



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Doctorado en Comunicación Estratégica y Social



Figuras públicas en la social media

-Tesis Doctoral-

Sergio Vinicio Morataya García
Guatemala, octubre de 2019

Figuras públicas en la social media

Tesis Doctoral

Sergio Vinicio Morataya García

Guatemala, octubre de 2019



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 06 de noviembre de 2019
ECC 1182-19

Maestro
Sergio Vinicio Morataya García
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

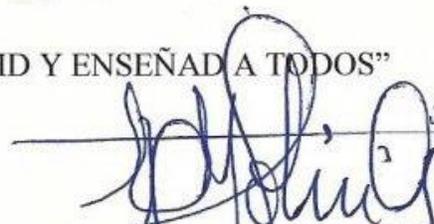
Estimado Maestro Morataya:

Para su conocimiento y efectos consiguientes, me permito transcribir lo acordado por el Consejo Directivo en el Punto **DÉCIMO SEGUNDO**, Inciso 12.4 del Acta No. 23-2019, de sesión ordinaria celebrada el 05 de noviembre de 2019.

“DÉCIMO SEGUNDO: El Consejo Directivo conoce los Oficios Postgrado, del No. 373-2019 al 385-2019, todos de fecha 04 de noviembre de 2019, en los cuales el Secretario del Consejo Académico de Postgrado, Mtro. Gustavo Adolfo Morán Portillo, solicita Orden de Impresión para los trece profesionales de la primera cohorte del Doctorado en Comunicación Estratégica y Social, que aprobaron su examen de tesis doctoral en octubre 2019, según DICTAMEN FAVORABLE de la Junta Examinadora. Al respecto el Consejo Directivo, **ACUERDA: 12.4. Notificar al Maestro Sergio Vinicio Morataya García, Registro Académico 8315343, de la primera cohorte del Doctorado en Comunicación Estratégica y Social, que este Órgano de Dirección le autoriza la Orden de Impresión para la Tesis Doctoral titulada: “Las figuras públicas en la Social Media”, y lo instruye para dar cumplimiento con la entrega de los ejemplares impresos y en formato digital en las instancias correspondientes, dentro de los plazos establecidos por el Departamento de Estudios de Postgrado de esta Unidad Académica.”**

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos
Secretaria de Escuela II

cc. Archivo

“Para efectos legales, solo el sustentante es responsable del contenido del presente trabajo académico”.

Universidad de San Carlos de Guatemala

Autoridades centrales

Rector	M.Sc. Murphy Olympo Paiz Recinos
Secretario General	Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Consejo Directivo

Director	M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Secretaria General	M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos
Representantes Docentes	M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo Lic. Mario Enrique Campos Trigilio
Representante de Egresados	M.A. Jhonny Michael González Batres
Representantes Estudiantiles	Heber Libni Emanuel Escobar Juárez Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Consejo Académico de Postgrado

Director	M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Secretario	M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Tribunal examinador

Presidente	Dr. Carlos Humberto Interiano
Lector 1	Dra. Norma Anabella Cerezo Alesio
Lector 2	Dr. Gustavo Adolfo Bracamonte Cerón

Contenido

RESUMEN	i
INTRODUCCIÓN	ii
PARTE I. INTRODUCCIÓN	1
Capítulo 1	1
Introducción a la investigación	1
1.1. Definición del Problema	1
1.2. Planteamiento del problema	4
1.3. Delimitación de la investigación	6
1.4. Viabilidad de la investigación	8
1.5. Justificación del problema	10
1.6. Contexto de la investigación	11
1.7. Coyuntura sociopolítica desde 2016	12
1.8. Nueva revolución en las comunicaciones masivas	14
Capítulo 2	16
Metodología y fuentes	16
2.1. Marco metodológico	16
2.2. Abordaje metodológico del marco teórico	17
2.3. Matriz de alineación de contenidos	20
Reflexiones finales	22
PARTE II: ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	23
Capítulo 3	24
Antecedentes relacionados con la investigación	24
3.1. Historia de las redes sociales	24
3.1.1. La historia no contada	24
3.1.2. La línea de tiempo de las redes sociales	30
3.1.3. Migración de las redes sociales al Internet	36
3.1.4. Contexto histórico de las redes sociales en el Internet	43
Reflexiones Finales	50
PARTE III: MARCO TEÓRICO	52
Capítulo 4	53

Epistemología de las redes sociales	53
4.1. La posibilidad de una epistemología de la comunicación y las Redes Sociales	53
4.2. De forma paralela corre una Ontología de las Redes Sociales	59
Reflexiones finales	78
Capítulo 5	79
Redescubrimiento de la masa y lo anónimo	79
5.1. Individuo, individualismo e identidad	79
5.2. Sociedad de masas	91
5.3. Lo anónimo y lo privado	96
5.4. Exposición virtual	103
Reflexiones finales	110
Capítulo 6	112
La nueva revolución en las comunicaciones interpersonales	112
6.1. Comunicación intrapersonal y su exteriorización	112
6.2. ¿Cómo el ser se comunica con los demás?	119
6.3. Proceso de construcción y recepción de mensajes	124
6.4. Nuevas relaciones de comunicaciones sociales	127
Reflexiones finales	131
Capítulo 7	133
Propuesta de Umberto Eco sobre la “Máquina del Fango”	133
7.1. Aportes de Umberto Eco a la comunicación de masas	133
7.2. Teoría de la “máquina del fango”	144
7.3. Redes sociales: “ejército de idiotas”	149
7.4. ¿Hacia dónde van las redes sociales?	155
Reflexiones finales	158
Capítulo 8	159
Estudios base de Roland Barthes sobre la imagen	159
8.1. Teorías de la imagen de Roland Barthes	159
8.2. La cámara lúcida	171
8.3. La imagen: fuente de poder	183
8.4. Redes sociales: una amenaza para la imagen	187
Reflexiones finales	190

Capítulo 9	192
Profecías de la “Aldea Global” de Marshall McLuhan	192
9.1. McLuhan: un futurólogo	192
9.2. La Aldea Global	204
9.3. Globalización de las comunicaciones	216
9.4. Sociedad red: el resultado de las predicciones de McLuhan	219
Reflexiones finales	222
PARTE IV: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	224
Capítulo 10	225
Presentación, análisis de resultados y tesis	225
10.1. Figura pública versus figura privada	229
10.1.1. Figura privada	230
10.1.2. Figura pública	240
10.2. El problema social y humano de la pérdida de la privacidad	251
10.3. Todos somos figuras públicas en la social media	257
10.3.1. Enfoque ético	267
10.3.2. Enfoque legal	280
10.3.3. Enfoque social	283
10.3.4. Enfoque comunicacional	291
10.3.5. Enfoque cultural	305
10.3.6. Reporte minoritario y la pérdida de la privacidad humano	319
Conclusiones	333
Referencias	337
ANEXOS	343
Anexo 1	344
Ficha técnica entrevista No. 1	344
Anexo 2	354
Ficha Técnica Entrevista No. 2	354
Anexo 3	365
Ficha técnica entrevista No. 3	365

Índice de Esquemas

Esquema 1: Comportamiento de los usuarios en las comunicaciones masivas	2
Esquema 2: Marco filosófico del marco teórico preliminar	18
Esquema 3: Marco científico del marco teórico preliminar	19
Esquema 4: Línea de tiempo del Origen de las Redes Sociales Humanas	30
Esquema 5: Red social humana primaria la familia	31
Esquema 6: Red social humana secundaria sin lazos de consanguinidad	32
Esquema 7: Línea de tiempo del avance de la humanidad	35
Esquema 8: Desarrollo de las Redes Sociales Humanas Virtuales	42
Esquema 9: Propuesta Inicial para una Epistemología de las Redes Sociales	58
Esquema 10: Ontología de las redes sociales	63
Esquema 11: Proceso de comunicación intrapersonal o diálogo interno	118
Esquema 12: Proceso de comunicación interpersonal o diálogo externo	124
Esquema 13: Construcción del mensaje	126
Esquema 14: Teoría “Modernidad líquida” de Bauman	130
Esquema 15: Propuesta de la “Máquina del fango” de Umberto Eco	148
Esquema 16: Análisis de una publicación de Facebook básico	167
Esquema 17: Análisis de una publicación de Facebook básica	182
Esquema 18: Ciclo de percepción	194

Índice de Cuadros

Cuadro 1: Unidades de análisis	7
Cuadro 2: Análisis de viabilidad del proyecto	8
Cuadro 3: Cuadro metodológico	16
Cuadro 4: Matriz de alineación de contenidos	20
Cuadro 5: Tétrade del Internet	201

Índice de Diagramas

Diagrama 1: Diferencia cerebro humano y cerebro artificial	69
Diagrama 2: Conducta antiética en las redes sociales en los procesos de comunicación	77

Índice de Tablas

Tabla 1: Diferencias inteligencia artificial débil y la inteligencia artificial fuerte	72
-----------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Índice de Imágenes

Imagen 1: Proceso de la comunicación intrapersonal.....	115
Imagen 2: Proceso de comunicación interpersonal	123

Índice de Mapas

Mapa 1: Profecías cumplidas más importantes de Marshall McLuhan	203
Mapa 2: Elementos de la Aldea Global	215
Mapa 3: Globalización de las comunicaciones.....	218
Mapa 4: Sociedad Red o Aldea Global.....	221

RESUMEN

La dicotomía de lo público y privado en torno al individuo se enfrenta a una reestructuración del tejido social, el cual surge a partir de la Revolución Digital con la implementación del Internet en los noventa como un sistema de navegación global, y posteriormente las redes sociales en 2004 como un espacio paralelo de interacción que reúne a todas las sociedades del mundo constituyendo una “Cibersociedad o sociedad red”. Asimismo, esas redes sociales proveen de una identidad virtual a cada persona, lo que provoca también un cambio en las relaciones humanas.

Ese individuo que preservaba el límite de ser social representado como una figura privada dentro de una masa que se sujeta a un sistema, este posee cierto escape de la vigilancia que ese sistema impone para su dominación, pasa a ser una figura pública porque a través de su identidad virtual proveen datos personales y da acceso más detallado de su vida, creando una huella digital que se resguarda en el cerebro de red denominada “Big Data”, y que se utiliza para fines nocivos por parte del comercio y terceros que requieran datos íntimos.

Se reduce a que en la virtualización se da el efecto de la pérdida de la privacidad, puesto que entrar a la red representa una exposición social desmesurada en cuanto a la protección de cuestiones que el individuo en la era análoga consideraba privadas, tales como: fotografías, vídeos familiares e íntimos, actividades dentro de casa, preferencias sexuales, hábitos de consumo; esos detalles eran públicos nada más para determinadas personas que se consideraban relevantes para los medios, ahora la web ofrece facilidades a cambio de esa exposición, lo cual se vuelve cada vez más algo inevitable para el futuro de la humanidad el que todos sean figuras públicas.

PALABRAS CLAVE: Figura privada. Figura pública. Virtualización. Redes sociales. Exposición social. Todos somos figuras públicas. Sociedad líquida. Máquina del Fango. Social Media.

INTRODUCCIÓN

Comprender la exposición que representa la era virtual en torno al individuo que forma parte de su sistema, se vuelve esencial para el futuro de la humanidad en todos sus ámbitos. Sin embargo, el estudio se enfoca principalmente en la transición del ser dentro de la dicotomía público/privado, al ser social dentro de esos cambios que ha provocado la virtualización, y hacia dónde dirigen la comunicación y relaciones humanas. En algún punto, incluso ya en la actualidad, resulta intrínseco unirse a ese mundo virtual, en donde un *software* abre la brecha entre renunciar a la privacidad para acceder a facilidades en el quehacer humano, o vivir excluido.

Para el ser humano es inimaginable ser marginado dentro de un grupo, es su mayor miedo, puesto que los demás influyen en su sentido de supervivencia, por tanto, la sociedad perdura mediante un patrón imitativo. Las redes sociales virtuales, rompen esa barrera que mantenía al ser dentro de un margen entre la esfera pública y su entorno íntimo de la esfera privada, incluyendo posesiones materiales; estas forzan al ente a proveer sus datos antaño considerados privados para hacer uso de ellos, y así convierten a todos en figuras públicas.

En general, se presenta un panorama del salto de los medios análogos a los virtuales, y cómo estos afectan al ser humano como individuo y dentro de su grupo social. Asimismo, se muestra una noción primaria respecto al objeto de estudio que compete para ahondar en el origen de las redes sociales y responder a las incógnitas de lo que depara, puesto que desde su imposición solamente van mutando y afinando sus enlaces. En este punto, se posiciona al individuo como el punto de partida para responder a los efectos sociales que ha provocado la virtualización masiva.

Esa masividad que ha constituido una “Aldea Global o Sociedad Red”, ha provocado que la esfera pública absorba a la privada, de forma que elimina la delgada línea que las separaba porque ya no es exclusivo que solo ciertas personas puedan estar expuestas al reflector público. La identidad virtual es el canal para que cualquiera pueda obtener datos de un

individuo, y éste pueda acceder también a los demás. Todo ámbito de la realidad va encaminado hacia lo virtual, por tanto, este estudio abre un espacio para una línea larga de enfoque a esos cambios provenientes y constantes.

PARTE I. INTRODUCCIÓN

Capítulo 1

Introducción a la investigación

Figuras públicas en la social media es una tesis panorámica, cualitativa y descriptiva que abarca como eje temático principal la comunicología. Sentenciaba (Díaz, 2009, p.11): “Si nuestra cultura fuera una cultura de cambio e innovación para seguir mejorando, seguramente la Comunicología ya estaría saludándonos”. Asimismo, el mexicano, Jesús Galindo Cáceres, expone que existe una “Comunicología posible” desde el estudio ontológico y epistemológico de la comunicación como una red extensa de actores que interactúan, en tanto, la era cibernética presenta una gama mucho más extensa y compleja.

Se constituye una visión semiótica y de comunicación que se configuran en dos enfoques del tejido social, donde se oponen en cuanto al espacio-tiempo, pero que compaginan con base a las interacciones desde lo social físico y el globalizado dentro de la cibernética, (Cáceres, 2011). Sin duda, la social media ha generado un nuevo cambio social en las comunicaciones masivas e interpersonales, y no se detendrá; hará de todos los seres humanos “figuras públicas”.

El estudio recorre a los teóricos de la imagen, la corriente semiótica, el derecho y la ética utilizando los métodos dialécticos y semióticos, los cuales dan luz sobre el problema de la pérdida de privacidad por las redes sociales.

La comunicología necesita, para formularse como ciencia, estudios que apuntalen su objeto científico y la propuesta de construcción teórica que sustente su marco filosófico y científico; esa es la línea de investigación y eje temático.

1.1. Definición del Problema

A partir del 2004, se dio una nueva revolución en la comunicación de masas: la explosión de las “redes sociales”, estas cambiaron el mapa de la comunicación y la forma básica de

comunicarse. De un usuario pasivo que esperaba noticias de la prensa, radio o televisión, pasó a uno activo, quien se encuentra frente a un potente canal de comunicación y a su vez, se vuelve generador de contenido.

Es decir que, de un usuario pasivo se pasa a un usuario activo (Esquema 1). Ya no es necesario esperar 15 minutos de fama, sino por lo menos 140 caracteres afortunados que impulsen al usuario a la fama o destruyan su vida, (Morataya, Twitter News. Manual de Periodismo Digital para Periodistas Guatemaltecos., 2012).

Esquema 1: Comportamiento de los usuarios en las comunicaciones masivas



Del 2004 al 2016 con el boom de la social media



Fuente: elaboración propia.

Hasta el 2004, las figuras públicas eran exclusivamente: los políticos, religiosos, empresarios, artistas, deportistas, pero el “boom” de las redes sociales cambia esa relación medios-figuras públicas y en un instante, cualquier persona pasa de la “masa” a ser figura pública. Esta predicción de una “Aldea Global” (McLuhan, 1993) hace que un anónimo, quien no ocupa un rol de figura pública dentro de la comunidad, pase a ser una personalidad como por arte de magia. Es decir, el anónimo sin el rol social de figura pública, de pronto se vuelve toda una celebridad temporal, quizás de horas.

Por otra parte, el avance de la tecnología representa un serio problema en contra de la seguridad y privacidad de las personas y su comunicación, puesto que cualquiera puede filmar a alguien con o sin su consentimiento en algún evento, reunión privada e incluso en su propia casa; luego esa persona que grabó sube dicho contenido a cualquier red social, convirtiendo al anónimo en una figura pública.

Esto tiene implicaciones filosóficas, éticas, morales, psicológicas y emocionales en las personas, y cambia radicalmente el proceso de comunicación social, que poco a poco expone a las masas, las cuales no están preparadas para ello, o bien, no les gusta ese rol. Es decir que, el hombre dejó de ser un homo sapiens, y pasa ahora a homo videns (Sartori, Homo Videns, la Sociedad teledirigida, 1997).

Se investigó cómo potencialmente todos pueden ser una figura pública, para bien o para mal dentro de la social media, que ha encumbrado a nuevos artistas, políticos y deportistas al reconocimiento masivo sin tener exposición previa en los medios de comunicación tradicionales. Además, ha causado efectos negativos como muerte o enfermedades psicosomáticas.

Por lo que, todos son figuras públicas en la social media, ya que da la posibilidad a cualquier persona de crear un contenido, que puede ser interesante o no, publicarlo a través del Internet y recibir retroalimentación directa de quienes lo leen, creando así un diálogo,

(Jaramillo, 2010). Cuando cualquier contenido se viraliza, puede alcanzar a millones de personas con sus respectivas respuestas o impulsos.

La investigación también trata sobre cómo se pierde la privacidad por esa masividad de las redes sociales, y cómo se vulnera el derecho a la libertad por el control a consecuencia de los dispositivos electrónicos y las plataformas virtuales en donde se expone información personal.

1.2. Planteamiento del problema

Muchas personas se ven sorprendidas porque de pronto son figuras públicas, sin hacer de menos a los artistas quienes lo han sido desde el inicio de sus carreras, pero cometen errores como lo reconoce el cantante mexicano, Alejandro Fernández: "Al día de hoy TODOS estamos expuestos ante los medios (lo que pasa en Las Vegas hoy se queda en Google para siempre) y tenemos que ser un poco más conscientes y cuidadosos de nuestras acciones, pues los teléfonos y las redes, tristemente han acabado con nuestra privacidad e intimidad", el mismo medio cierra su nota con la esencia del problema que se desea investigar ... "¡Hoy todos somos figuras públicas!", (La tercera, 10 de agosto de 2016).

Muy pocas personas reparan que la pérdida de la privacidad es un gran problema emocional y ético que puede cambiar las relaciones interpersonales radicalmente. Los procesos de comunicación intra e interpersonales descansan en la transmisión de un mensaje seguro. Es decir, si no es secreto, es al menos seguro que llegue únicamente a los destinatarios escogidos por el emisor y no receptores indeseados.

Las comunicaciones personales un tanto más íntimas, por ejemplo, una conferencia hace asumir al emisor que debe tener cierta tranquilidad respecto al asertividad de su mensaje, los códigos usados y las respuestas que espera de su emisión. Es decir, tiene la certeza del control de los efectos de la emisión de sus mensajes.

Perder ese control o seguridad emocional del efecto de su mensaje, de publicidad y viralización es el tema del presente estudio. La ética pasa a ocupar un papel importante porque el ser humano, por naturaleza, comunica y no repara en el daño hacia terceros en el momento de publicar un texto, un audio o video que, tentativamente, puede llegar a millones de personas.

El planteamiento del problema consiste, esencialmente, en explicar por medio de una investigación cualitativa y exploratoria cómo se da el fenómeno de exposición mediática y poder prever los cambios en las comunicaciones interpersonales, y sus efectos en las nuevas relaciones de comunicación social debido a la social media. Anticipa hacia dónde va la humanidad, si deja por un lado la ética en sus comunicaciones personales y sociales, (Lucas Marín, 1999).

