en relación al diseño de la herramienta de negociación y el grado de libertad-usuario que lleva implícito.

De esta manera, con la voluntad de abrir un planteamiento alternativo en torno al binomio política y nuevas tecnologías, centraremos nuestro interés sobre los procesos colaborativos de un laboratorio social en línea, el mundo virtual de Second Life². Una aproximación a diferentes aspectos de su diseño ético y cultural que nos sirvan de espejo de una compleja realidad-red. La principal razón de este enfoque es obtener una información complementaria que pueda ayudarnos a intuir un modelo sociocultural que nos acerque a la noción de democracia digital a través de la

¹ Recordemos por ejemplo la importancia que tuvieron las redes sociales en la campaña electoral de Obama (2008), la revolución iraní (2009) en que se denunció popularmente el fraude electoral de Mahmoud Ahmadineyad, o la llamada “primavera árabe” que comenzó en Túnez (2010) y que posteriormente se extendió en Siria, Yemen, Egipto o en el mismo emirato de Bahrein.

² Véase portal de acceso de la aplicación en: <http://secondlife.com> [en línea] [ref. de 6 de septiembre 2010]

introducción de valores en el código de sus herramientas. Este universo paralelo constituye un escenario social en el que su propio desarrollo y existencia está definido por el intercambio de intereses entre políticas de la corporación Linden Lab y sus usuarios. En consonancia con lo expuesto, sus acciones no forman parte únicamente del entorno virtual ya que también están presentes, en un estado híbrido, dentro de la esfera de los servicios de redes sociales y de la misma realidad.

1.1. Plataforma Second Life

Second Life es una iniciativa de Philip Rosedale que se mostró abierta al público en el año 2003. Básicamente su idea era crear un mundo virtual en línea, una alternativa a la realidad, en la que sus residentes pudieran tener una vida paralela sin las limitaciones de lo físico. La breve e intensa historia de este metaverso³ nos es significativa, ya que en su primer año de vida fue cuando se constituyeron la bases políticas de su funcionamiento, el diseño de las directrices que configurarían el conjunto de sus islas virtuales (estructura Estados-nación). De forma sintetizada la política de Second Life responde a la lógica de una empresa (Estado) que obtiene sus beneficios de la venta de terreno virtual, abriendo la posibilidad al propietario de crear libremente sobre él y comercializar su producción, obteniendo beneficios en moneda virtual que posteriormente es canjeada en divisas reales⁴. Otro factor determinante de sus sinergias comunicacionales es que cada usuario, propietario o no, tiene el control de la propiedad intelectual de sus creaciones; amparándose en las licencias Creative Commons, sus contribuciones se suman a una estrategia meritocrática del medio. Estos datos nos conducen a comparar inevitablemente modelos de negocio como Facebook o Google respecto a Second Life. Mientras unos apuestan por la cantidad de usuarios, obteniendo sus

ingresos mediante publicidad y la apropiación de contenidos, el otro sitúa al sujeto virtual en una posición de recompensa, también económica, por sus creaciones y contenidos. Partiendo de este boceto, el debate que se quiere abrir es el siguiente: ¿Podemos hablar de democracia digital sin tener en cuenta la meritocracia del individuo? ¿La ética del medio influye en la construcción de verdades? ¿Se pueden “incrustar” valores éticos en formato código?

