

[Portada](#)[Secciones](#)[Archivo](#)[Oficina de Comunicación](#)[Links](#)

Campus Digital Abril 2014



Criterios

Sociedad hiperconectada

Edgar A. Vega Briceño

Académico

[Sede Regional Chorotegea UNA](#)

En la última década, el mundo se ha vuelto cada vez más hiperconectado. Con la aparición de nuevos soportes digitales y de las redes sociales, las personas están absorbiendo información a una mayor velocidad y desde un conjunto más amplio de canales que nunca; también la están utilizando de nuevas formas.

Cualquier persona con una conexión a Internet o un teléfono celular puede compartir sus ideas, influir en la opinión pública, o incluso provocar un movimiento para el cambio (creo que lo presenciamos en las recientes elecciones), o incluso pensar en Ciudades Inteligentes.

Vivimos en un entorno en el cual la Internet y sus servicios asociados son accesibles de inmediato, en el que las personas y las empresas pueden comunicarse entre sí al instante, y en el que las máquinas están igualmente conectadas las unas con las otras.

Esta hiperconectividad está profundamente redefiniendo las relaciones entre los individuos, los consumidores y las empresas, los ciudadanos y los gobiernos; se pueden introducir nuevas oportunidades pero también nuevos desafíos y riesgos, en términos de derechos individuales y de la intimidad, la seguridad, el crimen cibernético, el flujo de datos personales y el acceso a la información.

Como resultado de ello, nuestras economías y sociedades serán sometidas a transformaciones fundamentales. Dominar y aprovechar estas transformaciones para maximizar los efectos positivos: el aumento de la resistencia frente a los riesgos que las TIC pueden aportar a la economía, la sociedad, el medio ambiente y la asistencia sanitaria son cruciales para impulsar la competitividad y el bienestar.

Nuevas formas

Hiperconectividad es un término relativamente nuevo que se acuñó en respuesta a la rápida asimilación y una amplia disponibilidad de nuevas formas de comunicación. Se refiere no solo a los medios de comunicación y a la interacción, sino también al impacto de este fenómeno tanto en lo personal como en la sociedad. Es el resultado de una combinación de la banda ancha, la proliferación de los dispositivos móviles y el acceso inalámbrico, el predominio de los medios de comunicación social en la vida cotidiana, más recientemente, el uso de la nube de datos y el acceso a las aplicaciones.

Conexiones múltiples de comunicación incluye no solo las personas formadas (como individuos y como miembros de grupos y con una gran variedad de medios de comunicación), sino también la comunicación entre personas y máquinas, y máquinas entre ellas, sin ninguna intervención humana directa.

También existe la posibilidad de que hiperconectividad podría ser un elemento diferenciador clave entre los ricos y pobres en esta economía global. Alianzas entre los sectores público y privado parecen ser el mejor modelo para obtener el máximo valor de la hiperconectividad.

Al adoptar un modelo de alianza, las organizaciones públicas y privadas deben aceptar que un público hiperconectado es seguro que va a ser mejor informado, más fácilmente alineado y más sensible que nunca; esto puede tener consecuencias tanto positivas como negativas.

El tema trasciende, Christine Lagarde lo mencionó el sábado 8 de febrero de 2014 en "The Richard Dimbleby Lecture"

(<http://www.bbc.co.uk/programmes/b006ptbl>) donde hizo énfasis en tres retos de la economía global: demografía, medio ambiente y equidad. Estos a su vez, estrechamente relacionados con el acceso a la información en tiempo real y nuevas tecnologías en una sociedad hiperconectada.

Del Campus | Actualidad | Germinal | Secciones Especiales | Explanada | Criterios | Ediciones Anteriores
Archivos PDF | Galería Fotos | Buscar | Hoy en el Campus | Visión Crítica | Escríbanos | UNA Mirada

CAMPUS DIGITAL

Abril 2014 - Año XXIV # 252

Oficina de Comunicación, Universidad Nacional. Apartado 86-3000, Heredia - Costa Rica.

Teléfonos (506) 2237-5929 y 2277-3224, **FAX:** (506) 2237-5929. **Correo electrónico:** campus@una.ac.cr **Edición digital:** www.una.ac.cr/campus

Directora: Maribelle Quirós Jara. **Editor:** Víctor J. Barrantes C. **Periodistas:** Víctor J. Barrantes C., Silvia Monturiol Fernández, Xinia Molina Ruiz, Johnny Núñez Zúñiga, Laura Ortiz Cubero, Maribelle Quirós Jara, **Asistente editorial:** Ana Lucía Vargas. Diseño de página: José Luis Sánchez Pino josesanchez@engineer.com

© Prohibido reproducir, transmitir o distribuir parcial o totalmente los artículos, fotografías, diseño o cualquier otro elemento del contenido que aparece en CAMPUS Digital. Si desea hacerlo envíenos su solicitud a campus@una.ac.cr