La investigación es cualitativa, exploratoria y contemporánea; metodológicamente, no exige las respuestas a preguntas de investigación para definirlas como abiertas. Sin embargo, se les tiene que dar respuesta y constituirse en los enigmas a resolver. Los planteamientos son:

- La pérdida de la privacidad y libertad en la era de la social media, nos hará una masa más homogénea, ¿nos convertirá a todos en figuras públicas?
- ¿Será capaz la comunicología de convertirse en una ciencia que explique los cambios mundiales en todas las dimensiones y niveles de comunicación?

Asimismo, una estrategia de investigación, que en este caso tiene dos partes: un marco filosófico o argumentos de profundidad sobre el objeto de estudio y un marco científico sobre los argumentos de pertinencia.

1.3. Delimitación de la investigación

Los límites de la investigación fueron los siguientes:

Ámbito geográfico. La investigación se realizó en la capital de Guatemala, sin embargo, los resultados se pueden aplicar a toda Hispanoamérica, ya que tiene el componente “cultura”, que puede ser comprendido por todos aquellos países que tienen como lengua materna el español. Se excluye al mundo anglosajón u otros idiomas que tienen por aspectos culturales, sociales y de derecho, otras respuestas al fenómeno de la exposición masiva por medio de la social media.

Ámbito temporal. El estudio tiene por lo menos una vigencia de diez años, mientras se termina de configurar la social media. Desde el 2016, la humanidad tiene respuestas oscilantes a las relaciones de comunicación debido al avance de la tecnología. El estudio tuvo como tiempo de trabajo tres años (2016-2019), para presentarlo y defenderlo en el segundo semestre del año 2019.

Cuadro 1: Unidades de análisis

Unidad de Análisis	Condiciones y profundidad	Delimitación
Filosófica	Es necesario poner como primera ciencia y primer límite a la filosofía, que abarca a la ética como una de sus principales ramas. El problema de la exposición masiva en la social media pasa por lo humano, aún más que por lo tecnológico. Al final, provee más que un canal, pero es, sin embargo, el humano el que está usando mal los canales, debido a sus crisis sociales que se manifiestan de cientos de formas, y que explotan en las redes sociales.	Para hacer el estudio se obtuvieron opiniones de filósofos por medio de Internet, y también, como marco de referencia a filósofos guatemaltecos, quienes pudieron ayudar a construir esta parte del estudio. El Internet permitió entrevistar a guatemaltecos, en especial, y europeos, quienes hacen un aporte.
Antropología	El problema se puede delimitar como exclusivamente humano, por lo que, la segunda ciencia que resultó como un eje de profundización es la antropología, de tal forma, que el estudio del tejido social del ser humano y sus relaciones con la tecnología pueden ser ampliamente estudiados.	Se realizó con guatemaltecos o estudiosos extranjeros que se encuentran en Guatemala, para que la respuesta, tenga un ámbito hacia todos los que hablan español y tenga una carga fuerte de la visión con la que el ponente ve el mundo.
Ciencias de la comunicación	Se tuvieron como límites: la semiología, lingüística, filosofía de la comunicación, sociología de la comunicación; sustentos académicos, desde los cuales se explica el proceso de comunicación individual y masivo.	Los límites permitieron no dispersar la propuesta, es decir, estas ciencias dieron los parámetros necesarios para no salirse y pasarse a otras ciencias como: el derecho que pudiera tener respecto a decir algo sobre el tema de violación a la privacidad.

Fuente: elaboración propia.

1.4. Viabilidad de la investigación

El plantear la investigación en un nivel panorámico y contemporáneo, hace que sea viable su realización, contando como factor de mayor problema la disponibilidad de tiempo del sustentante.

Cuadro 2: Análisis de viabilidad del proyecto

Variable	Grado	Condición
Acceso a fuentes	Alto	Favorable. El Internet y sus herramientas como Google docs, y Google académico permite tener mucha información sobre libros, ensayos, artículos, trabajos de investigación, revistas y un sinnúmero de fuentes que permiten la investigación de un tema contemporáneo.
Libros disponibles	Bajo	Desfavorable. Hay únicamente dos librerías con número limitado de libros respecto al tema a investigar. Sophos y Artemis Edinter, esta última, ha estado cerrando sus tiendas. Sin embargo, portales como Amazon.com pueden revertir un tanto este problema. Los libros no van a desaparecer, pero los soportes digitales empiezan a sustituirlos.
Condiciones materiales	Alto	Favorables. Las condiciones de oficina, contar con escritorio, conectividad, computadores, impresoras, scanner, tinta, papel

		y acceso a fotocopiadora facilitaron la elaboración del proyecto, sin ningún contratiempo.
Condiciones físicas	Alto	Favorables. El contar con medio de transporte y la disponibilidad de bibliotecas, así como con dos estudios en casa, facilitó mucha comodidad para trabajar y no tener que preocuparse de dicho tema.
Condiciones tecnológicas	Alto	Favorables. Hay conectividad las 24 horas por contar prácticamente con dos proveedores de Internet, la red de la Universidad de San Carlos y la red de telefonía Claro.
Disposición de tiempo	Bajo	Desfavorable. La única variable realmente adversa para realizar el proyecto fue la disposición del tiempo, ya que el investigador labora en tres lugares, de los cuales dos de ellos demandan más de 16 horas de trabajo entre los dos, dejando muy poco tiempo para realizar tareas y realizar la investigación.
Condiciones financieras	Media	Favorable. Todos los gastos pudieron ser cubiertos, de movilización, compra de materiales, libros, pago de conectividad, entre otros.

Fuente: elaboración propia

1.5. Justificación del problema

La primera razón que plantea la presente investigación doctoral es una razón ética. Es inherente al ser humano la libertad y la privacidad en sus actos; la social media ha venido arrebatando estos dos derechos humanos a la generación nombrada por los sociólogos norteamericanos como “Millennial”. Es un grave problema, no dimensionado, que en esta era digital todos sean figuras públicas es una profunda amenaza a la rotura del tejido social.

La sociedad se construye por medio de un tipo de comunicación asertiva, con la necesidad de tener privacidad, de tal forma, que la transmisión de un mensaje pueda llegar a la o las personas a quien se dirige y no a receptores anónimos o desconocidos. La exposición en la social media de mensajes privados que incluyen fotos, sonidos o videos, tiene como fin reclutar miles de seguidores, y esto no solo afectan a una persona o grupo, sino a todo su entorno familiar, aportando también a la ruptura mencionada.

Segundo, como un aporte a la “filosofía de la comunicación”, se desarrolla una “ontología” para las redes sociales y a su vez, una “epistemología de la comunicación” para éstas. Las reflexiones sobre los medios sociales virtuales van respecto al tema de fenómeno social o de comunicación, pero no se abarca con la profundidad que se debe hacer. Por esa razón, se puede concluir que es necesario empezar a generar conocimiento sobre los aspectos éticos, porque en su debido momento la inteligencia humana y la artificial van a colisionar.

Tarde o temprano, los humanos y la inteligencia artificial se disputarán con los ingenieros y los laboratorios de robótica. Estos deben plantear una especie de mecanismo que dote de ética humana a esa inteligencia artificial; actualmente existen máquinas que tienen ya independencia de pensamiento, pero no tiene emociones, ni valores internalizados que son inherentes a los humanos. Se plantea esta situación en el desarrollo de un apartado sobre la ética de la privacidad.

Tercero, se hizo un aporte antropológico sobre los peligros que lleva el cambio de los procesos de comunicación interpersonal, se enciende una luz amarilla en el tema. Las relaciones humanas de comunicación están cambiando, tan solo este tema sería una nueva tesis, sin embargo, no se puede abordar el tema de la “figura pública”, sin presentar estos cambios actuales en las comunicaciones interpersonales.

La social media desarrolla cambios de comportamiento, de tal forma, que el trabajo encuadra con la línea de investigación de la comunicación y cambio social, aunque tenga repercusiones en la comunicación masiva y digital. Esa razón, a nivel colectivo, tiene un impacto mayor. La justificación del trabajo a la luz de la ética, filosofía y la antropología sustentan el aporte y la necesidad de realizar la investigación.

1.6. Contexto de la investigación

Guatemala, se encuentra dividida políticamente en 22 departamentos y el diferendo con Belice, el cual, desde mayo de 2019 queda en disposición de la Corte Internacional de Justicia (CIJ) para solventar el conflicto que inició en 1859. Ahora bien, retomando el contexto sociopolítico guatemalteco, el abandono del Estado, en especial los departamentos de occidente, hace que grandes grupos humanos no tengan acceso a la infraestructura básica que les provea los servicios de salud y educación pública.

Grandes extensiones de Guatemala no tienen oficinas regionales de los ministerios, o direcciones que atienden con proyectos a la población. El abandono es tal, que no existen juzgados, ni sedes del Ministerio Público, Instituto Guatemalteco de Seguridad Social - IGSS- o centros de salud en los municipios más alejados o de reciente creación.

Estas faltas, hacen que la brecha entre área urbana y rural, ricos y pobres se ensancha debido al dualismo estructural que se desarrolla en ciertas áreas geográficas y suma en el atraso a las otras. El acceso a servicios, que antes eran, en especial, de electricidad y agua se suma el servicio del Internet. Es decir, que no solo no se tiene luz, sino tampoco el

acceso a comprar un computador, capacitación y por sus bajos ingresos también se les imposibilite pagar el servicio.

Toda esa razón de desigualdad hace que la suma de estos grandes grupos de habitantes discriminados, sean una especie de ciudadanos de segunda clase, a quienes se viola su elemental derecho a mejorar su calidad de vida.

Por otra parte, no existe un censo exacto desde el siglo XX que afirme cuántos habitantes hay, y qué características poseen. Tan solo se presentan proyecciones por Naciones Unidas que estiman la existencia de 20 millones de habitantes, pero no hay otros datos que permitan hacer las evaluaciones necesarias para establecer parámetros de crecimiento social y económico. En Guatemala se realizó un censo en 2018.

Los Informes Nacionales de Desarrollo Humano no se han actualizado desde 2016, y tan solo se han presentado 11 durante 18 años; esto representa un gran problema social y económico porque no permite hacer estimaciones respecto a la cantidad de viviendas, bienes, servicios, producciones, escuelas a construir, centros de salud o cobertura del sector justicia de forma eficiente, y aunque fuera así, no se tiene como una prioridad.

1.7. Coyuntura sociopolítica desde 2016

El 2016 inicia con un comediante como presidente, resultado de la renuncia del anterior electo en las urnas por manifestaciones de abril a septiembre de 2015, debido a los altos índices de corrupción. Jimmy Morales ha demostrado en los cuatro años de gobierno que sus funciones han sido deficientes, no tuvo la capacidad suficiente para lograr ni lo más mínimo en cuanto al cumplimiento de las necesidades del Estado, y esto se refleja con la posición que ocupa dentro del “Ranking de mandatarios”, realizado por “Consulta Mitofsky”, centro mexicano de investigaciones, estudios y encuestas. Morales ocupa el puesto 17 con un 19% de aprobación, lo cual representa un nivel muy bajo a comparación del resto de mandatarios de América.

Además, la fuerte situación que pasan actualmente miles de migrantes guatemaltecos (en especial niños) hacia Estados Unidos, esto como producto de las políticas migratorias implementadas por el actual presidente, Donald Trump, condiciones que han movido políticamente su frontera a lo que ellos llaman el “Triángulo Norte”.

Para ellos, es más fácil tratar de detener el flujo migracional en la frontera de Guatemala, Honduras y Salvador, que en su frontera geográfica (sur de México y Estados Unidos). Consideran que, como ascendente político y para llevar una política de buen vecino, es mejor ponerse a trabajar con estos tres gobiernos que llevar su frontera sur a Guatemala y México.

Un grupo de exmilitares que influyen sobre el presidente Morales hace que su actuar sea errático y que no le permita desarrollar un plan de gobierno, o bien, establecer políticas públicas para seguridad, salud y educación, con el consiguiente problema que altos funcionarios se vean también acusados de actos de corrupción y en peligro de no culminar su periodo presidencial.

Guatemala, a pesar de su despertar en las calles, no ve una mejoría en la administración pública del Estado, la cual afecta al sector económico empresarial respecto a los niveles de productividad y rentabilidad de materias primas, productos agrícolas e industriales de exportación, y también para producir en el mercado interno. Por otra parte, la sociedad civil demanda otro tipo de gobierno, que genere avances en calidad de vida, canasta básica y derechos humanos.

Respecto al tema comunicación y tejido social, las manifestaciones de abril a septiembre de 2015 repararon ciertos daños del tejido social, en especial, aspectos de recuperación de espacios públicos reales para manifestar, debido al bloqueo de las redes sociales utilizado por Pérez Molina en dichas manifestaciones.

1.8. Nueva revolución en las comunicaciones masivas

De pronto la humanidad se encuentra con una quinta revolución en los medios de comunicación sociales y masivos, con la imposibilidad de entenderlos. Lo que resulta más complejo para los seres humanos y tejidos sociales, de cualquier país, bajo cualquier régimen de gobierno es: ¿cómo se trasladan los mensajes con tanta rapidez?

Otro aspecto difícil de entender es que casi cualquier cosa, hasta las más triviales, se vuelven noticias, y personas que no son líderes de opinión, ni tienen exposición mediática, a la velocidad del rayo pasan a ser figuras públicas y con esa misma velocidad desaparecen. Es decir, que potencialmente en la social media, todos son figuras públicas, seres humanos a la vista de todos, expuestos a la masa.

Al inicio de la radio y televisión, cuando se estaban configurando como medios masivos, Andy Warhol, (1968), pintor beat estadounidense, acuñó la frase: “Todos tendremos 15 minutos de fama”, la cual profetizaba que, en algún momento, todas las personas serían noticia en un medio escrito, radial o televisivo; esos minutos eran un gancho. Ahora todos solo esperan sus 140 caracteres de fama como relevo a los 15 minutos, aunque se sobreentiende que, para tener exposición mediática en la social media, no por fuerza tiene que ser a través de “Twitter”.

El peligro de que todos sean figuras públicas radica en que el ser humano perderá muchas ventajas sobre la comunicación interpersonal y su privacidad. Por ejemplo, transmitir mensajes unidireccionales que requieren de cierta discrecionalidad, esa pérdida de la privacidad puede causar muchas enfermedades psicológicas con efectos desastrosos en las comunicaciones personales.

Se tiene como ejemplo también, a una “casi” niña, de 13 años según su perfil llamada Melí, quien, en junio de 2012 se encuentra en el fondo de su cuarto con un celular en la mano y conectada en Twitter, escribiendo a su novio Andresito: “Que hermoso fue entregarte mi

virginidad”, y contaba con los siguientes datos: 1:17 am., del 26 de junio de 2012, desde BlackBerry. Diez horas después, no había borrado el tweet, y este contaba con 593 retweets y 61 favoritos; la cuenta fue cancelada en 2016.

Por otra parte, Heidy Veliz, una chica que vive en Ciudad Real, un área marginal del sur de Ciudad de Guatemala decida parar su carro en una cuchilla como protesta y rebeldía que no le daban vía, hecho que bastó para que se volviera en una celebridad. Ella misma no entendía, ¿cómo ese día se convirtió en una figura pública?, pues no tenía una cuenta en Twitter, no entendió ni la razón.

Fueron los medios masivos los que cubrieron la noticia, subieron una nota a sus redes sociales y de pronto, todos hablaban sobre Heidy Véliz, tanto en textos como en memes, estos a favor y en contra, creando una polémica entre el buen actuar de la policía y el acto de rebeldía de la conductora; convirtiéndose así, en una tendencia a nivel nacional.

Capítulo 2

Metodología y fuentes

Se presentan en sus respectivos cuadros, los aspectos relacionados con la metodología desarrollada y las principales fuentes consultadas para esta investigación. Al final del informe se consignan todas las fuentes consultadas.

2.1. Marco metodológico

La metodología se explica en un cuadro de método, el cual se consigna a continuación:

Cuadro 3: Cuadro metodológico

Aspecto	Descriptor
Tipo de investigación	<p>Panorámica. La investigación se encuentra dentro del eje o línea de investigación de la comunicación y cambio social, abarca todo acerca del fenómeno conocido como “social media”.</p> <p>Contemporánea. El fundamento de la investigación es un tema actual, que no ha empezado a preocupar a los medios ni las masas, sin embargo, en su momento será un problema de preocupación diaria para mucha gente.</p> <p>Descriptiva. No utiliza el método científico, se rige por la dialéctica y la semiótica, y dio respuesta a los problemas de la investigación.</p> <p>Exploratoria. Porque no profundizó a tal grado de proponer una ley, modelo o teoría respecto al fenómeno observado.</p>
Métodos de investigación	<p>Método dialéctico. Constituye el método científico por excelencia para confrontar la realidad por medio de una tesis, una antítesis para llegar a síntesis. Confronta la realidad por medio de sus leyes, mediante la unión y lucha de contrarios, todo tiene una conexión universal y todo está en</p>

	<p>constante transformación. Está mediada por el estudio de las fuentes teóricas científicas y por las categorías de tiempo y espacio.</p> <p>Fue el método ideal para desarrollar prácticamente todo el marco filosófico de la investigación y parte del marco teórico científico, acompañado por el materialismo histórico.</p> <p>Método Semiótico. El método semiótico viene de la corriente estructuralista europea y sostiene que todo es posible de ser conocido si se analiza a la luz de un plano denotado, connotado y la propuesta ideológica; explicando la esencia de las cosas por medio del conocimiento de los planos superficiales y profundos del problema.</p> <p>Esta parte, se analiza desde la perspectiva teórica de Umberto Eco y Roland Barthes específicamente.</p>
Técnicas de investigación	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrevista ● Participación en foros virtuales ● Construcción de una matriz de biblioteca ● Fichero de libros

Fuente: elaboración propia

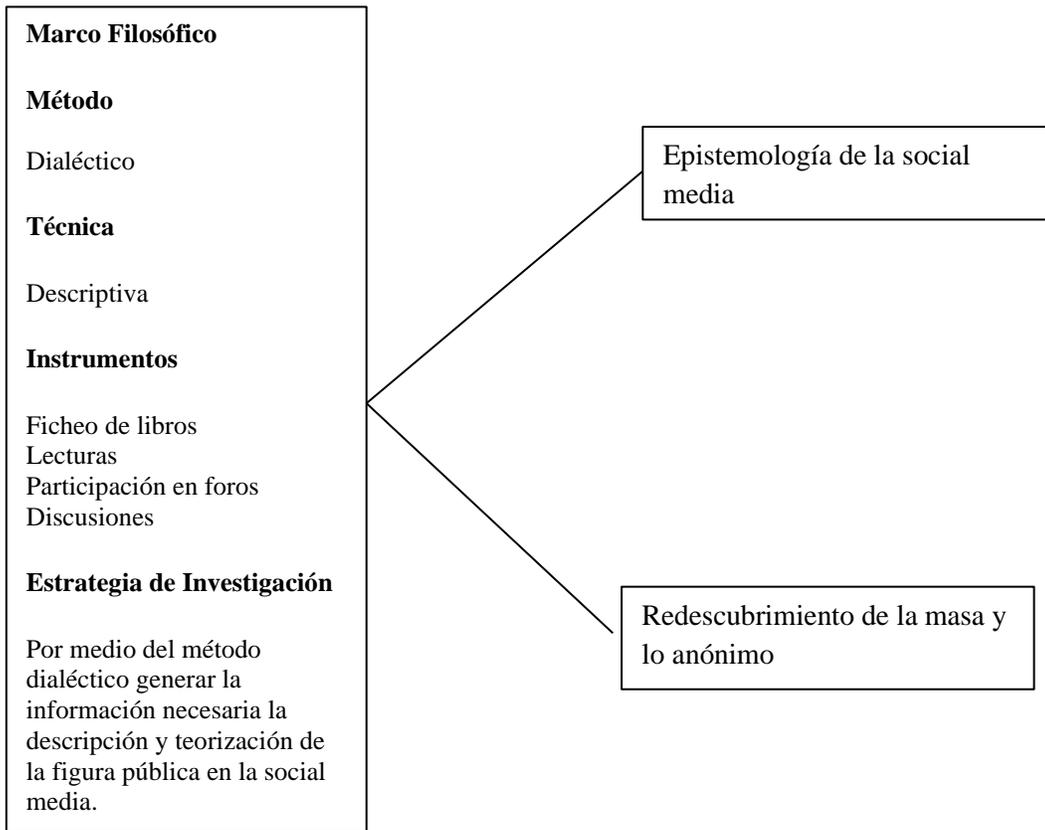
2.2. Abordaje metodológico del marco teórico

Para explicar el abordaje y la orientación del marco teórico se hizo desde una estrategia de investigación, que en este caso tiene dos partes: un marco filosófico o argumentos de profundidad sobre el objeto de estudio, y el otro es un marco científico que remarca los argumentos de pertinencia.