Los argumentos de Jaron Lanier (2010), también asesor de Second Life, suponen una dura crítica a los modelos de negocio que monopolizan los servicios 2.0; su principal enfoque es que los grandes portales convierten nuestras vidas en puro negocio, que nuestra personalidad se ven reducidas, la verdad se difumina y que estamos asistiendo a un proceso de degradación cultural en masa. La visión totalitaria e inhumana de la web 2.0 parece contrastar con los movimientos contrapolíticos y subversivos que se extienden en diferentes puntos del planeta. Pertener a una comunidad, en un entorno social media, tiende a percibirse como un fenómeno social y no comercial; no obstante, este hecho no es suficiente para defender la tesis del mito digital como nos corroboran autores afines a Lanier como Trebor Scholz (2008) o Søren Petersen (2008). Sus posiciones cuestionan de nuevo la libertad del usuario delante sus aportaciones no remuneradas, dejando en suspense controlado unos procesos de transformación en que se involucran interacción social, mercado y política. Los medios representan ágoras sociales, pero su instrumentalización política y corporativa tienen un impacto directo sobre la sociedad. Por lo tanto, la credibilidad de las fuentes, la influencia masiva de estos medios y su progresiva concentración de poder nos inducen a pensar que la política no puede quedarse al margen, y menos bajos unas normas impuestas de dudosa ética. Las reglas del juego están cambiando, en ambos lados, entre la acción colectiva y el orden político; sin embargo, esto no quiere decir que a mayor cantidad de tráfico de información se le pueda otorgar un valor positivo en cuanto a participación política. Lo tecnológico sin sus correspondientes medidas sociales educativas nos retrae hacia una ambivalencia entre la popularidad y la desigualdad. No se trata de tecnofobia, sino de un posicionamiento crítico sobre la exaltación de las nuevas tecnologías (Lance Bennett, 2003).

³ El término metaverso se identifica con la idea de universo paralelo, y proviene de la novela *Snow Crash* de Neal Stephenson (1992); también se utiliza habitualmente para describir la visión del trabajo en espacios 3D totalmente inmersivos.

⁴ Véase portal de cambio de divisa. [*en línea*] [ref. de 11 de julio 2011] Disponible en: <http://www.xchange4ls.com/>

La creación colectiva y el conocimiento libre⁵, al igual que la noción de ciberdemocracia, nos intentan acercar a la idea de libertad del usuario, pero en cambio pocas veces se discute sobre el modo en que transcurre esta acción. No sólo estamos hablando de nuevas formas de periodismo descentralizado, sino también de cómo dar acogida a la interculturalidad que se repliega en el medio; la globalización tiende a fundir identidades, y con ella los valores socioculturales de éstas. Por esta razón volvemos a Second Life como referente ilustrativo de la influencia del medio y su diseño ético en los nuevos formatos de producción y consumo en red, no ausentes de sus connotaciones políticas y éticas.

⁵ El conocimiento libre suele relacionarse con la filosofía de Richard Stallman, que desde una vertiente tecnológica y educativa, promueve el *software* libre como elemento determinante en la construcción de una sociedad libre; defendiendo un marco de propicio para un desarrollo social basado en la solidaridad, cooperación e intercambio.

2. Second Life a modo de espejo: consumo de experiencias y significado

Salvando las distancias, Second Life nos relata un escenario singular en el que podemos visualizar una estrategia de participación y de comunicación, así como interpretar la acción directa de la influencia “2.0” sobre sus usuarios. Como ya hemos señalado anteriormente, Second Life basa su economía en la venta de terrenos virtuales, pero también en la compra y venta de objetos virtuales; éstos últimos adquieren múltiples formas y funciones, tales como prótesis para avatares, utensilios de decoración, códigos replicadores o incluso mascotas virtuales. En definitiva son objetos creados por y para los habitantes de este mundo, y su primera finalidad consiste en satisfacer las necesidades del mercado in-world⁶. Otro punto de vista más profundo de esta realidad inmaterial y en tiempo real, es que cada objeto es un nodo relacional de comunicación, con su valor de significación y monetario. El objeto encarna el espectro simbólico, pero a su vez nos retorna la concepción del trabajo individual como mercancía de intercambio. Si tal producción deviene una producción cultural, aún siendo en un entorno liminal, estamos vislumbrando un tráfico de experiencias que solamente se completará con la presencia del otro, su comprador. Second Life va más allá de lo estrictamente virtual, en sus negociaciones hay dinero real que circulará en función de un mercado que consume para poder formar una identidad a medio camino entre lo virtual (global) y lo real (local). Pese a la complejidad de estas relaciones expuestas, sí que podemos entender que el sistema de retroalimentación económica del medio contribuye a expandir nuevos lenguajes mediante el objeto convertido en materia cultural. No obstante, si la filosofía de la plataforma Second Life tenía como eje la experiencia del usuario en la inmersión exploratoria del medio 3D, en estos últimos años la influencia 2.0 también está modificando su naturaleza. Se ha pasado de la experiencia-deriva a la experiencia a la carta. En otras palabras, el “acecho” del SEO (search engine optimization) en su portal externo de venta de

