

La comunicación viral

Por Miguel Alemán V.

En esta era de comunicación digital todos somos emisores globales de nuestras experiencias locales. El interés de divulgar los hechos individuales en las redes sociales ha logrado acercar a los lejanos, pero, al mismo tiempo, alejar a los cercanos.

Ahora que hay toda una discusión relativa a la redefinición del nuevo modelo de las telecomunicaciones en nuestro país, es necesario reflexionar acerca de la importancia de los contenidos y del nuevo papel del consumidor en este mercado.

Pocos recuerdan aquellos años en los que para tener acceso a un micrófono de una estación de radio o de un canal de televisión se tenía que pasar un examen para recibir la autorización mediante una licencia.

Hoy cualquier mensaje personal, con el sólo hecho de serlo, es susceptible de ser integrado a la red. De esta manera es evidente que todo hecho personal y privado podrá ser público.

Contamos en el bolsillo con un dispositivo de comunicación tan poderoso que hace de cualquier individuo un emisor global que puede ser motivo de gran interés y convertirse en un mensaje *viral*, y generar un “contagio” en múltiples individuos y regiones, y, como tal, afectar su comportamiento y provocar su repetición, hasta que, al igual que un virus, es superado y olvidado. Parece ser que la comunicación emitida por los ciudadanos tiene un ecosistema de sobrevivencia en la selva digital.

Marshall McLuhan acuñó su famosa frase “el medio es el mensaje”, y hoy la diversificación del medio ha hecho versátil el mensaje. Los emisores han establecido los nuevos códigos híbridos que contienen acrónimos, íconos gestuales y contracciones gramaticales extremas para satisfacer la necesidad de velocidad y simplificación.

Es así que dentro de los nuevos códigos se redefinen nuevos significados. Hace unas semanas una palabra era inaceptable que se comentara entre padres e hijos; hoy es la expresión de una porra deportiva en el campeonato mundial de fútbol, al grado de publicar un video en la red en donde un niño entre sus primeras frases repite aquella palabra que ha perdido su significado insultante e impronunciable para ser tolerada como un gesto gracioso y hasta inofensivo.

No obstante, prevalece la prudencia y los límites de las expresiones comunes de la sociedad, ya sea en forma de obra literaria, de norma jurídica, de información noticiosa o sobre todo de la pertinencia y cuidado del mensaje político, en donde no se aceptan las licencias verbales cotidianas, los modismos o los comentarios que rebasan los límites de los principios y valores fundamentales.

Todo esto implica que estamos en un momento de profunda transformación en la comunicación, especialmente se percibe una etapa de gran innovación en la comunicación política, debido a que, por una parte, la sociedad está conectada en tiempo real a los hechos y a las declaraciones de los actores políticos y, por la otra, existe una riesgosa ambigüedad en el manejo del lenguaje y sus significados, donde la misma palabra para unos es un comentario gracioso y para otros una ofensa intolerable.

Este relativismo moral que se expresa en el lenguaje es un arma de doble filo que aplicado a la política puede atraer a las nuevas generaciones y causar indignación y rechazo en los grupos conservadores.

De ahí que en la competencia electoral y en la comunicación política sea extremadamente importante cuidar el mensaje y sus significados, evitando caer en la tentación de emitir mensajes triviales con interpretaciones ofensivas, porque cuando un error político se vuelve viral en las redes sociales no hay antídoto que prevenga el daño ni tiempo oportuno para su recuperación.

En la vida como en la política es muy fácil ofender; el reto es aportar ideas que enriquezcan el debate, eleven la autoestima y sobre todo el respeto a la dignidad humana.

Rúbrica. A unos les va mal y a otros de la patada. Menos mal que la selección de México no tuvo que jugar contra Alemania.

@AlemanVelascoM

articulo@alemanvelasco.org