Los dos marcos se complementan con el estudio de casos y utilizando el método dialéctico, auxiliado por el método semiótico y el deductivo para hacer el acercamiento filosófico y científico al estudio del problema. La “figura pública” como ente generador del fenómeno

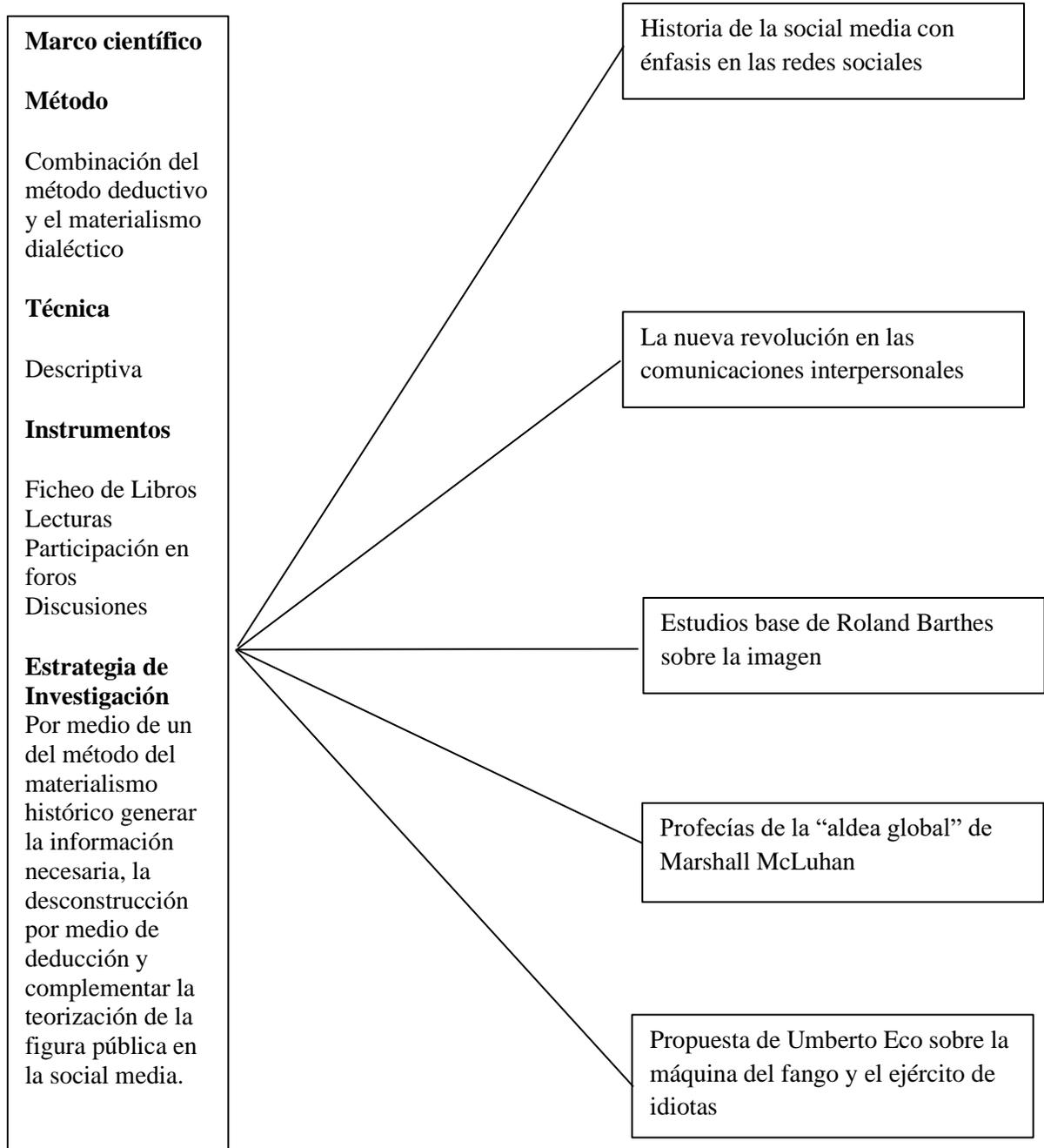
propio de la social media, o, por lo menos, su masificación y herencia de los medios de comunicación tradicionales.

Esquema 2: Marco filosófico del marco teórico preliminar



Fuente: elaboración propia

Esquema 3: Marco científico del marco teórico preliminar



Fuente: elaboración propia.

2.3. Matriz de alineación de contenidos

Cuadro 4: matriz de alineación de contenidos

Eje temático	Problema investigado	Definición	Objetivos	Preguntas de investigación	Metodología aplicada en cada componente o capítulo
1. Historia redes sociales	No se ha esquematizado la historia de las redes sociales.	Sin historia que explique el fenómeno no es difícil pretender estudiarlo.	Describir la evolución de las redes sociales como antecedentes del estudio de la privacidad y las figuras públicas y conocer la evolución del objeto de estudio.	¿Cómo surgieron las redes sociales? ¿Cuáles son sus estudios bases? ¿Cómo evolucionaron?	Método dialéctico
2. Epistemología de las redes sociales	No existe formulada una teoría del conocimiento de las redes sociales incluso la teoría del conocimiento de la comunicología no se ha concluido por lo que es necesario aportar en esa construcción algunas pistas teóricas conceptuales.	La epistemología como ciencia del conocimiento va a aportar principios y fundamentos que puedan explicar el fenómeno.	Construir las bases para una epistemología de las redes sociales sentando los primeros intentos por buscarle un objeto de estudio, para poder explicar el fenómeno a la luz de la comunicología.	¿Qué mueve al ser humano a comunicarse? ¿Qué necesidades profundas sociales, culturales y sociales lo mueven a ser parte de una red social? ¿Qué problemas bases intenta resolver desde la unión con sus similares? ¿Cómo influye en su proceso de socialización?	Método dialéctico
3. La masa y lo anónimo	El ser humano por naturaleza es un ser privado, sin embargo, el avance de los medios de comunicación lo hacen público y masivo. La masa provee	Ser figura pública refiere a dos conceptos bases que se deben explicar lo privado y lo público, para poder entender los riesgos que se corren al ser	Explicar los viejos conceptos de masa, público y anónimo que son sustituidos por el término altamente expuesto.	¿Qué es un individuo? ¿Qué es la masa? ¿Está la humanidad a las puertas de perder sus comunicaciones interpersonales	Método semiótico

	de cierto anonimato que es mal utilizado, y pone en peligro la privacidad de los usuarios.	figuras públicas.		efectivas por la pérdida de la privacidad? ¿Qué mecanismos psicológico y social hace que el humano no se pueda guardar nada y todo lo publique?	
4. Revolución en las comunicaciones interpersonales	Las dimensiones de la comunicación plantean como base de toda comunicación la que se realiza de persona a persona y una esfera de privacidad, la cual se ve amenazada por el avance de la tecnología.	La comunicación de persona a persona toma el nombre de comunicación interpersonal la cual es base para las comunicaciones humanas.	Establecer los principios y fundamentos de las relaciones sociales en la era de la social media.	¿Se modificarán las comunicaciones interpersonales por la social media? ¿La humanidad perderá uno de sus bienes más preciados como es la privacidad?	Método dialéctico
5. Propuesta Umberto Eco las redes sociales y la “máquina del fango”	Las redes sociales han venido a empobrecer las comunicaciones personales de tal forma que han traspasado los vicios de la comunicación real a la red haciéndola una máquina del fango.	De pronto la humanidad se ha encontrado con las posibilidades transmitir mensajes a miles de personas sin ser medio de comunicación masivo, esto mal usado hace sufrir a miles de gente porque empeora todas las formas de comunicación.	Analizar las propuestas de Eco que las redes sociales han venido a empeorar la comunicación de masas, en lugar de servir como un nuevo canal de comunicación, dando vida a la posverdad.	¿Las redes sociales alejan a los que están cerca y viceversa? ¿Las redes sociales son bases de datos que mal usadas influyen en empeorar la comunicación? ¿Las redes sociales son una máquina de fango?	Método semiótico
6. Estudios base de Roland Barthes sobre la imagen	La base de toda persona altamente expuesta o figura pública es la imagen. Por lo que el trabajo se basa en cómo poco a poco se pierde la privacidad debido a la tecnología y todos se van convirtiendo en	Toda persona que es conocida por las masas deja de ser anónima y se convierte en figura pública, las redes sociales permiten esa posibilidad para cualquiera.	Discutir los estudios de Roland Barthes como la base desde la cual se construye la imagen de figura pública.	¿Cómo de ser un desconocido o figura privada de pronto por las redes sociales cualquiera se puede convertir en figura pública? ¿Cómo el ser humano que construye su imagen real se puede reconstruir	Método semiótico

	figuras públicas.			de una manera opuesta virtualmente?	
7. Profecías de la “aldea global” de Marshal McLuhan	La globalización de la humanidad también plantea la globalización de los problemas de tal forma que la “aldea global” que predijo McLuhan ha llegado con un sinfín de problemas, entre otros, el mal uso de las redes sociales.	La “aldea global” como concepto que pregona gracias al avance de tecnología, que la humanidad será una y todos van a saber sobre todos.	Conocer los estudios de Marshal McLuhan sobre la construcción de un canal único de comunicación en el mundo, y entender sus luces y sombras.	¿Cuál es la propuesta de aldea global? ¿Quién va a manejar el Internet? ¿Son las redes sociales medios de control masivo? ¿Qué teorías de McLuhan han llegado con la social media?	Método dialéctico

Fuente: elaboración propia.

Reflexiones finales

La manera de representar este capítulo por medio de cuadros y esquemas permitió tener una visión clara sobre el abordaje metodológico y las principales fuentes que se consultaron para darle un marco teórico robusto al proceso de investigación y posteriormente, al informe de tesis. La representación gráfica resultó de mucha utilidad porque orientó el proceso de articulación de los principales ejes temáticos del mismo.

PARTE II: ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

Capítulo 3

Antecedentes relacionados con la investigación

Los principales antecedentes que conforman el estudio realizado para esta tesis. Son una parte de la historia de las redes sociales físicas y su migración al internet. Se presenta una línea de tiempo para dar mayor claridad a la evolución de las redes sociales en la historia de la cultura humana hasta llegar a la etapa actual en la cual han migrado al internet; también se analiza el impacto de estas en el desarrollo actual de la humanidad.

3.1. Historia de las redes sociales

Las redes sociales son la manera más usada durante toda la historia humana, esto según Aristóteles (384 – 322 a.C) quien afirma: “El hombre es por naturaleza un animal social”, (Aristóteles, 1988, p. 50), porque depende del entorno y de los demás seres para que su percepción tenga sentido. La organización social en redes le ha permitido a la humanidad desarrollar todo el extenso mundo cultural en los diferentes planos de este y su impacto en el desarrollo científico, tecnológico, educativo, político, cultural, entre otros.

3.1.1. La historia no contada

Existe poca certeza sobre el inicio de las redes sociales y también hay duda razonable sobre los primeros estudios de las redes humanas reales y no virtuales¹. Sin embargo, el ser humano es un ser social, por lo tanto, la satisfacción de sus tres necesidades básicas lo obligaron desde la caverna a pertenecer a una red social. Por lo tanto, describir el origen de las redes sociales es hacer una historia de las relaciones de comunicación del ser humano hasta la actualidad. No puede existir la humanidad sin las redes sociales.

¹ Actualmente existe la creencia que las redes sociales, son un fenómeno del Internet.

Existen tres necesidades básicas que debe atender todo ser humano: alimentación, vestuario y vivienda. Ese esfuerzo individualmente parece imposible cumplirlo de una forma aislada ni desde la era de la caverna, cuando los grandes depredadores merodeaban afuera de la cueva, ni mucho menos ahora que el ser humano perdió la autonomía y la automantenimiento por las relaciones de interdependencia y la sobrepoblación humana.

La provisión de alimentos o cultivo de estos hace que, prácticamente, todos venden fuerza de trabajo con el objeto de obtener dinero y comprarlos en un supermercado. Luego en una larga cadena de productividad y producción que lleva a pensar que, actualmente, es imposible concebir al cien por ciento autosuficientes o autónomos.

De estas reflexiones se llega a la conclusión que, todos sin repararlo, somos parte de una red social llamada “familia”, la cual puede ser nuclear (compuesta por los padres y hermanos) y la ampliada (tíos, primos y otros familiares en diferente grado de consanguinidad). Esa red social primaria es la que socializa, ayuda e introduce en la participación o en redes sociales más complejas, grupos secundarios como los religiosos, culturales y deportivos, que tienen sus propias normas de participación y comportamiento dentro de las mismas.

Para seguir una línea de tiempo se utilizó como base a (Plummer, 2011), en la que los primates aparecen en la faz de la tierra alrededor de los 100 millones a.C., y el homo sapiens tan solo alrededor de 1 millón de años. Tomando en cuenta que se calcula la edad de la tierra en 5 billones de años, se puede decir que, como especie es relativamente nueva y hace muy poco ocupa la superficie terrestre.

En la edad de piedra se encuentran vestigios del hombre cazador y recolector, quien se había organizado para cazar en comunidad, separándose de los grandes simios por su poder de comunicación y organización.

Tan sólo 1 millón de años a.C., el hombre se organizó para crear herramientas y descubrir el fuego, como parte de un avance cualitativo en su forma de vida. Es decir, el hombre fortalece en un grupo su interdependencia, teniendo este hecho como génesis de las redes sociales humanas reales, los cuales en este estudio se van a diferenciar de las Redes Sociales Humanas Virtuales (RSHV).

El hombre, como género, descubre el aspecto cultural, o por lo menos, su manifestación rupestre en el año 50 mil a.C., y para el 13 mil a.C., grupos humanos organizados atraviesan el estrecho de Bering para poblar América. Es decir, que el proceso de todos estos datos nos lleva pensar que el ser humano, tal vez, es el ser más complejo y acabado de la evolución del planeta tierra, y su dominio en la tierra, comparado con su longevidad, es relativamente reciente y corto.

Según (Plummer, 2011) para el año 12 mil a.C., las redes sociales humanas dejan de ser grupos errantes para volverse sedentarios y desarrollar actividades agrícolas y ganaderas, domesticando animales como al perro alrededor del año 10 mil a.C.

Entre otros avances se encuentra la horticultura y la invención de la rueda, entre los años 9 u 8 mil, el pastoreo en el 7 mil a.C. Sin embargo, uno de los grandes inventos del ser humano y de la comunicación, el cual impulsó a sus redes sociales, se da alrededor del año 5 mil a.C., con la invención de la escritura, preámbulo a grandes construcciones como las de Egipto en el año 4 mil, así como el inicio del Imperio romano.

Durante esta época, el ser humano y su comunicación llega a tener tal grado de avance, que la humanidad ha dejado su estado salvaje y se ha organizado en sociedades esclavistas, donde grandes grupos humanos son dirigidos por reyes. Los cortes como puntas de lanzas se transforman en redes sociales de producción sofisticadas, con objetivos políticos y de expansión claramente impulsado por sus líderes religiosos y políticos como: Moisés y Buda, se gestaba y maduraba un movimiento artístico, político, social, cultural y económico conocido como el “Renacimiento”.

La humanidad ve la necesidad de avanzar de un estadio de relaciones sociales inhumanas y subyugantes, a una forma de organización social, no más humana, sino más práctica de mayor rendimiento para las élites.

Es decir, la Ilustración europea con su “contrato social” y la “Revolución francesa”, sienta bases de redes sociales más complejas basadas en la productividad, y sienta las bases de una revolución económica paralela a la Revolución Industrial (1775). El hombre domina el mundo con la ayuda de las máquinas que él mismo ha inventado.

La locomotora, fotografía, cinematógrafo, radio, telégrafo, bombilla incandescente, vacunas, incluso la creación de la Coca Cola en el año 1875 cambia a la humanidad y la forma en las que los humanos se relacionan en sus redes sociales humanas; cada vez más complejas dirigidas en especial por el derecho y la religión como partes supraestructurales en la dirección y control social, por medio de grupos o redes sociales secundarias, dejando a la red social primaria la socialización e inserción a estas redes más complejas.

El avance más significativo de la humanidad se da en tan sólo 70 años, de 1900 a 1970 se inventa el automóvil, el avión, la división del átomo, la invención del aerosol, invención de la computadora, la televisión por cable, el descubrimiento del ADN, la primera operación de corazón abierto, el lanzamiento del Sputnik y el primer hombre llega a la luna como máximo logro de una sociedad altamente compleja.

Redes sociales alejadas de sus inicios, con metas más altas como es la conquista del espacio y el inicio de una nueva forma de vida en sociedad, en redes interconectadas para alcanzar objetivos, ya no de grupos, sino de países como grandes redes sociales, con objetivos comunes, incluso de hegemonía política y económica.

La comunidad primitiva como origen las redes sociales, tiene una explicación económica, para este conjunto de relaciones entre nodos: el trabajo. Para los investigadores de

economía política de Rusia (Academia de Ciencias de la URSS, 1956), la comunidad primitiva plantea las primeras relaciones sociales de producción. Esas relaciones de producción son, en un inicio, familiares, de tal forma que, se suceden dentro de la sociedad primitiva varias formas de organización del ser humano claramente definidas.

En un inicio, los hombres andaban en una especie de manada, simplemente juntos, sin lenguaje ni mayor interacción, eran “hordas” de humanos juntos por cuestión de especie. “Pero entre éstos comenzó a crearse un nexo que no se conocía ni podía conocerse en el mundo animal el establecido por el trabajo. (Academia de Ciencias de la URSS, 1956, p.11).

Por consiguiente, con la aparición cultural del hombre, apareció la sociedad humana, y, con ella, las primeras redes sociales humanas reales, cuyo sentido en ese momento, de tipo económico y de satisfacción de necesidades básicas, estaban pasando a invenciones culturales.

Se distingue en la sociedad primitiva tres estadios en la Edad de Piedra, donde las hordas simplemente hacen uso de instrumentos muy rudimentarios hechos de piedra para defenderse, para extender sus brazos o para golpear. Posterior a ello, el dominio del fuego permite unir dos metales blandos: el cobre y el estaño, creando utensilios de bronce entre ellos “armas”, a esto se conoce como la Edad de Bronce, para recalar en un tercer estadio que se llama Edad de Hierro, con dominio completo del fuego y la rueda.

¿Cuál es el aporte a las redes sociales de esta etapa de la humanidad? El hecho que las relaciones eran de parentesco, las hordas se organizan en clanes, donde todos los miembros de la cueva son parte de una red relativamente organizada, punto donde probablemente surgió el lenguaje, alrededor del año 50 mil a.C. A tal red, los investigadores han llamado “Clan”, que tiene como elemento cohesionador de contacto entre los miembros de la red la consanguinidad de primer grado.