⁶ In-world es un término, utilizado generalmente en el argot de los residentes virtuales, para designar que la acción está ocurriendo en línea, dentro del mundo virtual de forma actualizada.

productos, marketplace⁷, ha dislocado la forma de actuar de sus residentes, reduciendo experiencia, monopolizando los simuladores de entidades comerciales, desertizando las pequeñas iniciativas culturales y previsiblemente aumentando notablemente los beneficios para Linden Lab. De la misma manera que Google indexa los contenidos con sus algoritmos inteligentes, las noticias se construyen en torno a palabras clave, y el periodista, o político, piensa en formato algoritmo para salir en la primera posición. ¿Dónde está la experiencia de búsqueda más allá del trending topic? ¿Queremos una Internet que desacelere su velocidad? Otra vez el diseño del medio define la progresión de sus contenidos, pero siendo muy conscientes que no estamos ante una estructura aislada en la red, sino que formamos parte de un mundo compuesto de experiencias y narrativas transmedia: «Historias que se desarrollan en múltiples plataformas de media, cada una de ellas contribuyendo de forma distinta para nuestra comprensión del universo» (Jenkins, 2008: 384). ¿El ciudadano está inmerso en una «democracia líquida» (Lipovetsky, 2005)⁸?

Si el objetivo es la transparencia, el diálogo mediatizado por algoritmos quizás no sea la forma más justa para dar cabida a una opinión plural, independientemente de la capacidad organizativa de sus miembros. En Second Life cada individuo elabora una estrategia individual que le conduzca a la formación de una subjetividad virtual, un proceso similar al que se enfrenta la “identidad política” en sus

⁷ El portal <<https://marketplace.secondlife.com/>> es la tienda virtual de *Second Life*. Emulando servicios como el popular *Ebay*, los usuarios no tienen la necesidad de sumergirse en el metaverso para conocer sus “objetos-contenidos”, ya que aparecen indexados según palabras clave de su creador. [en línea] [ref. de 9 de octubre 2011]

⁸ No es interesante establecer un vínculo conceptual con las nociones de “hiperindividualidad” y “cultura consumo” introducidas por Gilles Lipovetsky para comprender qué motiva el intercambio “cultura-producto” en *Second Life*. En la misma tónica, Zygmunt Bauman (2008) y las nuevas formas “líquidas” de estructuras sociales nos describen una visión del espacio social en el que podemos explicar la deriva del metaverso.

prácticas discursivas entre identificación y subjetivización (Hall, 1996). La comunicación se ve subordinada al espacio en que fluctúa, dándonos a entender que el verdadero reto consiste en el aprendizaje individual y colectivo del medio, y encontrar mecanismos que nos permitan articular las diferentes capas sociales de nuestro mundo. Si la democracia digital significa el poder de la opinión pública frente a la democracia representativa, el modelo relacional de interrelaciones no puede crecer sobre una base de «buscadores verticales» (Sánchez, 2008). ¿La esperada web semántica será la solución en la intermediación entre el “e-ciudadano” y el “e-político”? Todas estas reflexiones nos enfrentan a un gobierno del saber contra un gobierno de la opinión, o mejor dicho a una democracia representativa (Sartori, 1998: 70); un debate en que lo político, parafraseando a Fernando Vizcarra (2005: 72), tendría que habilitarse para “construir espacios de conocimiento, creación, innovación e imaginación