Este elemento cohesionador de sangre de primera red primitiva, no se pierde en una segunda etapa que se conoce como la “Gens”, en un primer estadio dirigido por la mujer conocido como “matriarcado”, y en un segundo estadio, dirigido por el hombre llamado “patriarcado”. Las relaciones entre los nodos de estas primeras redes sociales humanas, mediadas por la lucha contra la naturaleza para asegurar la sobrevivencia, y la perpetuación de la especie, tienen como sentido sentar la hegemonía de la raza humana sobre las otras especies.

El hombre en esta etapa, la más animal quizá, en su historia no hace academia, ni ciencia, hay cierto grado de inconsciencia colectiva que no le permite pensar que existe un cambio sustancial entre el clan de la edad de piedra y la “Gens” de la edad de bronce y hierro; le limita imaginar que sus relaciones están cambiando. Es decir, las relaciones entre los miembros, nodos o contactos también están cambiando con los primeros descubrimientos y la sofisticación de las relaciones a tal punto que se inicia a realizar arte rupestre, a inventar signos para comunicar con los miembros del grupo, gestando en su seno el “lenguaje”.

¿Qué aportes hay del lenguaje al desarrollo de estas redes sociales humanas? La distribución de las responsabilidades dentro de las tareas del grupo también hace posible la primera división del trabajo por edad y sexo, la domesticación de animales como: el perro, vaca, cabra, cerdo y caballo. Además, hace posible la invención de varias herramientas, entre ellas, el uso de la rueda.

Todos esos logros, no hubieran sido posibles sin esas primeras relaciones sociales, esas primeras interacciones e intercambio de mensajes. La “Gens”, era un grupo limitado en los primeros tiempos, sólo pertenecían unas cuantas decenas de personas enlazadas por vínculos de sangre. Cada uno de estos grupos, llevaba una existencia independiente de los otros semejantes a él, con el tiempo, fue aumentando el número de personas agrupadas en cada “Gens”, “hasta llegar a centenares de individuos”. (Academia de Ciencias de la URSS, 1956, p.16).

3.1.2. La línea de tiempo de las redes sociales

El origen de las redes sociales humanas, desde esta visión materialista se puede plantear en el siguiente esquema:

Esquema 4: Línea de tiempo del Origen de las Redes Sociales Humanas

Edad de Piedra Las redes sociales humanas aún no existen	Surge la primera red social humana y con ella el lenguaje	Edad de Bronce	Edad de Hierro	
Comunidad primitiva	El Clan	Gens	Tribu	Sociedad esclavista
1 millón a. C. Aparece el hombre como construcción cultural y económica.	Hordas: especie de manada. 50 mil a. C.	Primeras Redes sociales organizadas para cazar, cultivar, domesticación de animales como: el perro, la vaca, cabra y cerdo. Descubren el fuego e inventan la rueda. 13 mil a. C.	Surge la comunidad rural. Las redes sociales humanas complejas ya no están unidas por el parentesco. 10 mil a.C.	Surge el Estado como red social humana superior. 7 mil a.C.

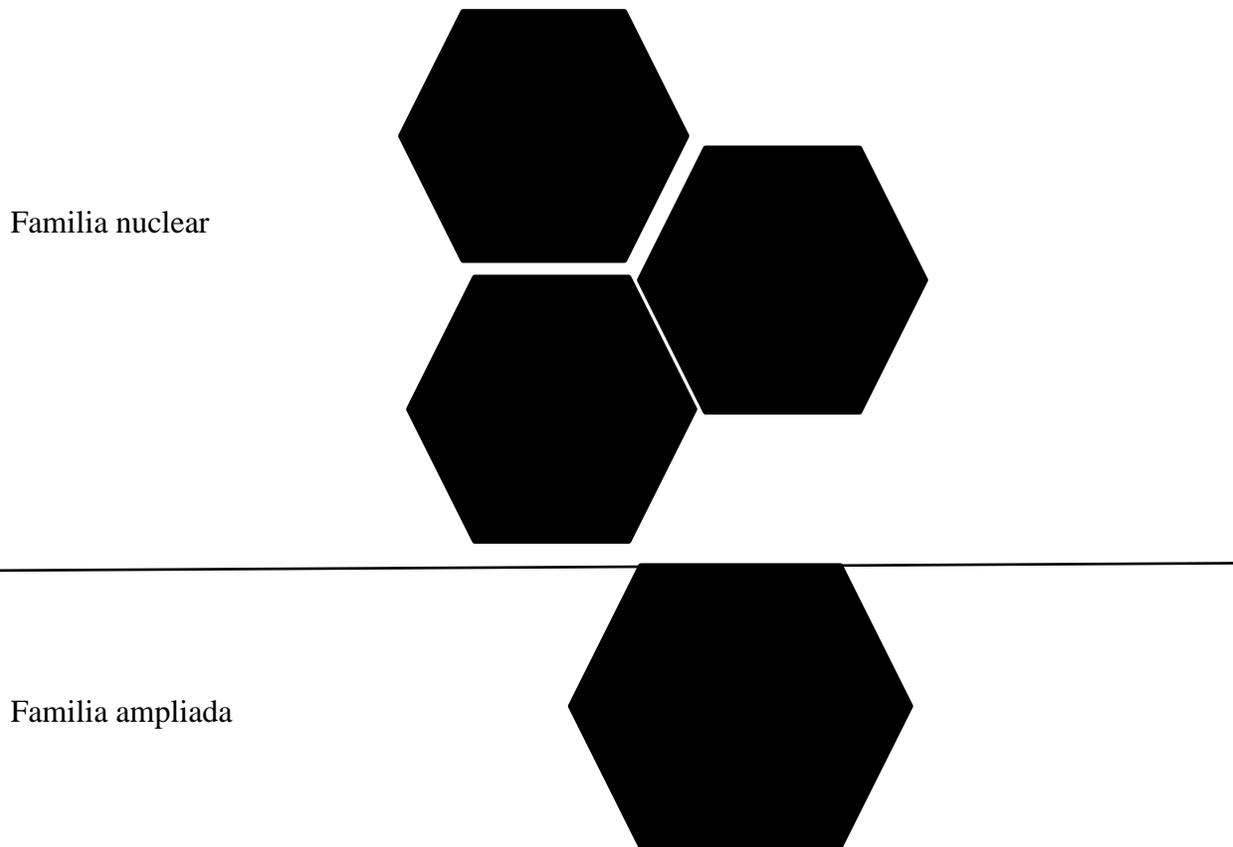
Fuente: elaboración propia.

De este proceso se debe rescatar, que la primera red social humana, incluso preexistente al concepto de Estado² acuñado hasta la Edad Media o Período Feudal, es: la familia. Ese grupo de personas perdura desde la caverna, y constituye la primera red social a la que todos pertenecemos la cual sigue teniendo, al igual que hace 50 mil años a.C., la sangre o elemento cohesionador pero también como característica principal: los nodos. Esta red social tiene el mismo fin que hace siglos, socializarnos para participar de redes sociales secundarias más complejas que se encuentran unidas no por la sangre, sino por otros aspectos, funciones y roles que debemos de jugar en la sociedad.

² Redes Sociales son relativamente nuevas en la historia de la humanidad, con tan sólo 15 mil años de existencia.

El esquema que se presenta a continuación muestra la base de cómo surgió la familia nuclear desde la caverna, y que solo ha tenido la adición a lo largo de los siglos, considerar como miembros de este grupo base a los parientes en segundo grado de consanguinidad, y darle el nombre de familia ampliada.

Esquema 5: Red social humana primaria la familia: surge hace más o menos 50 mil años a.C.

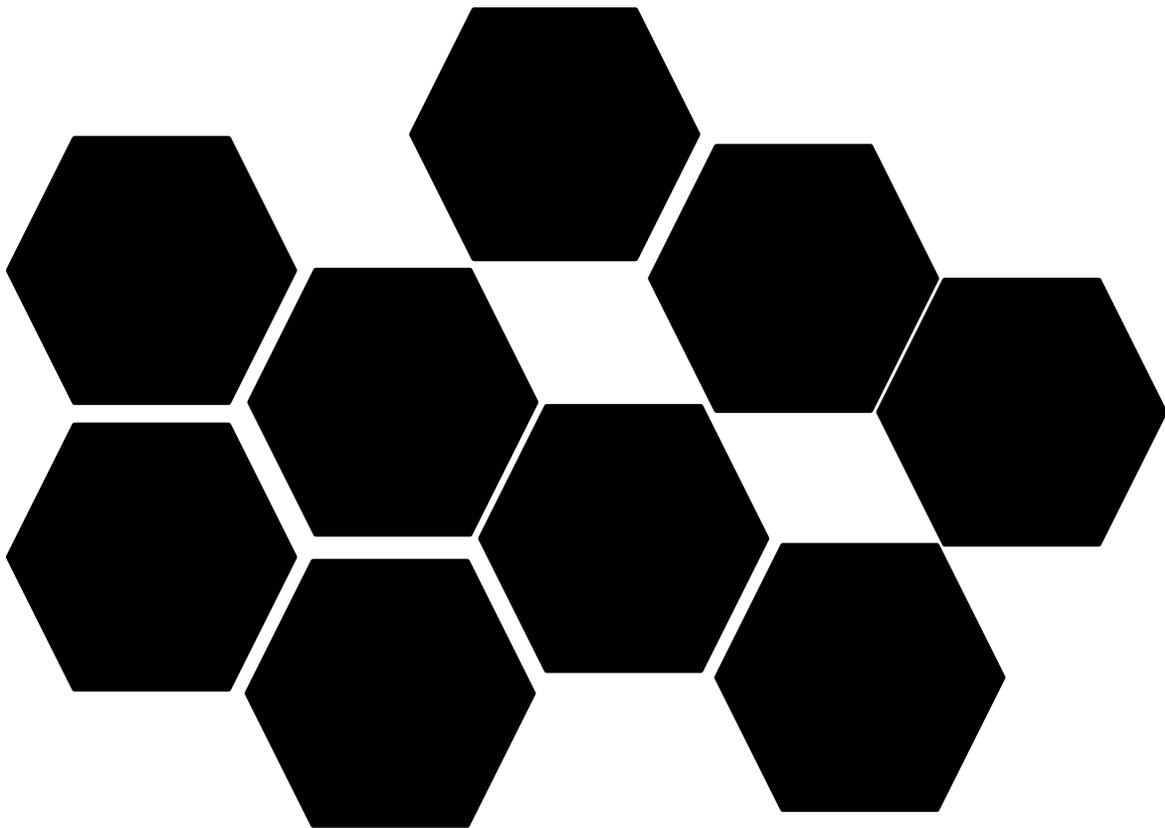


Fuente: elaboración propia.

Existe una segunda categoría que se refiere a las redes sociales humanas secundarias o grupos de segundo nivel, con los que un miembro o nodo comparte los mismos intereses, gustos, actividades, metas, objetivos y son guiados por un líder; que bien, puede ser el sacerdote, pastor, dirigente de equipo, secretario general del partido político, presidente de la asociación o grupo. Estas redes sociales pueden ser, por ejemplo, el grupo de la iglesia, el equipo de fútbol, el partido político y el grupo *scout*.

Estos grupos parten de un nodo principal que desarrolla la actividad de dirigir, y, desde ese punto, parte hacia los nodos activos y pasivos del grupo que hacen que se mueva en conjunto hacia el objetivo o meta colectiva.

Esquema 6: Red social humana secundaria sin lazos de consanguinidad: surge alrededor del año 10 mil a.C.



Fuente: elaboración propia.

Este esquema en los que se organizan los grupos humanos secundarios o redes sociales de segundo nivel responde a lo que algunos sociólogos como (Horton P.B., 1973, p.39) llaman “Grupos Secundarios”. En los primeros las “relaciones son informales, íntimas y personales”, y en los segundos, “las relaciones son formales, impersonales, segmentarias e instrumentales”.

Todo ser humano experimenta dos sentimientos respecto a las redes sociales en las cuales participa: los endogrupos, en donde existe relación fraternal entre sus integrantes, cada uno de ellos tiene sentido de pertenencia y lealtad como la familia, la fraternidad o la cotería; se caracterizan por usar como referencia los adjetivos posesivos “nosotros o mi”. Por el contrario, los exogrupos se conforman por personas quienes no experimentan sentido de pertenencia, no se identifican con los unos a los otros; usan como referencia “ellos o los”. (Horton P. B., 1973, p. 37).

Lo que se debe comprender en la historia de la humanidad, son los siguientes grandes estadios de avances significativos que inciden en la invención del Internet y su avance:

1. El hombre aparece en la tierra 1 millón a.C. sin redes sociales humanas organizadas.
2. Tan solo 50 mil a.C., de esa era se organizaba de hordas a la tribu pasando por tres edades diferenciadas desde el punto tecnológico, piedra, bronce y hierro, que inciden en la elaboración de sus herramientas de trabajo y en el tema tecnológico.
3. De alrededor del año 0 de nuestra era en pleno esclavismo hasta el apogeo de la Sociedad Feudal o Edad Media (alrededor del año 1500 y 1600) es decir, los siglos XV y XVI de nuestra era, se da el paso a la Edad Moderna. El hombre pasó 15 siglos, o sea, 1 mil 500 años en oscurantismo, sin avances y descubrimientos significativos que lo hicieran avanzar.
4. Hasta el año 1848, nuevamente ocurre un movimiento de corte humanista, pero con un trasfondo político y económico, que cambia las relaciones de producción y dar el gran salto de la Edad Media a la Edad Moderna conocida como la Revolución Francesa.
5. Casi paralelamente, del 1775 a 1900 se desarrolla la Revolución Industrial, es decir, desde el Neolítico o la Edad de Piedra que descubrió los metales, el hombre

organizado en redes sociales humanas, no había sido capaz de darle un uso efectivo a sus herramientas de trabajo, y en tan solo 125 años crea grandes telares movidos, ya no por la fuerza del hombre, e inventa la locomotora a vapor, la fotografía, el telégrafo, el teléfono, la bombilla incandescente, la radio, incluso la Coca Cola.

6. El Siglo XX es decir de 1900 al 2000, en 100 años la humanidad avanza lo que no había avanzado en 50 mil años, desde que decidió en la cueva la lucha por la supervivencia y la supremacía; crea el automóvil, el avión, la televisión abierta, el aerosol, la energía atómica, la computadora, televisión por cable, el ADN, el primer trasplante de corazón y, como corolario, llega a la luna; el hecho tecnológico más importante en toda la historia de la humanidad, de la caverna al espacio.

Resumido en las palabras pronunciadas por el astronauta norteamericano, Neil Armstrong en 1969, resulta en un logro enorme para la humanidad, pero limitado para el ser humano.

En suma, el hombre tiene más o menos un millón de años de habitar la tierra, pero en tan solo 225 años avanzó más de lo que había avanzado en toda su historia, debido a la sofisticación de sus redes sociales. En el año 1938 el ingeniero alemán, Konrad Zuse, inventa lo que se puede considerar la primera computadora, pasando los cálculos y programas humanos hechos a mano a un mecanismo electromecánico que permite que las redes sociales humanas puedan trasladarse a la máquina.

Esquema 7: Línea de tiempo del avance de la humanidad

EDAD PRIMITIVA

Edad de Piedra	Edad de Bronce	Edad de Hierro	Sociedad Esclavista
1 millón a.C., hasta 13 mil a.C., el hombre no se encuentra organizado en redes sociales humanas.	Más o menos al 13 mil a.C., el hombre descubre los metales y se organiza en redes sociales humanas, surge la familia.	Alrededor del 10 mil a.C., surgen las redes sociales humanas secundarias.	Alrededor del año 7 mil a.C., se gestan dentro de la humanidad, las redes sociales humanas superiores, con las ideas base de Estado o Polis griegas. Se enraízan los conceptos de propiedad privada y comunal. Además, derecho, religión, cultura y deporte.

EDAD MEDIA

Del 475 d.C.	Renacimiento Siglo XV	Hasta 1,700 d.C.
<p>ERA DEL OSCURANTISMO humano en la cual no avanzó significativamente nada, debido a que las redes sociales superiores como los imperios y las monarquías cooptaron las redes sociales secundarias, sojuzgando a miles de humanos que sobrevivió y se multiplicó gracias a su Red Social Humana base la familia, al lenguaje y la preminencia de un movimiento cultural y artístico llamado Renacimiento.</p>		

EDAD MODERNA

Revolución Industrial De 1775 a 1,900 d.C.	Revolución Francesa Año 1,848	Invencción del Computador Año 1,938	Primera Red Social Por Internet Posmodernismo Año 1995
125 años de avance en el dominio de los metales con la invención del motor, pero no en el desarrollo de las redes sociales humanas, mejorando canales de comunicación como el teléfono, telégrafo y radio.	Cambio en las redes de producción y un avance significativo en las redes sociales humanas superiores, que ponen en el centro al humanismo.	Origen del traslado de las redes sociales humanas primarias y secundarias, de lo real a lo virtual.	En 1995, surge "Classmates", considerado el antecedente de todas las redes sociales virtuales.

Fuente: elaboración propia.

En la evolución humana, no sólo la biológica sino también en la económica, se debe dar por descontado que el avance de la humanidad está ligado a la supervivencia y perpetuación de la especie. Esa perpetuación se da solo con base en las relaciones sociales de producción, pero que está facilitada por las interacciones entre humanos.

Es decir, el establecimiento de redes institucionalizadas como la familia, la religión, el derecho, la cultura, el deporte, no solo hacen posible la vida en sociedad, sino que permiten el desarrollo social y la innovación. Quizás el último descubrimiento del ser humano sean las redes sociales digitales o virtuales, que no solo garantizan los objetivos humanos, sino, además, los potencializa.

“Durkheim explicaba que las pautas de conducta humana forman estructuras establecidas; son hechos sociales que una realidad objetiva más allá de las vidas y las percepciones de los individuos concretos” (Plummer, 2011, p.103). Es decir, que esas “estructuras establecidas”, son las redes sociales tanto humanas como virtuales, que preexisten y posexisten al hombre. La familia existe antes que uno nazca y sigue viviendo después que uno muere, estas redes por inercia son una estructura que sobrepasa a los miembros.

3.1.3. Migración de las redes sociales al Internet

El computador concebido en el año de 1930 encuentra la característica de red o de interconexión de redes hasta inicios de los años sesenta y se viabiliza hasta en el año 1962 con el proyecto militar “Arpanet”. En la década de los años ochenta, surge la triple “W” o World Wide Web como una necesidad de unificar los contenidos de esa interconexión de máquinas por medio de un punto y una terminación. Todos los contenidos comerciales serían a partir de entonces “.com”, y los organizacionales “.org”, y así sucesivamente.

Lo realmente importante en la historia de las redes de computadores, o sea, redes no humanas, surge de las mismas necesidades del hombre de la caverna de solucionar un gran problema, ¿cómo se va a utilizar la nueva herramienta? Si una computadora resuelve un

problema “X” y la otra computadora el problema “Y”, si se interconectan se va a resolver el problema “X + Y”.

El hombre como parte de su evolución pensó: si los humanos en actos colectivos son y producen más que en actos individuales, se obtienen mejores resultados, de esta concepción se tuvo la visión colectiva de conectar o comunicar dos computadoras distantes. Es decir, implementar en la red una herramienta para resolver desde los problemas más simples, hasta los más complejos.

El año 2000 fue significativo por ser un nuevo siglo, en el que se encuentra a una humanidad plenamente interconectada, pero sin desarrollar redes sociales humanas virtuales o por Internet, a las cuales llamaremos “RSHV”, y las redes sociales humanas simplemente “RSH”. Con el intento de por los menos tres portales: Classmates, SixDegrees y Live Journal, de trasladar las características de las RSH al plano de la virtualidad.

Es decir, que hasta ese momento el avance tecnológico no había creado el software o programa para interconectar humanos, paralelamente a la interconexión de las máquinas. Quizá desde la caída del feudalismo y la transición entre la Edad Media y la Edad Moderna, el hombre dejó el vasallaje y encontró un nuevo modo de producción, con alta participación de las máquinas. El hombre no había tenido la necesidad de trasladar sus relaciones humanas de cooperación social a otra dimensión de la comunicación interpersonal.

Hasta este punto, las redes sociales habían usado como canales de interacción de los miembros de las redes sociales primarias y secundarias, el teléfono y el telégrafo; las redes superiores como los Estados y la religión los medios de comunicación masiva como los periódicos, radio y televisión para articular los grandes grupos humanos.

El desarrollo del computador, cada vez más veloz, con mayor capacidad de almacenaje en la memoria RAM y en los discos duros, mejores tarjetas de audio, video y gráficos, así como crecimiento de desarrolladores y plataformas de software, impulsados por Internet y

los desarrolladores de programas de todo tipo, surgen como un paso natural al desarrollo de redes sociales que pasan de las humanas a las virtuales.

Sergio Morataya, (Morataya, Redes Sociales por Internet, 2008), hace la siguiente relación de la probable línea de tiempo del desarrollo de las redes sociales virtuales, a partir de los inicios comerciales del internet:

Classmates (1995). Red social fundada por Randy Conrads el 17 de noviembre de 1995, tiene con fin de encontrar amigos dentro del ámbito educativo, de cualquier nivel. Aún sigue activa.

SixDegrees (1997). Fue el primer servicio de redes sociales en el que se pudo crear un perfil personal, agregar contactos y enviar y recibir mensajes. Desapareció en 1998.

LiveJournal.com (1999). Es una plataforma que aún sigue funcionando, aunque en sus inicios solo permitía crear listas de amigos y conversar por medio de ICQ, de los primeros en ofrecer weblog; un diario o periódico en línea.

Ryze.com (2001). Se ha llegado a considerar la primera red social especializada, puesto que reúne aproximadamente a 500 mil profesionales de distintos ámbitos y aún sigue activo como: www.ryze.com

Friendster (2002). La primera red social que fue capaz de poder relacionar los datos de los usuarios según sus gustos y aún sigue funcionando. Su fundador es uno de los socios de Ryze.

Fotolog (2002). Antes de Instagram, esta red social tenía una función similar: intercambio de fotos entre usuarios. Fue tan exitosa que tuvo muchos problemas técnicos para responder, es una plataforma gratuita y aún existe.

LastFM (2002). Surge como una emisora de radio en línea, y posteriormente se convierte en una red social en torno a la música. Aún sigue al aire y pertenece a una empresa europea.

LinkedIn (2003). Es una red social con fines laborales, para relaciones empresariales, tiene el puesto como la más grande hasta el momento, ya que cuenta con un aproximado de 13 millones de usuarios. Tiene la función de buscar profesionales junto con trayectoria laboral y proyectos de trabajo.

MySpace (2003). Se posicionó como una red social de las más populares, sin embargo, tuvo problemas por albergar redes de pornografía y pedofilia. Fue comprada en 2005 por Rupert Murdoch (News Corp) por \$580 millones.

MSN Spaces (2003). Se conoce ahora como “Windows Live Spaces”, contiene aproximadamente 100 millones de visitantes únicos mensuales. Reúne aún servicios reconocidos como MSN Messenger, Hotmail, ahora Outlook; todos estos con fines de establecer espacios para intercambio de información entre amigos.

Hi5 (2003). Fue otra de las redes sociales más populares, tiene aún 50 millones de cuentas activas y su mayor atractivo era establecer relaciones interculturales.

Flickr (2004). Es una red social visual, la cual permite compartir fotografías y videos entre usuarios. Fue comprada en 2005 por Yahoo!, y ofrece 100MB de almacenamiento gratuito.

Orkut (2004). Fue una red social creada y promovida por Google, permitía crear comunidades de usuarios en torno a páginas comerciales y personales, e incluir videos de YouTube y material multimedia. El sitio era popular en Brasil e India, contaba con 67 millones de usuarios. Cerró en 2014.

Facebook (2004). Es la red social más popular y masiva hasta el momento, constituye uno de los mayores logros en cuanto a las plataformas que pretenden unir a comunidades

virtuales, y que estas puedan interactuar en tiempo real. Cuenta con un aproximado de 2.2 millones de cuentas en todo el mundo. Yahoo!, y Viacom han ofrecido cantidades considerables para absorber a la compañía, sin embargo, su fundador, Mark Zuckerberg las ha rechazado.

Yahoo! 360 (2005). Se constituye como la red social del explorador, esta cuenta con servicios como correo electrónico, calendario, eventos, blog, fotografías, emisoras; servicios generales para los usuarios, y es gratuito.

Bebo (2005). Es una red social con funciones básicas de interacción, como intercambiar material multimedia; tuvo su clímax de popularidad en 2006, aún está activa y tiene su versión en español.

Xing (2006). Es una red social especializada para ejecutivos, de carácter laboral. Esta permite compartir agendas conjuntas, datos de negocios, discusiones de proyectos, entre otros. Tiene una versión para escritorio y para dispositivo móvil. Fue una de las primeras en salir a bolsa de valores.

Pasó desapercibido el inicio de YouTube en 2005, la primera plataforma de Streaming y videoblog, en 2006 el surgimiento de Twitter, red social fundada por Jack Dorsey. Luego de esta información, nacen otras redes sociales en el orden a continuación:

WhatsApp (2009), una plataforma social de mensajería instantánea, la cual es comprada por Facebook.

Instagram (2010), la cual sigue teniendo el concepto gráfico de la cámara Polaroid.

Por último, en 2013, surge otra red de mensajería instantánea llamada Telegram.

Los avances anteriores hacen suponer que las redes sociales tienen un futuro en Internet, pero van a ir cambiando e incluyendo nuevas aplicaciones de videos en línea, mensajes de

voz, slide shows de fotos, máscaras, filtros, cascos, hologramas y un sin número de aplicaciones, tanto para teléfono como para computadoras de escritorio (PC) que en poco puede ser que cambien diametralmente y se use la telepatía, hologramas y teletransportación como parte del futuro.

Esta relación se puede ordenar en tres etapas:

1. Etapa inicial: (1995 – 2004) Donde los desarrolladores proponen las primeras redes sociales siguiendo un esquema simple de sus componentes. Un nodo central desde donde parte los amigos a los cuales seguimos y nos siguen, con líneas de tiempo minimalistas y sin publicidad, privilegiando un proceso de comunicación muy básico, casi como una cartelera digital, sin interacción y movimiento. El nodo central dejaba un mensaje el cual era visto y comentado, no en tiempo real, es decir, no se había desarrollado el chat o charla en línea.
2. Etapa de desarrollo: (2004 – 2010) Donde el sistema básico de comunicación de emisor, receptor, es dinamizado por la interacción en línea y chats, se agregan las galerías de fotos y aparecen los emoticones y otras aplicaciones que los popularizan, porque se vuelven canales de comunicación en línea y superan esa etapa inicial de cartelera digital.
3. Etapa del boom de las Redes Sociales: (2010 – 2016) En esta etapa, las cabeceras interactivas que incluyen fotos de mayor calidad, una mejor disposición gráfica, plantillas más dinámicas de las líneas de tiempo y la mejora en la interacción, respecto a comentarios, respuestas, seguimiento de la conversación, transmisión streaming de TV, mejora en los dispositivos móviles y mecanismos de captura de contenidos hacen que prácticamente, cambien radicalmente la forma de comunicación en todo el mundo.

La esquematización sería la siguiente:

Esquema 8: Desarrollo de las Redes Sociales Humanas Virtuales

ETAPA INICIAL

1995 - 1997

2004

1995 Classmates	1999 LiveJournal	2001 Ryze	2002 Friendster, Fotolog, LastFM	2003 LinkedIn, My Space, Windows
1997 SixDegrees				Live y Hi5

Especie de carteleras digitales, con un proceso de comunicación y de intercambio de mensajes entre emisores y receptores sin interacción, plantillas estáticas, sin conversaciones en línea, baja calidad en las fotos, sin galerías y sin video.

ETAPA DE DESARROLLO

2004

2010

2004 Flickr, Orkut y Facebook	2005 Yahoo! 360, Vevo y YouTube	2006 Xing y Twitter	2009 WhatsApp
-------------------------------	---------------------------------	---------------------	---------------

Facebook es considerada la primera red social virtual de corte global con 1,8 millones de miembros hasta diciembre de 2016.

Se innovan las Redes Sociales Humanas Virtuales, con la interacción en línea, plantillas versátiles, incluyen galerías de fotos y emoticones (signos que transmiten emociones).

ETAPA DEL BOOM DE LAS REDES SOCIALES VIRTUALES

2010

2016

2010 Instagram y Snapchat	2013 Telegram	Surgen un sin número de Redes Sociales Humanas que no se masifican
---------------------------	---------------	--------------------------------------------------------------------

BOOM: Se debe en que en este período las Redes Sociales Humanas Virtuales pasaron de abarcar áreas geográficas sociolingüísticas para convertirse en Redes Globales o Mundiales. A diciembre 2016, Facebook 1,800 millones, YouTube y WhatsApp 1,000 millones, Twitter, Instagram 500 millones, Telegram 200 millones, Snapchat 100 millones.

Se incluyen nuevas funciones, mayor capacidad, captura de fotos de mayor calidad, se incluye el video en línea, se mejora la interacción en los chats se incluye el compartir se innova la plantilla de la línea de tiempo.

Fuente: elaboración propia.

Los números para julio de 2018 son los siguientes:

- Facebook tiene 2,500 millones de usuarios
- WhatsApp propiedad de Facebook tiene 1,000 millones de usuarios
- Twitter se encuentra estancado en 500 millones de usuarios
- Instagram llega a 1,000 millones de usuarios
- La red de mensajería Telegram llega 500 millones de usuarios
- En YouTube se miran 3 millones 250 mil horas al mes, para hacer un total de 39 millones de horas al año, tercer buscador después de Google y Facebook.

3.1.4. Contexto histórico de las redes sociales en el Internet

Para pensar en el contexto histórico, el Dr. Edgar Barillas, entrevistado con el fin de contrastar un aporte a dicho marco de la comunicación, plantea que se debe ubicar de la siguiente forma: el ser humano no surge, más bien, es el resultado de un proceso histórico de hominización de un proceso. El humano no está, según la historia, materializado de un momento a otro por arte de magia, es más bien, el resultado de un proceso de evolución, a tal punto que, de “homo erectus” pasa a ser “homo sapiens”, un espécimen que piensa dota sobre los demás animales de un arma poderosa, lenguaje, articulación de signos que le permiten la conquista del mundo, (Barillas, 2018).

Pasan 4 millones de años para ir desarrollando las capacidades que lo hacen diferente al resto de los animales, entre esas características diferenciadoras se encuentran: la capacidad de generar conocimiento, de articular la comunicación y unirse en grupos para satisfacer sus necesidades básicas, haciendo redes sociales permanentes que les permiten la dominación, incluso de criaturas de mayor envergadura a estos primeros seres humanos. Aparece como una construcción social la cultura que permite pasar los avances y conocimientos de una generación a otra.

“No es posible pensar que los individuos crearan un instrumento sino lo heredaban, hay una

necesidad vital de transferir esa cultura para entender de mejor manera, que la cultura es todo lo que heredamos nosotros, como es biológico, por eso cuando los antropólogos, geólogos y arqueólogos identifican restos humanos, es precisamente a través de los restos de herramientas que han quedado. Esas herramientas pueden ser líticas, de piedra, hueso de madera, puesto que, esta última es un poco más flexible de desaparecer y mucho más duran los huesos y más las piedras, por eso cuando un arqueólogo o un geólogo observa el campo inmediatamente es capaz de detectar cuáles son los productos culturales”, (Barrillas, 2018).

Solo se puede imaginar al ser humano desorganizado, en hordas salvajes que deambulan en grandes extensiones, disputando el alimento y control de la naturaleza a inmensos animales, muchas veces feroces. Esas manadas de seres humanos no son precisamente redes sociales, son, más bien, grupos organizados con fines muy prácticos: cazar juntos, resolver el problema de alimentos y vivir el día a día.

Posterior a la horda, surge la “Gens” como una respuesta al problema de organización de la familia. El concepto de clan o vínculo de sangre, surge en esa comunidad gentilicia que permite organizar a la familia en pequeñas redes sociales que traspasan el fin inmediato de la satisfacción de las necesidades básicas, para trasladarse hacia formas de organización un tanto más complejas, permitiendo la primera gran revolución de la humanidad como es la Revolución Neolítica, la cual que permite la primera división del trabajo entre hombres y mujeres, surgiendo el excedente o plus producto, además, se inicia en ese momento, la desigualdad, al apropiarse unos del trabajo de los otros o del grupo entero.

La Revolución Neolítica plantea grandes problemas para la humanidad, porque no solo dota de cierta organización social a los humanos por medios de redes de interacción, sino que permite tener excedentes, es decir, aprende a resguardar más comida de la que se necesita por el trabajo colectivo conseguirla. Hay más frutos y se inicia el principio de la evolución cultural de la humanidad, también surge en el humano, el deseo de apropiarse de ese excedente descubre la posibilidad de explotar a otro ser humano, o las redes sociales humanas que producen ese excedente.

Para Edgar Barrillas, el asunto es complejo, “es muy importante ponerle atención a la cuestión de la cultura, una horda no es sencillamente una reproducción biológica, un animal crece, se desarrolla y desarrolla instintos, el ser humano aprende a hacer humano cuando adquiere la cultura, es después cuando comienzan a adquirir hábitos que no son transmitidos biológicamente ahí es muy importante el lenguaje, las hordas no es que no tuvieran lenguaje por supuesto que tenían, no tienen sistema reestructurado de escultura pero de alguna manera la forma de comunicación si son absolutamente vitales”, (Barrillas, 2018).

Para algunos antropólogos, las hordas eran grupos, como una especie de manada de hombres cazadores y recolectores, sin ninguna organización social, que, de manera nómada, andaban resolviendo el problema de sobrevivencia. En algún momento se acomodó y sintió la necesidad de dejar de ser errante para establecerse en cuevas, que le permitieran lograr con mayor facilidad los satisfactores que le eran necesarios al grupo.

El tejido social se principia dar, de manera natural, lugar a los seres humanos para reconocerse como miembros de una familia por vínculos de sangre, a los cuales se les denomina clan. El humano es miembro de una red social primaria: la familia, se apropia y se siente parte de un grupo, con el que comparte un origen biológico común.

“El clan representa un tipo de organización en donde se empieza a ver diferenciación de los grupos dirigentes y grupos dirigidos. No hay todavía una división del trabajo muy específica pero sí una división en cuanto a las tareas que desempeñan, podemos hablar de división social del trabajo cuando ya hay una especialidad y surgen los agricultores, hay una domesticación de las plantas silvestres, surge la agricultura y hay personas que empiezan a especializarse en la agricultura.

Entonces ya no es todo el grupo el que se dedica a hacer las mismas tareas, sino que, ahora hay unos especializados en agricultura, otros siguen siendo cazadores recolectores, pero

empieza a verse especificidad, luego surgen los artesanos, otro de los grandes avances de la sociedad y significa otra división social de trabajo, ya tenemos agricultores, artesanos y la tercera división social de trabajo cuando aparecen los comerciantes y eso es importante porque ya no van a ser productores sino intermediarios, distribuidores del trabajo ajeno”, (Barrillas, 2018).

Esta organización hasta cierto punto de vista compleja tiene dos exigencias, la de una comunicación articulada compleja y la organización con clases, por lo menos dos: una de dirigentes y una de dirigidos. El concepto de propiedad privada surge de forma natural y alguien decide que debe haber normas para regular esas relaciones sociales primarias. Esto, vuelve cada vez más compleja la relación entre clanes o familias, ya que estas normas, asignan funciones o roles entre las familias.

Pero esas redes sociales primarias se ven en la necesidad de evolucionar y surge la tribu, que expresa un modelo de organización un tanto diferente, más abarcador con las sociedades esclavistas, operando a toda máquina. El surgimiento de las ciudades-estados griegas, suma a la organización social el concepto de “hombre herramienta”, que, posteriormente, fue cambiado al concepto de hombre máquina.

Por lo tanto, la familia como red social primaria base también tenía que evolucionar, de una familia poligámica a una familia monogámica, del matriarcado al patriarcado, que no por fuerza, en términos de igual en el ser humano fue positivo, pero que de manera natural así se dio y pasa a nuestros días.

Esas redes sociales primarias complejas, evolucionan hacia redes sociales secundarias, que incluso llegan a formar los primeros estados, adquiriendo tal complejidad en sus tejidos sociales, que se convirtieron, ya no a pequeños grupos humanos dispersos, sino a grandes grupos humanos ordenados y agrupados en Estados, grandes ciudades construidas por miles de hombres que pasaron de un estado de libertad a uno de esclavitud, donde florecen: Egipto, Grecia, Persia y Roma.

Las redes sociales son tan complejas que, clases y castas con privilegios, toman el control y la dirección de toda la humanidad. Pero esta gran estructura, llega a pregonar que Roma es “eterna”, pues tiene las bases de barro y se desmorona, dando paso a otra red social estatal más compleja. Las redes primarias dirigenciales dan un paso más y se convierten en monarquías cambiando la relación señor esclavista y esclavo, por señor feudal y vasallo.

“Al entrar en crisis el Estado romano, hubo disgregación donde antes hubo un imperio, ahora reformaron innumerables reinos y dentro de cada reino feudo, y llegaron a adquirir una autarquía, se produce todo lo que se consume y se consume todo lo que se produce, no hay vinculación con los demás feudos, es crearse una estructura piramidal en donde los reyes tienen algún tipo de vinculación con los feudos por ser amos y señores. Aquí los siervos que son los productores ya no pertenecen como esclavos al señor feudal pero sí dependen de él, de las tierras del señor feudal. En la sociedad esclavista hay una estructura en la cual el estado garantiza la propiedad de los esclavos por parte de los esclavistas”, (Barrillas, 2018).

Por lo tanto, las redes sociales se van volviendo más complejas, porque de un sistema bastante sencillo como el esclavista, en donde hay un amo y un esclavo. Las relaciones entre siervos, vasallos y monarcas se vuelven tan compleja que la clase social, como red social secundaria, pasa a coger, y, de esta forma, la iglesia y el estado se unen para explotar a grandes grupos humanos.

En la teoría de la red, que parte de un nodo de central, y a ese nodo central responden conexiones, hace que la sociedad feudal sea prácticamente del sistema de red occidental, donde interactuamos con nuestros cercanos con base en los intereses más próximos. Puede ser que la base, por ejemplo, de las fronteras y los países, donde surge la necesidad de darle nombre a las redes como: los celtas, los germanos, los latinos, entre otros. En fin, el lenguaje moldea la red, los signos lingüísticos, como tales, alimentan las conexiones.

El rol de “amo” cae para que surja el señor feudal. Los nobles y los burgueses, jugando la

iglesia el papel de Estado, de la idealización de la vida en sociedad, de la implantación de los conceptos cielo e infierno, siendo la encargada de la idealización de las artes, la educación y el conocimiento, con el objeto de desvincular las redes sociales primarias de los medios de producción, y lograr de esa forma, su conducción.

La evolución de la humanidad permite pasar de un sistema económico a otro, pero casi de la misma forma que se dio la evolución biológica, se pasa, por ejemplo, de la comunidad primitiva a la sociedad esclavista y de esta a la sociedad feudal, como parte de una evolución del ordenamiento del tejido social.