más allá del mercado y del Estado”. Otra crítica en esta misma dirección, es como los grandes partidos se siguen organizando con las vieja lógicas del centralismo democrático, apartándose del poder de las ideas que sustentan las redes (Freire, 2011: 54). Así pues, la ciberdemocracia, empezaría por integrar las prácticas políticas participativas en un entorno virtual, desde su espacio, sus usuarios, su ética y en favor de un desarrollo de las prácticas tradicionales. Recordemos como el totalitarismo se caracteriza por una asimetría de visibilidad, y en clave flujos comunicacionales como nos apunta Pierre Lévy (2002: 32): “la información asciende desde la población, mientras que las órdenes y la propaganda descienden desde el poder”. De esta manera, la opacidad de algunos gobiernos actuales quedaría debilitada con un ciudadanía que realmente tuviera acceso directo a la red; otro tema sería su capacidad de interacción que encontraría en ella y sus capacidades contributivas.

3. Participación y diseño ético

En Second Life, cuyos atributos de persistencia, corporeidad e interactividad (Castronova, 2001) lo definen como un mundo virtual, nos encontramos con un amplio número de islas virtuales autónomas; cada una con sus normas, y a la vez interconectadas hipertextualmente. Pequeños Estados-nación, en ocasiones efímeros, que nos ofrecen múltiples realidades de cómo negociar y gestionar colectivamente su producción. Tenemos que puntualizar que la corporación Linden Lab se comporta como un régimen feudal (Grimmelmann, 2009), ya que es quién en última instancia gestiona el terreno virtual y los derechos finales de los desarrolladores. Una política donde quién paga puede explotar sus contenidos. Sin embargo, nuestra fijación está en el último escalón de esta jerarquía, en la experiencia del avatar y el microcosmos de lógicas políticas en que se desplaza, justo en el punto en que se realiza la transacción del objeto virtual.

Si rescatamos la «economía política del signo» de Jean Baudrillard (1987), abrimos una interesante línea de relaciones que puede determinarnos un posible contexto en el que trabajar la noción de democracia digital. El producto, ahora objeto virtual, funciona

como objeto simbólico en un marco social, y el propio mercado es el resultado de una construcción social (Bourdieu, 2003), desencadenando un consumo de signos y significados que transfieren valor al objeto (Lash y Urry, 1996). Siguiendo estas premisas, la producción cultural mueve a los consumidores, generándose comunidades afines a los espacios simbólicos y el consumo de valores. Por lo tanto, esta actividad participativa sólo se ve motivada por la producción de valores, construyéndose una estructura social que Manuel Castells (2001: 41) nos definiría como: “aquellos ajustes de tipo organizativo de los seres humanos que se reproducen en las relaciones de producción/consumo, experiencia y poder, expresados en términos de interacción significativa en el marco de la cultura”. En definitiva, la acción humana transforma la realidad a través del consumo.

Aplicando esta concatenación de conceptos sobre el plano de la democracia digital, observamos como la deseada inteligencia colectiva de que nos hablaba Pierre Lévy (1994) se está desarrollando en una virtualización de las necesidades, pero también sobre unas dudosas políticas de privacidad y derechos intelectuales asociadas a los servicios social media.

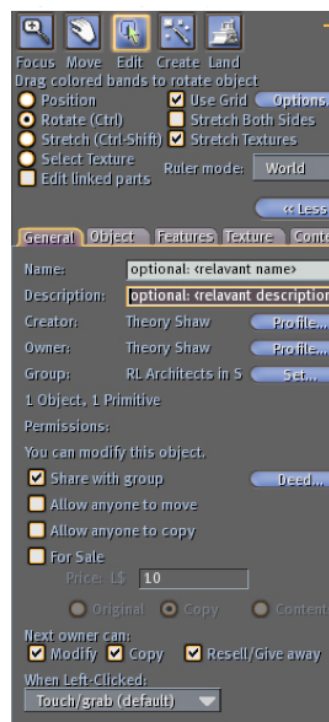
Mientras en Second Life el motor de la interacción promueve el conocimiento preservando los méritos individuales, en la web 2.0 los contenidos ya no nos pertenecen, aún siendo para un supuesto bien común. La gran diferencia del metaverso es que el propio código informático, el que hace real la experiencia delante la interfaz, define una trayectoria al usuario; un marco de posibilidades bajo un modelo relacional, en que lo individual puede potenciar lo social (Max-Neef, 1994: 88). En este sentido, Beatriz Luque y Javier Encina (2008: 462) nos alertan de la necesidad de dar voz al usuario y en el sistema, y un sistema basado en la voz de éstos; talmente como la estructura cíclica de la economía de Second Life.