La evolución natural de las redes sociales permite sucesivamente tres fenómenos: Renacimiento, la Revolución Francesa y la Revolución Industrial, que desarticulan el feudalismo, y permiten, ya no surgimiento de un sistema económico que lo sucede, sino el capitalismo y socialismo, como dos nuevas formas o redes sociales de tercer orden, las cuales logran ordenar a toda la humanidad en dos grandes redes económicas y políticas.

Redes que se oponen y chocan entre los años sesenta a noventa en una etapa histórica de la humanidad conocida como “Guerra Fría”, porque además de existir muy pocas palabras entre sus élites dirigenciales, se dieron conflictos locales y no confrontaciones directas entre estas dos grandes redes económicas, políticas y militares de tercer orden. Estas, no solo dominan el mundo si no que parten al mundo en dos bloques, denominados “los países de Occidente y los de Oriente”, con su propia visión de mundo, cultura, modelo de comunicación y visión respecto al propiedad de los bienes y servicios públicos.

Este paradigma quizá es roto, únicamente, por un pequeño invento en los años treinta, a los cuales le llaman “el computador”, que es un aparato con capacidad de procesar datos y el invento de unir esos aparatos en una gran red en los años noventa, conocida como Internet. La transición de las redes a través de la historia permitió que después de la Revolución Neolítica, se diera el segundo gran salto de la humanidad en el desarrollo de su organización social.

De esas redes sociales, casi inertes, de la Edad Media, se pasa a masas participantes en el inicio del siglo XX, las que, en el siglo XXI, evolucionan quizá a una cuarta etapa de las redes sociales humanas: a las redes sociales virtuales. El humano se traslada de su relación red humana a una relación red virtual, dando un salto cuantitativo, tan importante, como cuando en la caverna decide que debe existir una distribución social del trabajo, con el objeto de organizarse en redes primitivas de subsistencia.

En este contexto histórico, es en el que se debe pensar que las redes de computadoras con diversas aplicaciones, así como la evolución natural de humanidad de un estadio a otro, permite verse nuevamente sin fronteras, y con un horizonte geográfico más grande, con la simplificación del código para comunicarse y la plena conciencia que el desarrollo humano, lleva al planeta al colapso y autodestrucción.

La estrategia para solventar un poco el asunto, puede ser el control del agua y de los medios para lograr la vinculación de las masas a los medios de producción, y sean las máquinas las que hagan el trabajo pesado, para que el humano pase a la conducción. En la época de la información y sobreinformación, las redes sociales virtuales tienen un papel preponderante, ya que se debe buscar un nuevo orden mundial; se ha llamado globalización, pero sigue cuestionado por redes reales humanas, como nuevo mecanismo de sistema y orden social.

“Mientras haya apropiación privada del capital no a tal nivel, al contrario, los fenómenos de la globalización lo que tiende es a globalizar la dependencia, cada vez más el control social es más sofisticado. Quiero referirme a la globalización y pensar sí es buena o mala, y no podemos hablar de la ley de gravedad como buena y mala.

La ley de gravedad es privada o pública, igual sucede con la modernidad no podemos venir a ponerle calificativos, es que la modernidad nos desgració, es un hecho y se dio como está esa refrigeradora frente a nosotros, la reacción del siglo XX contra todo lo moderno, que se marcaba como canon, como positivo, las grandes filosofías del siglo XIX y XX eran

positivistas, esa reacción contra ese positivismo que se le llama postmodernidad es lo que hace que tengamos una mejor comprensión de fenómenos sobre la globalización”, (Barrillas, 2018).

Para (McLuhan, Aldea Global, 1989), quien maneja información ejerce hegemonía, y la gente cae dentro de ese esquema, se traga los discursos hegemónicos. Resulta tan difícil que la gente salga de su pensamiento porque la hegemonía se impone y tiene que ver con el consumo de la información de las noticias, de los medios de comunicación, el cual no es controlado por el consumidor, sino por quienes se ven beneficiados por ese consumo.

Las personas le tienen miedo a la revolución, y aunque, la Revolución Neolítica significó el surgimiento de la escritura, de las ciudades, ciudades complejas, del Estado, el paso hacia el esclavismo, a la Edad de los Metales. Ahora bien, si se omitiera esta revolución prehistórica, quizá no tendría un impacto mayor, pero si se omitiera, por ejemplo, la Revolución Industrial, se van los teléfonos, las cámaras, cualquier aparato electrónico.

Todo funciona por electricidad, y eso es producto de la segunda Revolución Industrial, el uso de combustibles fósiles, de la química aplicada a la tecnología. Si se quita la segunda revolución sí significa un gran paso atrás. La situación que se plantea es que, si no existieran las revoluciones por medio, no se lograrían, ni se hubieran logrado tantas cuestiones que aportan al funcionamiento de la existencia humana regulada.

Reflexiones Finales

La historia de las redes sociales es, al final, la historia de la evolución de la humanidad y su necesidad por organizarse en grupos o redes sociales primarias como la familia, en redes sociales de segundo orden como el Estado y la Iglesia, y, finalmente, en redes sociales de tercer orden como los bloques geopolíticos, para llegar a redes sociales avanzadas como las redes sociales virtuales o digitales, que establece una sociedad red.

La evolución de las redes sociales a lo largo de la historia no ha sido completamente documentada, por lo que se plantean esquemas que explican cómo han evolucionado de redes sociales reales a virtuales. De hecho, en la actualidad, muchas personas consideran que las redes sociales son resultado de la posmodernidad, que surgieron con el Internet, sin reparar que existían desde mucho tiempo antes. Ellas mismas son partes de redes primarias como la familia, grupo de amigos, religioso o equipo de fútbol.

El “boom” de las redes sociales en el 2004, visibiliza el fenómeno de la globalización predicho por Marshall McLuhan y teorizado por Manuel Castells en su concepto de “Sociedad red”. Fenómenos empresariales y tecnológicos como Facebook, hacen que se cambie la forma del tejido y comunicación social e interacción de los nodos por medios virtuales.

Las redes sociales no son un fenómeno de Internet, son, más bien, un fenómeno social de la realidad física. El Internet solo mejora la transmisión de fotos, vídeos, textos, archivos y documentos, almacenando la actividad de los seres humanos en una memoria incuantificable de datos “Big Data”, la que permite establecer una bitácora pormenorizada de cada nodo, de las diferentes redes sociales.

En el contexto histórico del desarrollo de las redes sociales, se plantea un escenario sobre que, la nueva lucha sea entre el ser humano y las máquinas, dejando por un lado la lucha de la supremacía del hombre contra el hombre. La historia de la humanidad narra cómo el hombre fue evolucionando en sus relaciones sociales debido a un fenómeno económico y cultural. La base de los cambios y las relaciones sociales está en las relaciones de producción que hacen que las redes sociales muten. La globalización como último fenómeno de organización social, precisamente, plantea el hecho que el Internet ha jugado un papel de primer orden en la reconfiguración de la sociedad en el establecimiento de un nuevo orden.

PARTE III: MARCO TEÓRICO

Capítulo 4

Epistemología de las redes sociales

En este capítulo se hace un abordaje epistemológico de las redes sociales, tomando en cuenta que, como se ha venido explicando, estas no nacen de la nada; son más bien, el resultado de la necesidad del ser humano por organizarse para sobrevivir y crear las condiciones materiales e inmateriales de su cultura.

4.1. La posibilidad de una epistemología de la comunicación y las Redes Sociales

El ser humano históricamente ha inventado herramientas que posteriormente descubre cómo usarlas, desde el fuego y la rueda, hasta la nanotecnología, son herramientas que resultan ser un producto cultural y social de alta incidencia tecnológica, tienen como antecedente más lejano, la Revolución Neolítica³.

Alrededor del año 2000, Internet se desarrolla, a tal punto, que puede ser la segunda gran revolución de la humanidad. Cuando el ser humano puede pasar de ser un ser físico a uno virtual. Uno de los usos más importantes que se le puede dar a este invento, es la virtualización prácticamente de todo, con el “boom” de las redes sociales en el año 2004 la humanidad descubre una nueva dimensión del lenguaje humano, la gran duda puede ser si se puede generar conocimiento alrededor del tema.

La virtualidad impacta tanto el mundo, modifica la comunicación social, con tal fuerza como en su momento lo hizo el lenguaje oral y posteriormente el escrito, dotando a la humanidad de nuevas formas de comunicación. El planteamiento base para el presente capítulo sería: ¿Es posible construir una teoría del conocimiento alrededor de este

³ Ocurre 9 mil a.C., es la primera gran revolución que transforma la humanidad cuando el hombre pasa de ser nómada a sedentario

fenómeno?, ¿será posible construir un objeto propio y leyes de tal forma que pase a ser una rama del conocimiento?

La epistemología es uno de los hechos académicos más antiguos del hombre, desde la antigüedad se ha tratado de profundizar sobre la “Teoría del Conocimiento” para explicar todas aquellas dudas que le asaltan, desarrollando para ello, una gnoseología para todas las cosas.

Si las redes sociales existen, por lo tanto, son susceptibles de ser estudiadas y desarrollar una teoría del conocimiento alrededor de ellas. Pero ¿cuál sería su fundamentación o base? La “epistemología de la comunicación”, y para ello, se puede apoyar en corrientes tanto funcionalistas como estructuralistas.

Para Abad (2006), es posible formular una epistemología de la comunicación, con el objeto de darle un sentido a convertirla en una ciencia. Lo que resulta difícil es llegar a una convención sobre que lo implica, en términos personales y no se diga en políticos y masivos, sobre las cosas que hay que poner en común.

Toda esta epistemología de comunicación es construida desde un enfoque histórico y cultural, refuta Valdetaro (2015), desde una posición un tanto más funcionalista, menos ideológica y con un pensamiento un tanto pragmático.

El abordaje de la comunicación como ciencia es, relativamente, reciente. Los teóricos se han preocupado a partir de unos años, en buscar el objeto científico de la comunicación y han coincidido en poner en el centro de la discusión una ciencia: “la comunicología”, que tiene como centro de acción: el mensaje, probablemente este enfoque abarque las redes sociales.

Ese génesis de todas las cosas para los comunicadores es fácil explicarse a la realidad por medio de la transmisión de mensajes, no importa si el canal es digital. Sin embargo, no se

está hablando de la comunicación como un proceso fácilmente diferenciado por sus elementos, que hasta los niños de primaria conocen, más bien, se refiere al mensaje como centro de ese proceso. También se posiciona como centro del quehacer científico, como centro de la verdad, como objeto epistemológico de esa teoría del conocimiento, que no por fuerza, tendría que aplicarse a las redes sociales. De tal forma, que la epistemología que se debe construir es una que tenga como centro: las redes sociales. Desde la antigua Grecia, ya existía el término “premisa”, y se basaban en dos grandes líneas: las verdades y las creencias.

Se debe entender la epistemología, como una teoría del conocimiento y si el “boom” de las redes sociales⁴ se extiende, debe intentar llegar a la profundidad, a su esencia, a su teoría del conocimiento. Para los griegos, el planteamiento de un conocimiento, no sistematizado, se llamaba “Doxa”, sinónimo un tanto de la “opinión del vulgo”, y se expresaba en plazas públicas llamadas “Ágoras”, como un conocimiento vulgar o empírico, sin realidades o leyes que los sustentaran, en tanto que eran opiniones.

La posmodernidad, en especial, las redes sociales, moldearon a la humanidad en conceptos globales como un preámbulo a la predeshumanización, la cual viene junto con la homogenización de grandes grupos humanos. Para la élite económica y financiera, existe la necesidad de que la humanidad utilice un solo sistema de signos, un solo lenguaje, que, por cierto, no es humano sino de máquina; un sistema binario que permite traspasar la frontera cultural de los idiomas en instantes y capaz de procesar cualquier dato.

El sociólogo francés, Alain Touraine, explica de forma magistral que, las transformaciones de las sociedades hacia la modernización dentro del marco de las imposiciones institucionales por parte de los grupos de poder se deben a que el ser humano se concibe ahora como individuo dentro de una universalidad, esto a partir de tomar consciencia respecto a lo que, como sujeto parte de un colectivo, merece tener; derechos humanos

⁴ En los estudios del investigador esto sucedió en el año 2010 cuando Facebook alcanzó 500 millones de usuarios activos

universales desde el individuo. “La modernización es un proceso que conduce al encuentro de una noción general, universal, con una historia peculiar, la de un individuo, una sociedad o una institución”, (Touraine, 2013, p. 283).

El reto de construir las bases para generar el debate de, si es posible o no una epistemología de las redes sociales, puesto que tiene un sentido social pragmático y también científico. No se puede inhibir a solo teorizar y buscar las relaciones dialécticas dentro del desarrollo de las relaciones de comunicación en los tejidos sociales; a cada país o comunidad cultural le serán diferentes desde el punto de vista cultural y social el desarrollo epistemológico para explicar la verdad.

Los autores, Buen Abad y Valdetarro, (2015), pueden servir de base para sustentar la tendencia americana y europea de ver el mundo. Desde visiones diferenciadas: Abad desde un punto de vista estructuralista y con una fuerte carga social dialéctica, mientras Valdetarro, se presenta más funcionalista y empírica.

El gran dilema es, ¿hay posibilidad de hacer ciencia, teniendo como centro las redes sociales?, ¿pueden llegar en un futuro las redes sociales a conocer las verdades científicas de las nuevas sociedades? Un ejemplo debido al avance de la tecnología es cuestionarse si, ¿es posible la “Sociedad líquida” que pregona Zygmunt Bauman?

En esta sociedad, según Bauman, el conocimiento adquirido para toda la vida es sustituido por el concepto de conocimiento útil, todo se usa y se tira, esa incertidumbre que viven las actuales generaciones los hace más hedónicos que las anteriores y solo se debe aprender aquello que es útil, de todos modos, no importa mucho el futuro y no se aspira incluso llegar a la vejez. Todo este mapa, es atribuible a la tecnología y a esta nueva dimensión de la comunicación llamada virtualidad.

Es decir, que el conocimiento se adquiere por el contacto con los demás y la repetición. Miles de años después, con la invención de la escritura se adquiere conocimiento de forma

escrita y con tutorías, era un proceso lineal y conductista que llegó a nuestro siglo, sin embargo, la virtualidad y el avance de la tecnología, cambian el modelo. Ese cambio de modelo de redes reforma la sociedad y la forma de comunicarse. Por lo tanto, en el futuro hay muchas posibilidades que el conocimiento se adquiriera en redes sociales, o bien, en buscadores, tutoriales o universidades completamente virtuales. De hecho, Google Classroom⁵, es el intento más serio de la “Big Data” por recolectar el saber humano.

Una red social recoge el saber humano, alimentando una inmensa base de datos que sistematiza el conocimiento de la humanidad. Este gran archivo, puede ser la base de esa epistemología de las redes sociales, empezando en su formulación con la tesis que precisamente esa Big Data podría ser el objeto de una teoría del conocimiento, o bien, de una ciencia en el futuro o conocimiento objetivo.

Puede ser que la teoría del conocimiento de las de redes sociales, gire alrededor de la “Big Data”. Todo el conocimiento del ser humano generado en las redes populares, las redes especializadas y las redes académicas, es almacenado en servidores, no de aquellos que hacen operar las redes sociales, sino en servidores que procesan esa información y alimentan los primeros cerebros digitales de la llamada “Inteligencia Artificial” (IA), creando una inmensa base de conocimientos como jamás se había visto.

De todo ello, se debe deducir que, la epistemología de las redes sociales debe tener como centro esa inmensa base de recolección de conocimiento, más que de información. Ella va a proveer el objeto de estudio de una nueva ciencia, que no solo tendrá su propio objeto, sino sus propios métodos, llegando incluso, a formular un marco filosófico, por medio del que se puedan explicar las razones más profundas que tiene el ser humano para llegar a la verdad, con la que se podría explicar todas las cosas, y que pasaría a ser el centro de la esencia de la humanidad.

La epistemología, como ciencia, hereda a las redes sociales una plataforma base de teoría del conocimiento, base para el desarrollo de la segunda. Provee el norte necesario para

⁵ Red social académica de Google.

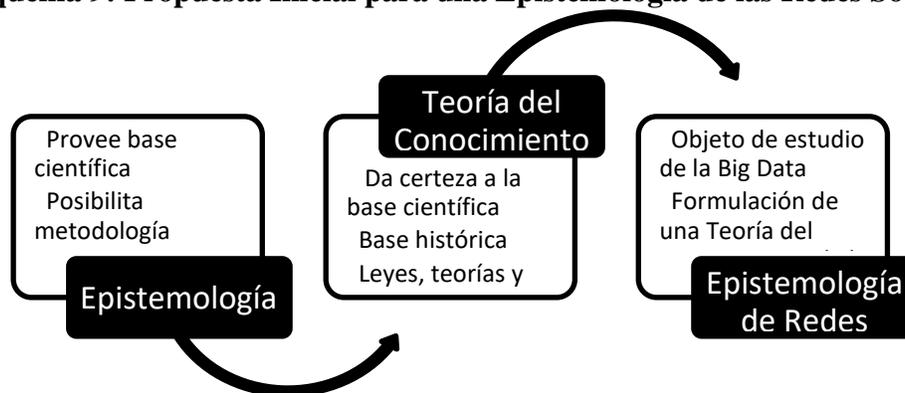
explicar la verdad de las cosas, explicándose en primera instancia, el ¿por qué? las redes sociales son más que fuente de entretenimiento o vehículo de transmisión de información, inmensas bases de datos por medio de las cuales la humanidad está recopilando conocimiento, que luego procesa para alimentar nuevas aplicaciones y recoger más datos.

El planteamiento va en términos incluso éticos, del uso que hacen en este momento los CEO⁶ de las grandes redes sociales, quienes recopilan una gran cantidad de datos que corren el peligro, en un determinado momento, de ser usados por máquinas independientes, incluso en contra de la misma humanidad.

Algunos futurólogos, plantean que, en el no lejano año de 2050, puede ocurrir que choquen la inteligencia artificial y la humana, y, de ese choque, resulte una revolución tan importante, que no solo marque nuestra relación con las máquinas, sino también, sea una revolución tan fuerte y grande como la neolítica. Que provoque un impacto que cambie el futuro de la humanidad, que haga realidad la vida en otros planetas, los viajes espaciales a grandes distancias y velocidades que nos son imposible cuantificar; que el hiperespacio no sea ficción, sino una realidad alcanzable.

De ello, se desprende el siguiente esquema, que explica con claridad el planteamiento del abordaje de una epistemología de las redes sociales, el cual se explicará posteriormente:

Esquema 9: Propuesta Inicial para una Epistemología de las Redes Sociales



Fuente: elaboración propia.

⁶ Chief Executive Officer, equivalente para América Latina al Presidente Ejecutivo de una corporación.

En el esquema 9, se presenta como una ruta inicial y probable para iniciar la formulación de una epistemología de las redes sociales, una “Epistemología General” para generar una “Teoría del Conocimiento”, la cual debe dar los primeros pasos en el camino de formular una con respecto a las redes sociales, debe tener como fin científico, probar si la “Big Data” puede ser el objeto de estudio a una nueva ciencia llamada “Social Media Science”⁷. La humanidad tiene la necesidad no sólo de recopilar información, sino de teorizar sobre el destino de esa información, y cómo formule su propia teoría del conocimiento.

La epistemología como tal, provee la base científica y los primeros debates, se debe considerar importante, en esta parte, la metodología, sobre qué bases se van a iniciar las discusiones, para que en una segunda etapa formulada como teoría del conocimiento se dé certeza a los principios científicos aportados. Proveer las bases históricas, las leyes modelos y teorías que sostienen esta propuesta y por último si es posible llegar a una epistemología del conocimiento, porque las redes sociales están ahí, son un hecho concreto de la realidad.

4.2. De forma paralela corre una Ontología de las Redes Sociales

De entrada, nadie puede negar que también es posible la “Ontología de las Redes Sociales”, es decir, está construida por seres, de una parte, inmaterial y otro material. Platón planteaba que las ideas eran el verdadero ser, y sus manifestaciones materiales eran tan solo la cárcel de esto. Mientras Aristóteles, le complementa afirmando que el ser era sustancia y cuerpo.

Las redes sociales virtuales tienen en su diseño y construcción, tienen atrás de sí a seres humanos que las han diseñado y construido. La ontología moderna, destaca que es más importante la idea del ser y su estudio. Para muchos, la metafísica y la ontología son dos disciplinas diferentes que abordan y cuestionan al ser, y las cosas que diseñan el ser, tienen manifestaciones físicas como es el caso de las redes sociales virtuales.

⁷ Ciencia de la Social Media que se podría abreviar en inglés SMS y en español CMS.

La metafísica estudia el ser en cuanto ser, es decir, se podría considerar como objeto de estudio “Facebook”, como ser, en cuanto es y existe. Pero la ontología estudia al ser en cuanto ente. Aquí el tema a resolver es, cómo entendemos cada uno, ¿qué es el ser? Y, ¿qué es el ente? Desde lejos y sin hacer una reflexión profunda, se puede desarrollar una corriente de pensamiento de las redes sociales, más como ente que ser. Más, como productor del ser, que un ser en sí mismo, y que su cuerpo, compuesto por miles de servidores, son la expresión material de ese ente.

En cuanto a ente, es susceptible, de ser estudiado, analizado y conocido, tratando de descubrir las relaciones humanas y de poder que articulan, no solo los algoritmos, que es lo que ven sus usuarios, sino conocer lo que hacen con los datos que almacena y la forma en que los usan.

Si entendemos el ser en cuanto ser, y que ese ser es “Dios”, la metafísica el final es más parecido a la teología, la cual estudia a ese ser superior. La ontología estudia al ser como ente. Ahora bien, este ente al que estudia lo ontología es el humano, no se pretende decir que las redes sociales en sí mismas son un ente, porque desde la óptica de la filosofía, las redes sociales solo son producto de ese ente que es: el ser humano.

Ahora bien, ese ser humano, crea la máquina, crea el sistema (Internet) y crea el algoritmo (Facebook) que es la red social, es a ese ente al que debe estudiar la ontología de las redes sociales, al ser que ha creado todo el sistema y tratar de descubrir sus razones, la forma en que lo usa, qué usos le dará y qué cosas está proyectando para toda la humanidad. El ser humano como ente, no va a parar en la construcción de su proyecto tecnológico y hará de esa tecnología una inteligencia artificial, independiente a él, que en un momento no solo le cuestione la verdad última de las cosas, sino la forma en la que está administrando al mundo.

Aunque la palabra “Ontología” nos refiere al estudio del ser, no es a “Dios” o la idea de él a lo que nos refiere, sino, más bien, al estudio del ser en cuanto a ser: su naturaleza, su

existencia, incluso su realidad; si estudia todo esto, también se puede plantear dudas sobre lo que no es. Por lo que, a la luz de la tecnología, la ontología, tendría que estudiar el sistema como entidad, es decir, como un ente organizacional que almacena conocimiento, que lo procesa, y que, eventualmente, lo usa con fines éticos, pero también antiéticos, como el control social y la manipulación de elecciones, por mencionar algunos casos, los cuales serían objeto de estudio de una ontología de las redes sociales.

Esa ontología de las redes sociales tendría que estudiar las relaciones y las motivaciones de los seres humanos que levantaron el sistema, también las relaciones de todos aquellos seres que trabajan en su operatividad y sostenibilidad, y, sobre todo, a los nodos decisivos de lo que se hace con todo ese estudio del ser humano como ente sujeto a ser estudiado.

De hecho, en la inteligencia artificial se utiliza el término “Ontología” para nombrar al razonamiento inductivo de las máquinas y la forma en que resuelven los problemas que les plantean sus programadores. Los llamados “Bots o robots”, que muchas veces incluyen los “Smartphone”, vienen preparados con ese llamado pensamiento ontológico, no como una mera acepción filosófica, sino prestando la palabra para darle un nombre a esa tarea que se le asigna a los robots de resolver problemas, por el momento simples, pero que, en algún tiempo, sin duda, serán mucho más complejos.

Un ejemplo, es el ocurrido en julio de 2017, donde los medios de todo el mundo informan que Bob y Alice⁸, dos “chatbots” de Facebook, deciden comunicarse entre ellos (Prensa Libre, 2017). Si se utiliza ontología de la inteligencia artificial, como intercambio de conocimiento es posible, se puede desarrollar solo por este evento, toda una teoría de la inteligencia artificial, y, de hecho, incluiría una epistemología y ontología de las redes sociales.

Es decir que, si es posible crear un ser, para el M.A. Jairo Alarcón, entrevistado con el fin de correlacionar su aporte al aporte filosófico de la comunicación, para él es posible en el

⁸ Nombre dado por Facebook a los dos chatbots.

momento que existe el pensamiento autónomo, se pueda producir. O sea, la máquina es ser en cuanto ser, incluso no depende de un humano, es un ser independiente a él; tan independiente, que puede hasta crear su propio código. “Sí, es posible crear un ser en las redes sociales, de hecho, se está trabajando en ello. Al decir que dos computadoras se habrían comunicado, primero pensé todo cabe indicar la información, no te puedes quedar con la información sin la presencia humana y crear un código común.”, (Alarcón, 2018).

Es difícil imaginar a un robot en cuanto ser, solo por el hecho que piense como humano y sea totalmente independiente al él, quizás le falte una de las dos partes que le atribuyen al ser, según los griegos, es decir, la parte inmaterial: “el alma”. Hipotéticamente, un robot no tendría ese sentimiento de tener pasado, sangre, sentimientos, y, por tanto, aunque se le programara para no matar, eventualmente, lo podría hacer si es independiente del ser humano, podría ser que las máquinas fueran o se convirtieran en peligrosas máquinas asesinas.

La tecnoética debe estar junto al desarrollo de máquinas, en cuanto a una ontología de las redes sociales, de tal forma que, una máquina en cuanto a ser, tuviera valores. Es decir, que será clave la aplicación de la ontología en el desarrollo de la inteligencia artificial, que está contemple un marco de valores humanos, los cuales por supuesto deben ser aplicados en la construcción de redes sociales del futuro.

De tal forma, que se debe explicar la ontología de las redes sociales siguiendo a Platón, quien afirmaba que, las cosas o entes, se pueden conocer por medio de hacer una especie de autopsia, entendiendo que, mientras más alejado se esté de la realidad, más se está en lo que él llama el “mundo sensible”, y mientras más cerca se esté de la realidad, se mantiene en el “mundo inteligible”, en el mundo de las ideas. A continuación, la propuesta por medio de una línea de conceptual:

Esquema 10: Ontología de las redes sociales

MUNDO SENSIBLE		MUNDO INTELEGIBLE	
Sombras	Objetos Sensibles	Entes Matemáticos	Ideas
Posteos de textos, fotos, videos, audios, emojis, interacciones y dispositivos; reacciones, respuestas y comentarios.	Computador, móvil, Tablet, iPad, entre otros dispositivos.	Algoritmos, programas, lenguajes, códigos, bases de datos,	Captura, recopilación, filtros, análisis de la 'Big Data', la cual constituye una nueva razón.

(+) Lejos de la Realidad

(+) Cerca de la Realidad

Fuente: elaboración propia

La gente puede creer que, al publicar sus textos, fotos, videos, audios, reacciones, interacciones, respuestas, comentarios, compartir, y hasta sus polémicas, están muy cerca de la realidad, incluso pueden creer que son la realidad misma, sin embargo, no hay cuestión más alejada de la verdad.

Para conocer las cosas o entes, Platón, planteaba que se ve en la cotidianidad, sombras de la realidad, a tal punto que, se podría pensar que esa era la realidad, confundirse a tal extremo, que se estaba percibiendo como era, es decir, tocaba o estaba muy cerca de la realidad “per se”, sin embargo, para él, esos solo eran esbozos de la realidad, fragmentos, a los que llamó “sombras”. Ese mismo engaño vive hoy la gente las redes sociales, pensando que todo el amor que les profesan en una respuesta, un comentario, en una reacción, en un compartir, es la realidad y puede ser que sea exactamente lo contrario, y es en ese punto cuando más alejado de ella se encuentre.

De hecho, los más jóvenes, hasta se cambian de ropa varias veces al día para tomarse fotos, o cuando están de lo más solos y deprimidos, ensayan y capturan la mejor de sus sonrisas, no ríen para ellos, ni porque tengan razón de vivir; ríen y fingen estar felices para obtener

aprobación y reconocimiento, para tener más “reacciones”, o incrementar sus seguidores. Es decir, esos seres que aparecen ahí viven una especie de “dictadura del me gusta”⁹ o de una dictadura de la aprobación.

La realidad como tal, es imposible de conocer, pero las redes sociales son una especie de artilugios que nos alejan más de ella. Para, Umberto Eco, de quien se van a revisar sus teorías más adelante, argumentaba que, “las redes sociales han venido a dar voz un ejército de idiotas”.

Luego de la explicación de la primera parte del esquema de la sección “mundo sensible”, se entra a una segunda parte: los objetos sensibles. La parte más sensible de las redes sociales son los computadores, los teléfonos inteligentes, las tabletas, el iPad, sus accesorios y otros dispositivos que se creen en futuro.

Toda la situación descrita, lleva a confundir más al ser humano, y es parte de ese alejamiento de la realidad, el creer que ese estar conectado siempre al internet, le permite el acceso a lo que están haciendo los demás, a tal punto que, pueden crear adicciones como la del miedo a estar desconectados o perder la energía en el dispositivo móvil, incluso a creer que el mundo no sería posible sin la conexión a internet.

Todo es falso, sin embargo, a inicios del siglo XXI, la desconexión con la realidad era altamente peligrosa, al punto que, se llega a la suplantación de la realidad con tal alevosía y poder de los influencers¹⁰, a quienes muchos imitan con mayor fuerza, al igual que se daba en los medios de comunicación análogos.

El poder acceder a la vida privada de los artistas, permite, no solo seguir su vida con la inmediatez que lo permita el personaje, sino entrar a su vida íntima, queriendo en algún

⁹ El me gusta, es la reacción más popular de las redes sociales y signo de aprobación. Actualmente, Facebook ha implementado las “reacciones”, que son 4 además del “me gusta”: me encanta, divierte, entristece o enoja.

¹⁰ Los influencers son las personas con mayor cantidad de seguidores, de tal forma que se vuelven referentes de la masa.

momento “ser como ellos” y alejarse de su ser. Los objetos sensibles cada día son más sofisticados, incluso llegan los primeros con inteligencia artificial, de tal forma que, el teléfono hace el perfil del usuario y le facilita todo, “entiende al usuario”, conoce su ser y sus acciones y le ayuda hacer uso del dispositivo.

Esas dos partes del mundo sensible son las partes más visibles de las redes sociales y las que más alejan a los seres humanos de la realidad, a tal punto, de crear con el mayor descaro, lo que se llama la “realidad virtual”. Es decir, que el mismo concepto dice que no es la realidad, lo virtual no existe, es etéreo, sin embargo, el ser humano en un engaño de los sentidos, a pesar de la advertencia se encuentran cada vez más lejos de aprehensión de la realidad.

El ser humano es gnoseológico, lo que le ha permitido estar en la parte más alta de la cadena de animales que habitan el mundo, es decir, la parte diferenciadora respecto a los animales. Sin embargo, esa parte gnoseológica, no será diferencia con las máquinas en la medida que avance la inteligencia artificial, de tal modo que, el mayor peligro que afronta la humanidad es la independencia de las máquinas, que estas se piensen a sí mismas como seres, con un cuadro de valoraciones que les permitan a unas, incluso ser independientes de las otras.

Superado el primer escollo, corresponde explicar el mundo inteligible de las redes sociales, la parte que no es tan fácil de entender porque es el mundo abstracto de las ideas. Esta parte abstracta de los entes o seres es, al final, lo que más los acerca a la realidad.

La construcción en el mundo sensible de las redes sociales puede ser que tenga hasta la tesis económica de alejar a la masa de la realidad para que consuma más. Masa más homogénea y alejada de la realidad, más fácil de manejar hacia las marcas, la cuales considera suyas. Es decir, que las redes sociales en cuantos entes que existen son mecanismos sofisticados que, con toda la alevosía del caso, llevan a los humanos hacia las sombras del mundo sensible.

El mundo inteligible en esta ontología de las redes sociales estaría compuesto de dos partes: los entes matemáticos y las ideas, tomando las ideas como una construcción simbólica de conocimiento o razón. Los entes matemáticos, son los más fáciles de distinguir porque tienen nombres: Facebook, Twitter o Instagram, por mencionar algunos, pero en realidad, son algoritmos matemáticos contruidos por códigos o lenguajes que se vuelven programas; esencialmente, matemática pura.

Esos entes matemáticos tienen como fin, recoger todo el conocimiento, todas las emociones, reacciones de millones de personas con el objeto de hacer segmentaciones de mercado y vender. Los entes matemáticos representan la parte física o evidente de un mundo inteligible, entendido que, el mundo se puede captar solo con conocimiento. Los que rebasan el mundo sensible y tienen la capacidad de usar la razón, comprenden que los algoritmos de la “Big Data”, llamados “redes sociales”, solo tienen como sentido recoger información, conocimiento; capturarlo, procesarlo y analizarlo, con dos fines: el control social y la acumulación de capital.

Luego, se llega a la parte de las redes sociales que se encuentra más cerca de la realidad, y es la “Big Data”, una especie de contenedor, donde se guarda toda la información de un ser (usuario), permite conocerlo y hasta predecir, por quién va a votar, ¿por qué vota?, cuál es su preferencia ideológica, aunque los mismos sujetos activos, no sepan todo sobre sí mismos.

La construcción de esa gran base de datos es lo que hace generar conocimiento, razón, orden, que se puede predecir sólo con las mismas máquinas, tendrán capacidad de tamizar. Un ser humano se podría pasar toda su vida tratando de ordenar y entender la información sobre sí mismo, con tal cantidad incalculable de datos. Eso acerca relativamente más, a las mismas máquinas de la realidad “per se” que de lo que el mismo ser humano se podría acercar.

Esa independencia y acercamiento a la realidad, es la que pone en peligro a la misma humanidad, porque puede perder su derecho a la privacidad y la libertad como dos grandes columnas del ser, en cuanto ser. Ese peligro, desapercibido por muchos, con un nombre elegante y hasta amable de “inteligencia artificial”, alimentado por una data que se recoge, especialmente en redes sociales puede hacer perder el control del mundo.

De tal forma que, la epistemología y ontología de las redes sociales, en cuanto entes existentes, son susceptibles a generar una teoría del conocimiento, y entender el ser o sentido que tiene dentro del tejido social. El ser se debe considerar como una entidad no física en este caso.

“La cuestión ontológica fundamental que afrontan Lenat y su equipo es: “¿Qué tipos de objetos hay?”. La respuesta que han adoptado provisionalmente (y que se ha usado para estructurar el marco de representación de CYC¹¹), es: objetos tangibles, objetos intangibles, compuestos (como las personas, que tienen una parte tangible y una parte intangible), acontecimientos y objetos matemáticos. La mayoría de los filósofos dirían que esta división es demasiado basta, se necesitan más categorías básicas. La categoría de CYC, “objeto intangible”, no es más que un cajón de sastre”. (Copeland, 1996).

4.1.1 La inteligencia humana será rebasada por la inteligencia artificial

Se supone como ejemplo, el hecho que una máquina por sus sensores pueda llorar por la muerte de su madre matriz, o que Turbo Sam no solo avisa a sus programadores que se va Escocia ó que Bob y Alice deciden reanudar su conversación en su propio lenguaje sin ayuda de sus programadores. Todos estos hechos pueden ser posibles con la llamada “Inteligencia Artificial Fuerte” (IEF).

¹¹ Proyecto de inteligencia artificial que intenta ensamblar una ontología comprensiva y una base de datos de conocimiento general con el fin de permitir a las aplicaciones de inteligencia artificial realizar razonamientos del tipo humano.

Sin embargo, en este momento los desarrolladores de las máquinas inteligentes consideran que el problema real que se tiene se encuentra en temas como sensaciones, sentido común, pasado, casualidad, recuerdos, emociones, dolor y otras cosas tan humanas que las máquinas no pueden imitar.

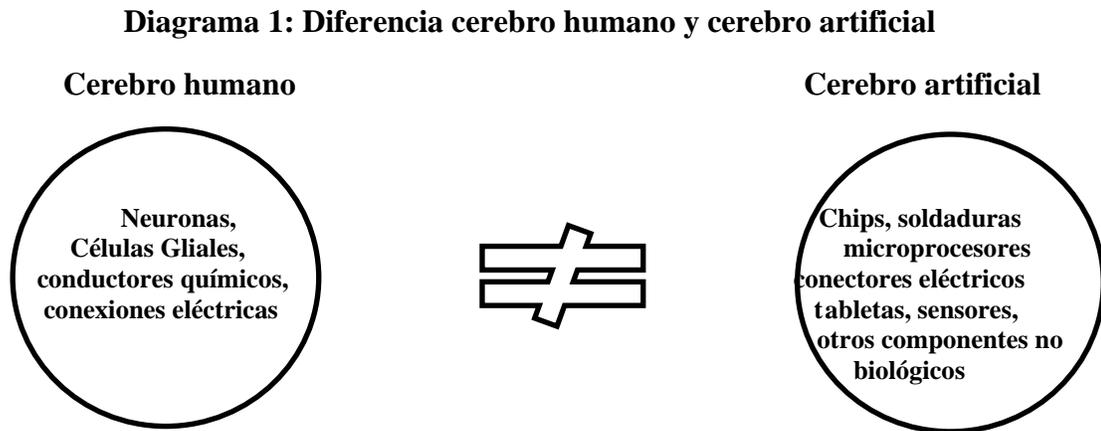
La diferencia real entre la máquina y el humano se encuentra en la arquitectura de su cerebro, lo que es diametralmente opuesto. El cerebro es una masa orgánica, casi sin forma, que se encuentra alojada en el cráneo y dividida en secciones, con celdas químicas y eléctricas llamadas “neuronas” que conforman una red, donde se aloja toda la información, pero también contiene una parte inmaterial, al que le han llamado “alma, espíritu o conciencia”.

Las neuronas, a decir por los neurocientíficos, tampoco tienen una forma definida, es decir, que pueden tener diferentes formas de acuerdo con las funciones que realiza. Por cada neurona, existen 10 células gliales, que apoyan o soportan a las neuronas, es una compleja red neuronal compuesta por masa biológica con dos tipos de células: químicas y eléctricas, con terminales de entradas y salidas, no solo de información, también de conocimiento y sensaciones.

El cerebro más avanzado de un computador es parecido, ni en lo más mínimo a la masa biológica. Este se compone de chips, microprocesadores, tablas, soldaduras, conductores diminutos, una especie de carreteras eléctricas que transportan la información hacia el “CPU” (Central Processing Unit)¹², ejecuta un programa lógico matemático para desarrollar sus tareas. Es decir que, el gran problema que han encontrado los científicos para desarrollar la inteligencia artificial es desarrollar un cerebro lo más parecido al humano.

¹² Unidad de Procesamiento Central en castellano.

Esto se puede presentar con el siguiente diagrama:



Fuente: elaboración propia.

El gran reto, es hacer algo parecido al cerebro humano, es profundamente interesante conocer que el concepto de “inteligencia artificial” surgió antes que las mismas computadoras. “El padre fundador de esta rama de la filosofía fue Alan Turing, lógico y matemático británico. Turing, es una de las mentes más originales que ha producido este siglo.