«...los actos fundamentales de las personas, al unir la participación en la construcción de los significados y acción; resultando un ámbito imprescindible para la construcción de una ciudadanía con una ‘densidad social crítica’ que le permita tomar parte en las decisiones que le afectan de forma común, impidiendo la absorción de la sociedad por parte del Mercado o del Estado. Esto supone, la existencia de un ecosistema que permita el crecimiento de las personas, y que las personas puedan incidir en la construcción del ecosistema. [...] ...en una sociedad profundamente desigual, pero que paradójicamente sirve de punto de arranque para nuevas vivencias y formas de vivir los imposibles.»

De esta manera, si las nuevas tecnologías pueden favorecer un equilibrio entre las actividades del gobierno y la ciudadanía (Dutton, 1999), en una transformación “infocrática” (Van de Dook, 2000), la adaptabilidad del sistema a la realidad cambiante podría darse en la propia interfaz, diseñando un modelo “código-interfaz”. Los principales problemas de esta idea se manifestarían en la revisión de la noción democracia y sus reglas procedimentales, y en cómo gestionar el control de los intereses comerciales y su intermediación. Por este motivo, la ciberdemocracia no podemos encapsularla en un sistema cerrado, cuyo objetivos sólo sean la subversión contra una gobierno siempre amenazador; dependerá de la implicación de los propios políticos en un mundo compartido entre el poder de la comunicación, la producción virtual y los beneficios individuales. Fernando Harto de Vera (2006), de forma muy precisa, nos enumera diferentes tipologías

y modelos de democracia electrónica, partiendo de las clasificaciones estipuladas por Hagen (1997), Van Dijk (2000), Bellamy, Hoff, Horrocks y Tops (2000) y Subirats (2002). Un análisis que contempla varios modelos de intervención ciudadana, pero que para aplicarse tendrán que darse siempre en el contacto usuario-interfaz. En el modelo Second Life, “consumo-conocimiento”, quizás no haya más que una estructura emparentada a las directrices éticas de las licencias Creative Commons (Lessig, 1996) y la idea de Internet como un espacio común en el que era posible proteger la cultura⁹; no obstante, lo determinante es que el propio código hace posible que se cumpla unas normas de participación equitativa y en un marco legal.

Figura 1: Dialog Box de permisos CC.



Fuente:

<http://studiowikitecture.wikispaces.com/Wikitecture+2.0+-+Program+and+Protocol>

⁹ Véase documento (2001) en línea del análisis crítico de Lawrence Lessig sobre las transformaciones técnicas y jurídicas que ha experimentado el espacio Internet, cambiando el ciberespacio cada vez más controlado por los propietarios de las redes, los titulares de las mayores carteras de patentes, y, lo más despectivo, acaparadores

Si bien esta lógica también está sometida a posibles ataques hackers¹⁰, el valor primordial radica en la sincronía entre desarrollo de mercado, ética de los usuarios y resolución en el diseño político de la plataforma. Recordemos la crítica de Núria Almiron y Josep Manuel Jarque (2008) hacia los discursos hegemónicos y la economía política, recalándonos la imposibilidad de avanzar sin el interés político de un sistema educativo en relación las TIC, enmascarado por la “idea-prioridad” de que todo el mundo tenga acceso a Internet. El mito digital nos distorsiona la cantidad de información con la calidad de ésta, un factor común de los servicios 2.0. En consecuencia, la importancia del diseño de la interfaz en su papel de mediador, puede introducirnos facilidades en la acción comuna de aprehender, ejercer una ética sobre un entorno social faltado de substrato educativo. Mónica Salazar y Roberto Sepúlveda (2011: 209) nos complementan esta visión desde el ámbito comunicativo, desde el propio “e-comunicador”:

“Las sociedades necesitan comunicadores sociales que entiendan que no es suficiente con cambiar las formas de narrar y empaquetarlas en nuevos dispositivos tecnológicos y digitales, sino que debe cambiarse la forma de pensar, de conocer, de avanzar hacia una epistemología de la comunicación que dé cuenta de las identidades sociales, de las subjetividades y de los modos de incorporarse a los procesos de socialización, y a la definición misma de la vida cotidiana y sus permanentes transformaciones en los que aporta la comunicación”.

de los derechos de autor. <<http://the-future-of-ideas.com/download>> (Consultado el 10/05/2013).

¹⁰ Second Life ha recibido varios ataques informáticos desde sus inicios, algunos con carácter reivindicativo y otros como ataques al sistema corporativo de Linden Lab. Véase documento en línea de cómo un objeto replicador (“*ring attack*”) actúa en el medio virtual con la finalidad de colapsar sus servidores que lo mantienen. [en línea] [ref. de 12 de julio 2008] Disponible en: <http://youtu.be/5H8hNXWgOoE>

Conclusiones

La realidad, entendida en su plano interconectado en red y en los posicionamientos individuales, se ve transformada en tiempo real por las acciones comunicativas que circulan instantáneamente entre los “dispositivos-servicios-red”. En esta acción, cotidiana, las relaciones entre ciudadanía y Estado se vuelven más visibles, pero no nos garantizan que de la tensión entre ambos extremos se construya un diálogo fértil de futuro. Los principales interrogantes, y reflexiones aquí expuestas, surgen en la forma como se despliega la información; anclándose una serie de procesos comunicacionales sobre unas herramientas teledirigidas éticamente, o centradas en unos valores en los que impera objetivamente la cantidad de su tráfico. Estableciendo un paralelismo con la plataforma Second Life, un entorno virtual con una clara política de gestión de contenidos, observamos la estrecha relación que se desprende entre la función del código y las sinergias socioculturales que conlleva en sus residentes. Una aproximación al poder oculto que se esconde tras la interfaz del usuario, el mismo que se desenvuelve por otras redes sociales interpelando al orden político. En este aspecto, el “e-político” resulta formar parte de las oscilaciones de información, reaccionando a las voces amplificadas y involucrándose estratégicamente en los mismos canales; sin embargo, la cuestión de cómo intervenir sobre el propio código, el medio, parece alejarse de sus expectativas inmediatas. El debate sobre una topología de la democracia digital tiene múltiples frentes, pero la forma ética en que ésta se

incorpora sobre los servicios existentes parece quedarse en un segundo grado, no siendo un hecho menor en las repercusiones asociadas. De la misma manera que la web semántica, nos suscita pensar en un espacio inteligente de tránsito, el ojo del huracán político quiere reflejarse más en las posibilidades del uso de las redes que no en la constitución de las mismas. La comunicación inunda los espacios públicos virtuales, pero el mismo espacio se ve restringido por factores externos, generalmente limitados por intereses corporativos y ausencia de formación crítica en los usuarios. Una paradoja, ya que a más volumen de datos, a más proliferación de usuarios, mayor distancia en la creación de plataformas alternativas no mediadas por directrices corporativas. Lo político tiene que dar cabida a las opiniones del pueblo virtual, pero no debe apartarse de quién les proporciona sus altavoces; si la democracia tiene lugar en un mundo en red, cada individuo tendría que tener un acceso abierto, pero también unas herramientas que condujeran a un modo de aprehender el medio. Un espacio sin reverberaciones y que integrara los procesos participativos más allá del acumulación informacional, y en vínculo directo con las experiencias subjetivas y formas de construir el mundo. Seguramente Second Life mantuvo alguna traza de ese modelo intersticial de negociación, sirviéndonos de referencia a la espera de una voluntad real por destapar un espacio crítico, diseñado desde el código y en beneficio de una democracia más plural y transparente.

Referencias

- Almiron, Núria. y Jarque, José Manuel. (2008). *Discursos hegemónicos sobre Internet y periodismo*. Barcelona: Anthropos.
- Baudrillard, Jean. (1987). *Crítica de la economía política del signo*. Madrid: S.XXI.
- Bauman, Zygmunt. (2008). *Tiempos líquidos. Vivir en una época de incertidumbre*. México: Conaculta/Tusquets Editores.
- Bellamy, C. (2000). Modelling Electronic democracy: towards democratic discourses for an information age. En: Hoff, J.; Horrocks, I.; Tops, p. (eds.) (2000). *Democratic Governance and New Technology*. Londres: Routledge.
- Bourdieu, Pierre (2003). *Las estructuras sociales de la economía*. Barcelona: Anagrama.
- Bustos, de Rosa (2012). El gabinete de prensa ante el nuevo ecosistema informativo digital. En: *adCo-*

- munica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº4. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, 223-227.
- Castells, Manuel. (2001). Materiales para una teoría preliminar sobre la sociedad de redes. En: *Revista de Educación*, nº extraordinario 2001, 41-58. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
 - Castronova, Edward (2001). Virtual Worlds: A First-Hand Account of Market and Society on the Cyberian Frontier. En: *CESifo Working Paper*, nº 618. Disponible en: <http://ssrn.com/abstract=294828>. Consultado el 16/05/2008.
 - Dutton, William. (1999). *Society on the Line. Information Politics in the Digital Age*. Oxford: Oxford University Press.
 - Fountain, Jane. (2001). *Building the Virtual State*. Brookings Institution Press: Washington D. C.
 - Freire, Juan (2011). ¿Volverán los políticos a hacer política? #spanishrevolution y el resurgimiento del espacio público. En: *VVAA: Indignados! 15M*. Madrid: Mandala Ediciones.
 - Gonzalez-Quijano, Yves. (2001). Las revueltas árabes en tiempos de transición digital. Mitos y realidades. En: *Revista Nueva Sociedad*, nº 235, septiembre-octubre de 2011. Disponible en: www.nuso.org. Consultado el 17/07/2010.
 - Grimmelmann, James. (2009). Virtual World Feudalism. En: *Yale Law Journal Pocket Part*, Vol. 118, p. 126; *NYLS Legal Studies Research Paper* nº 08/09 #24. Disponible en: <http://ssrn.com/abstract=1331602>. Consultado el 10/05/2011.
 - Hagen, Martin. (2000). Digital Democracy and Political Systems. En: Hacker, K. L. y Van Dijk, J. (2000). *Digital Democracy*. Londres: Sage.
 - Hall, Stuart. (1996). Introduction: Who Needs 'Identity?'. En: Hall, S. y P. Du Gay (eds.). *Questions of Cultural Identity*, 1-17. Londres: Sage.
 - Harto de Vera, Fernando. (2006). Tipologías y Modelos de Democracia Electrónica. En: Primer congreso sobre Internet, derecho y política: las transformaciones del derecho y la política en la sociedad de la información. *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*. nº 2. UOC. Disponible en: <http://www.uoc.edu/idp/2/dt/esp/harto.pdf>. Consultado el 22/03/2013.
 - Hopenhayn, Martin. (2001) ¿Integrarse o subordinarse? Nuevas cruces entre política y cultura. En: D. Mato (comp.), *Estudios latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales: Buenos Aires. Disponible en: <http://www.globalcult.org.ve/pub/Clasco1/hopenhayn.pdf>. Consultado el 10/05/2008.
 - Janoschka, Michael. (2010). Prácticas de ciudadanía europea y participación política. En: *Arbor*, nº 186 (744), 705-719. Madrid: CSIC.
 - Jenkins, Henry (2008). *Convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
 - Lance Bennett, W. (2003). Communicating Global Activism Strengths and vulnerabilities of networked politics. En: *Information, Communication & Society*, vol. 6, nº. 2, 143-168. Londres: Routledge.
 - Lanier, Jaron. (2010). *You are not a gadget*. New York: Alfred A. Knopf.
 - Lash, Scott y Urry, John. (1996). *Economies of signs & spaces*. Londres: Sage.
 - Leitner, H.; Sheppard, E. y K. M. Sziarto (2008). The spatialities of contentious politics. En: *Transactions of the Institute of British Geographers*, nº. 33, 157-172.
 - Lessig, Lawrence. (1996). *Reading the constitution in cyberspace*. Disponible en: <http://www.law.emory.edu/ELJ/volumes/sum96/lessig.html>. Consultado el 18/08/2001.
 - Lessig, Lawrence. (2001). *The future of ideas : the fate of the commons in a connected world*. New York: Random House. Disponible en: <http://the-future-of-ideas.com/download> Consultado el 10/05/2013.
 - Lévy, Pierre. (1994). *L'Intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*. París: La Découverte.
 - Lévy, Pierre. (2002). *Ciberdemocracia. Ensayo sobre filosofía política*. Barcelona: Editorial UOC.

- Lipovetsky, Gilles. (2005). El crepúsculo del deber. La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos. Barcelona: Anagrama.
- Luque, Beatriz. y Encina, Javier. (2008). De las mediaciones consentidas a las mediaciones deseadas. Lo masivo y lo colectivo en los procesos de comunicación. En: *Revista Mediaciones Sociales*, UCM, n.º. 3, 440-470.
- Max-Neef, Manfred. (1994). *Desarrollo a escala humana*. Barcelona: Icaria.
- Søren, Mørk, Petersen. (2008). Loser generated content. From participation to exploitation. En: *First Monday*, Vol. 13, n.º. 3. Disponible en: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2141/1948>. Consultado el 07/05/2011.
- Rheingold, Howard. (2002). *Smart Mobs: The Next Social Revolution*. Cambridge, MA.: Perseus.
- Salazar, Mónica. y Sepúlveda, Roberto. (2011). Perspectivas y proyección profesional de la comunicación social. En: *Revista Signo y Pensamiento*, Vol. XXXI, n.º 59, 194-209.
- Sánchez, Juan Ramón. (2008). Perspectivas de la información en Internet: ciberdemocracia, redes sociales y web semántica. En: *Zer*, 13 (25), 61-81.
- Sartori, Giovanni. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. México: Taurus.
- Scholz, Trebor. (2008). Market ideology and the myths of Web 2.0. En: *First Monday*, Vol 13. n.º 3. Disponible en: <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2138/1945>. Consultado el 08/06/2011.
- Sequera, Jorge y Janoschka, Michael. (2012). Ciudadanía y espacio público en la era de la globalización neoliberal. En: *Arbor*, 188 (755), 515-527. Madrid: CSIC.
- Stallman, Richard. (2007). Why «open source» misses the point of free software. Disponible en: <http://www.gnu.org/philosophy/open-source-misses-the-point.html>. Consultado el 07/07/2010.
- Subirats, Joan. (2002). Los dilemas de una relación inevitable. Innovación democrática y Tecnologías de la información y de la comunicación. En: Cairo, H. (comp.). *Democracia Digital. Límites y oportunidades*. Madrid: Trotta.
- Van de Dok, W. (2000): “Infocracy o infopolis?. Transparency, autonomy and democracy in an information age”, en Hoff-Horrocks-Tops, op.cit., pp.137-152.
- Van Dijk, J. (2000). Models of Democracy and Concepts of Communication. En: Hacker, K.L. y Van Dijk, J. (2000). *Digital Democracy*. Londres: Sage.
- Vizcarra, Fernando. (2005). Opinión pública, medios y globalización. Un retorno a los conceptos. En: *Culturales*, Universidad Autónoma de Baja California, México, 1 (1), 57-73.

Forma de Citación

SERRA NAVARRO, David: Participación y contribución a través de un diseño ético: Plataforma Second Life. *Revista Communication Papers*, N.º 3, páginas 11 a 21. Departamento de Filología y Comunicación de la Universidad de Girona. Recuperado el ____ de _____ de 2____ de: <http://www.communicationpapers.es>