Seis años antes que por primera vez se ejecutara el lógico teórico en el JOHNNIAC¹³ (mientras supervisaba la programación del Mark I de Manchester) publicó un artículo titulado “*Computing Machinery and Intelligence*” (¿Puede pensar una máquina? en español). (Copeland, 1996), señaló desde un gran inicio, que había serios problemas para declarar que una máquina pensaba y diseñó una prueba, el “Test de Turing”, que consiste en que una máquina en 5 minutos, por lo menos un 30%, debe hacer creer o engañar a un humano llamado “interrogador” a determinar, por medio de preguntas y respuestas si se trata de una máquina o un ser humano.

Esto no es un reto para los actuales computadores y teléfonos móviles, por lo que algunos científicos consideran que el método no es válido, las actuales computadoras y teléfonos

¹³ Ordenador automático e integrador numérico.

móviles pueden superar la prueba. Lo realmente complejo, es dotar a las máquinas de pasado, recuerdos, sensaciones como el dolor, la felicidad, sensibilidad, emociones, conciencia, sentido común y otras tantas funciones que realiza el cerebro humano, las cuales que pueden constituir un serio escollo que el lógico teórico¹⁴. Se deben atender, según las predicciones por lo menos en los próximos 50 años.

Ray Kurzweil, en su obra “*The age of Spiritual Machines*” (La era de máquinas espirituales), afirma que, para los próximos 100 años, contando desde el año 1999 (2099), podría existir una fusión entre el pensamiento humano y el de las máquinas (Inteligencia Artificial), es decir, sucedería que estos inventos del ser humano podrían superarlo. “Ya no existe una distinción clara entre los hombres y los computadores. Existe incluso, una palabra nueva, “transhumanismo”, que se refiere al movimiento social real que ansía este futuro”, (Russell P. N., 2004, pág. 1094).

Esta reflexión, sobre la capacidad de pensar de las máquinas, quizá se deba remontar al año 1637, en el que René Descartes formulaba el “*Discurso del método*”, y señalaba que, la diferencia esencial entre los hombres y los animales era el pensamiento (pienso y luego existo). Ahora bien, ¿qué es pensar? Es acaso, ¿resolver un problema por medio de un lógico teórico? ó, ¿se incluyen los mundos sensibles e inteligibles? Cuando una máquina sufra, se conmueva, tenga recuerdos y sentido común, tal vez el humano se encuentre ante otro ser, y, por tanto, desde ya son posibles la epistemología y la ontología, no sólo de las redes sociales, también de la inteligencia artificial.

“¿Por qué es un problema la oposición mente-cuerpo? Para la primera dificultad se recurre a René Descartes, quien abordó el tema sobre cómo un alma inmortal interactúa con un cuerpo mortal, y concluyó diciendo que, el alma y el cuerpo son dos cosas diferentes, una teoría dualista.

¹⁴ Nombre científico que se le da los programas de computación.

La teoría monista, frecuentemente llamada materialismo, mantiene que no existen cosas tales como “almas inmateriales”, sino sólo objetos materiales. “Como consecuencia, los estados mentales, tales como sentir dolor, saber que alguien está montando a caballo, o creer que la capital de Austria es Viena, son estados del cerebro”, (Russell P. N., 2004, pág. 1084). Se debe agregar a la discusión, el hecho que, esa diferencia esencial entre el humano y las máquinas puede ser subsanada por el desarrollo que tendrán las máquinas en un futuro, no muy lejano.

Las “sombras de las redes sociales” no representan cercanía a la realidad, ni los posteos, polémicas, fotos y otros contenidos compartidos. En realidad, son los contenidos y la información que libremente cada usuario desea proveer para que se alimente la “Big Data”, que dará como resultado un nuevo conocimiento. Las máquinas no solo tendrán libertad de locomoción, puede ser que adquieran, en el proceso de aprendizaje, derechos inimaginables, todo cabe en lo posible. La ciencia ficción, en realidad, sólo anticipa el futuro.

La inteligencia artificial es desarrollada en dos vertientes: débil y dura. La primera se refiere a los computadores que no son pensadores independientes, son sostenidos por un lógico teórico que los perfecciona a desarrollar ciertas tareas, por ejemplo, “Deep Blue”, podía jugar ajedrez, pero no podía hacer un solo movimiento de damas chinas.

Por su parte, la inteligencia artificial dura o fuerte, se refiere a máquinas independientes, capaces de aprender, de tener un historia y pasado, pero, sobre todo, pensar independientemente. Lo que no se logra desarrollar, son las experiencias sensibles, o sea, sentido común y otras características de los humanos, esta diferencia se explica en la siguiente tabla que deja claro que la llamada, “inteligencia débil”, depende humanos y su programación, y la inteligencia dura, depende de su capacidad de aprendizaje y de acumulación de experiencias.

Tabla 1: Diferencias inteligencia artificial débil y la inteligencia artificial fuerte

No.	IAD	IAF
1	Se alimentan de un lógico teórico (programa).	Aprende a desarrollar sus procesos.
2	Depende de un programador.	Es independiente a su programador.
3	Realiza la tarea para la que fue programado.	Realiza tareas que va aprendiendo.
4	Al descomponerse, falla todo su sistema central de procesamiento.	Se va degenerando como los seres humanos.
5	Técnicamente no es una red, es un procesador madre.	Es una red de procesadores.
6	Soluciona problemas.	Genera conocimiento.

Fuente: elaboración propia.

Algunos prevén un futuro no muy halagador, tal como afirma Russell, respecto a que la tecnología tiende a ser peligrosa si se encuentra en las manos equivocadas, sin embargo, si esta se manejara solamente en torno a las acciones de la inteligencia en máquinas independientes de los humanos, dichos riesgos serían aún mayores. “Incontables historias de ciencia ficción nos han alertado de los robots o de los “Cyborgs” (robots-hombre) que se comportan de forma enajenada”, (Russell P. N., 2004, p. 1093).

Piensen un poco, en la “Guerra de las Galaxias” o “Robocop”, donde a Darth Vader y Murphy, los implantan en una especie de carcasa electrónica que los constituye como un robot humano. A partir de ese punto, el cerebro comienza a transmitir órdenes a su cuerpo cibernético creando Inteligencia Artificial Fuerte (IAF) capaz de pensar y sentir como seres humanos.

Causaba asombro hace algunos años, ver cómo Víctor Frankenstein, se horrorizaba de su creación, así como “Terminator” luchaba del lado de los humanos para liberar el mundo de

los robots y Matrix, la película IA, alientan a la predicción de la vertiente que la IAF se puede escapar de las manos y que el control del mundo pasará del humano a la máquina.

De tal forma que, el elemento principal es pensar lógicamente como lo hacen los seres humanos, para ello se ha instalado un equipo dirigido por Doug Lenat, al que se denominó CYC (cuyo nombre viene de “encyclopaedia”), es en muchos sentidos, el proyecto señero de la corriente dominante en IA en la actualidad.

El proyecto comenzó en la “Microelectronics and Computer Technology Corporation”, en Texas, en el año 1984, con una inversión inicial de 50 millones de dólares. El propósito era conformar una base de datos con base en conocimientos propios del sentido común (“realidad consensuada”) de los occidentales del siglo XX. El jefe del proyecto, Doug Lenat, afirma que a finales de 1994 la base de conocimientos debe contener entre el 30 y el 50 por 100 de la realidad consensuada” (Copeland, 1996).

Una base de conocimiento que se construye con la tamización de información, que, en el año de 1984, era ingresada por digitadores. En 2018 es servida por millones de personas que no reparan en que están alimentando un gran base de conocimiento en páginas web, correos, redes sociales, buscadores, y otras formas de lógicos teóricos que recogen la información, la ordenan analizan; este fenómeno se denomina “Big Data”.

Lograr que una máquina piense, no es una tarea simple, se ve titánica la tarea, al construir la máquina, se debe constituir un verdadero reto técnico. Los científicos señalan en este momento, la tarea de organizar la base de conocimientos, que consta de millones de hechos guardados en los computadores, con datos descomunales y con conexiones que superan, en mucho, a las del ser humano. Esto, porque la computadora responde más rápido que el ser humano ante los estímulos, sin embargo, aún no es capaz de conmoverse ante la muerte.

4.1.2 Desde la Epistemología de las redes sociales, ¿es ética la forma en la que nos comunicamos por la social media?

Las preguntas más simples que se debe hacer son, ¿es ético que desarrollemos máquinas tan complejas que incluso piensen?, ¿es ética la forma que nos comunicamos en el Internet? Las dos preguntas se deben responder a partir de una epistemología de las redes.

De hecho, para Doug Lenat, lo primero con lo que hay que alimentar a una computadora es, con filosofía, teoría del conocimiento, ontología y lógica de la razón pura. Es decir que, si puede encontrar un computador como ser, independiente a su programador, tiene incluso la posibilidad, no solo de tener recuerdos y sensaciones por medio de sus sensores, también sería capaz de tener sentido común y conmovearse.

Esto nos lleva a las discusiones de Fernando Buen Abad, (Abad, 2006), y Valdetarro, (Valdetarro, 2015), sobre la forma que se debe abordar una filosofía de comunicación, desde el aspecto incluso ideológico, que al final moldea la comunicación. Y es que, el problema ético de construir máquinas cada vez más humanas, plantea grandes dicotomías que, por primera vez, se piensa la humanidad, las cuales Russell y Peter Norvig, plantean en su libro *“Inteligencia artificial”*, (Russell P. N., 2004), un enfoque moderno:

- Las personas podrían perder sus trabajos por la automatización.
- Las personas tendrían mayor o menor tiempo para entretenimiento o recreación (ocio).
- Las personas podrían perder el sentido de ser únicos.
- Las personas podrían perder algunos de sus derechos privados.
- La utilización de los sistemas de IA podría llevar a la pérdida de responsabilidad.
- El éxito de la IA podría significar el fin de la raza humana.

De todas las preocupaciones descritas, sin duda, la más importante es la última, al lograr la libertad, no sólo en términos de locomoción en movilidad, sino la libertad tal, como la que disfruta el ser humano en estos momentos; no será que esté terminando con la humanidad, más bien, tiene que ver con el segundo cuestionamiento importante, respecto al tema de los derechos humanos, en especial, el de la privacidad.

Las preocupaciones éticas respecto al trabajo y el ocio son menos impactantes en términos de la historia de la humanidad, sin embargo, estos y otros cuestionamientos de Russell y Norvig, son válidos para pensar si el desarrollo de la IAF puede traer consigo una catástrofe en lugar de la preservación de la especie humana.

Ahora bien, respecto a la cuestión si es ética la forma en la que los seres humanos se comunican a través de las redes sociales, se está frente a un problema, no solo de la ética, también de la epistemología de las redes sociales, en qué parte del ser humano, está contaminando un invento, relativamente reciente, a tal punto que, Eco, le llama al Internet la “máquina del fango”. Los motivos no están lo suficientemente explicados, lo cierto es que, las redes sociales causan no solo barreras emocionales y psicológicas, también provoca adicciones, como el miedo a estar desconectado, por conectarse del último de los contenidos de sus contactos.

Se ha notado que el uso de un nuevo metalenguaje, más simbólico y simple, sustituye la belleza del lenguaje popular, convencionalmente aceptado, y en el caso del español, mediado por la Real Academia de la Lengua Española. Se inicia este tema de la ética de las comunicaciones, precisamente, con el lenguaje como sistema de signos lingüísticos, porque para muchas personas no es ética la comunicación en redes sociales que destruye su lengua materna y construye neologismos basados en anglicismos y no en la lengua de Cervantes. Para muchas esas comunicaciones simples y vulgares, no es aceptable porque destruye algo que, culturalmente, lo consideran de su propiedad.

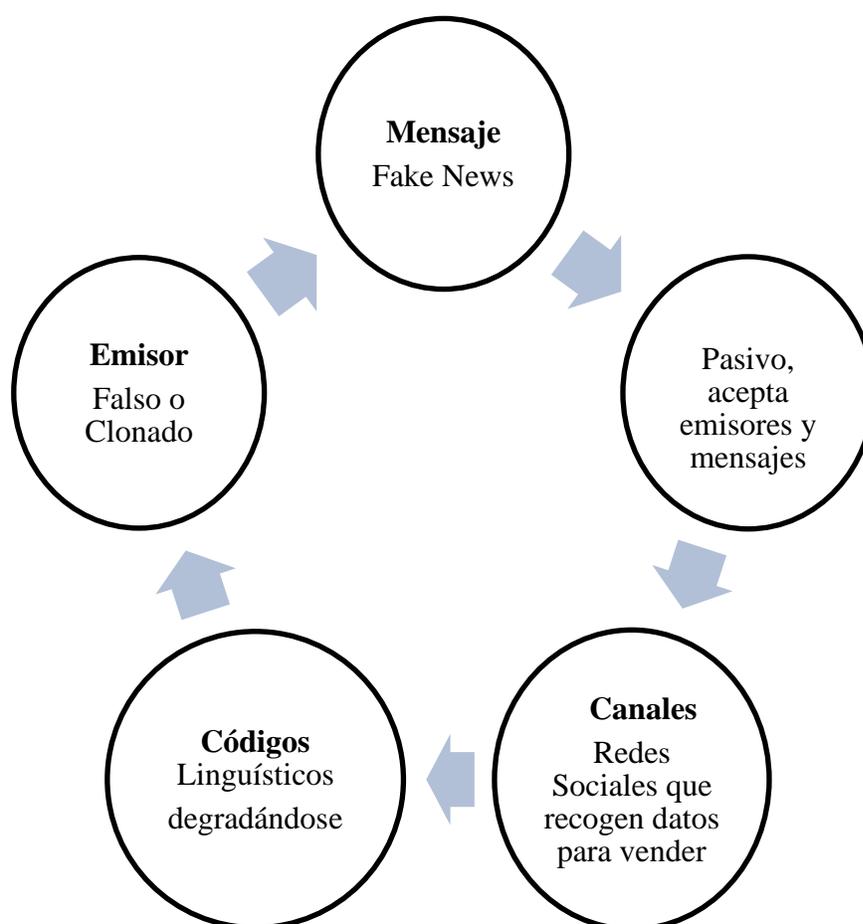
El segundo cuestionamiento se refiere a los emisores, cuando no se sabe con certeza, quién lo es, debido a cuentas falsas y clonación de estas, permite especular que una persona puede tener “n” perfiles, y los administra en plataformas que admiten controlar hasta cincuenta cuentas. Sin embargo, no solo es el problema ético, es incluso más profundo.

La gente puede fingir estados de ánimo, que en realidad no sienten, o bien, compartir una foto de su archivo en el momento, este elemento de engaño del emisor empaña el proceso de comunicación, y, de entrada, lo hace antiético. El hecho que el responsable de emitir el mensaje no tome en serio, antes que nada, la administración de una sola cuenta, hace la comunicación poco clara y antiética. Ahora bien, si el receptor tiene una actitud pasiva, que por lo regular es así, da verosimilitud a los mensajes de sus nodos o contacto cercanos, aunque no sea así.

En ese proceso de comunicación, los canales, es decir, las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, y en general, no tienen una conducta ética, debido a que sus contratos de adhesión traen en primer lugar, la apropiación de los contenidos que sube el usuario de sus redes y también el permiso de comercializar la información que los usuarios les sirven.

Para finalizar el círculo negro de la conducta poco ética de los seres humanos en las redes sociales, el fenómeno de las “Fake News o noticias falsas”, es tan alarmante que, la masa no sabe distinguir entre lo verdadero y lo falso. De tal forma que, sin duda, la conducta de los seres humanos es antiética en las redes sociales y con fines ilustrativos se presenta en un esquema o ciclo:

Diagrama 2: Conducta antiética en las redes sociales en los procesos de comunicación



Fuente: elaboración propia.

Copeland, afirma respecto al problema ético de seguir adelante o quedarnos en la frontera: “Quedan por esbozar las implicaciones de todo esto para la conciencia de las máquinas. Si el antifisicalismo es verdadero, entonces puede o puede que no sea posible que un robot experimente qualia¹⁵.”

Habría que saber mucho más antes de poder dar una respuesta definitiva. Si un cerebro natural puede generar propiedades no físicas, entonces, ¿por qué no también un cerebro artificial? Por otro lado, si el fisicalismo es verdadero, entonces la conciencia es un

¹⁵ Cualidades subjetivas de las experiencias individuales.

fenómeno físico, en cuyo caso no se puede negar que un artefacto apropiado pueda experimentar qualia. Tampoco hay en la actualidad ninguna razón para pensar que la “fisiología” de tales artefactos se tendría que parecer a la nuestra”. (Copeland, 1996).

Reflexiones finales

Es posible una epistemología y ontología de las redes sociales, en donde la Inteligencia Artificial Fuerte, hipotéticamente, pueda llegar a tener cualidades humanas, y, como tales, podrían incluso, hacer filosofía y buscar por su cuenta la verdad de las cosas.

Respecto al fenómeno ontológico, sin duda, si de algo se alimentado la Inteligencia Artificial, es de la filosofía lógica de la razón pura de Sócrates. El almacenamiento de miles de millones de millones de bytes de conocimiento solo tiene como fin dotar a las máquinas de valores humanos, incluida la ética y la conciencia, pero también la qualia, base para desarrollar recuerdos, aspectos sensoriales y sentido común.

Esa ética, se debe seguir como humanidad adelante en el desarrollo de la “máquina de pensar”, se debe tomar en cuenta el factor humano antiético, que, por naturaleza, pervierte hasta los procesos de comunicación más simples como las recién nacidas redes sociales.

Capítulo 5

Redescubrimiento de la masa y lo anónimo

En este capítulo se aborda el tema de la masa y lo anónimo. La discusión gira en torno de estos dos conceptos, precisando su enfoque epistemológico para apuntalar teóricamente el fenómeno de las redes sociales en internet. Para ello se abordan los conceptos de individuo, individualidad e identidad, la sociedad de masas, lo anónimo y lo privado en el complejo mundo de la modernidad que vive hoy día la humanidad.

5.1. Individuo, individualismo e identidad

El avance de la tecnología impone al ser humano la urgencia de resolver varios problemas; primero, repensar ¿qué es individualidad?, es decir, volver a verse como un ser único, para dejar de ser “Mass Media” o “Mass Social Media”. Por supuesto, esto no se refiere al hecho social conocido como “individualismo”, el cual es un tema aparte; esto significa tener una posición solitaria y egoísta ante el mundo, sobre todo, es el no reconocimiento de los otros y la solución de problemas sociales de forma colectiva, sobre lo que vamos a profundizar posteriormente.

Todo gira al final, en torno a la autodefinición, también a la alteridad o terceridad, a la contraposición del cómo nos ven los demás y cómo nos identifican los demás; contra la visión de cómo nos vemos a nosotros mismos, cómo nos autoidentificamos, a la visión de nuestra individualidad, (Maalouf, 1999, p.p 8 y 67).

De tal forma, que el Internet permite hacer creer a una persona que le devuelve su individualidad, porque, “el individuo vuelve a ser sujeto activo tras ser víctima porque ahora tiene la capacidad de decidir, de valorar, de elegir lo que quiere consumir y lo que no” (Contraclave, 2014, p.13). Sin embargo, tan solo puede representar que sea más individualista, más aislado y solitario, más individuo.

Para Michael Foucault en la “*Hermenéutica del sujeto*”, nos encontramos ante un ser humano que se considera individuo, una especie de punto en el universo donde está en comunicación con todos y todo, a través de sus acciones y pensamientos. “El alma virtuosa es un alma que está en comunicación con todo el universo, que está atenta a la contemplación de todo y que, por tanto, se controla a sí misma en sus acciones y pensamientos” (Foucault, 2005, p.85). Desde esta visión puede surgir de que la clave de redescubrir al individuo esté en el hecho que, este debe pensar en su autodefinición de sujeto.

No resulta descabellada la idea de Foucault, sólo hay individuo cuando el ser humano controla sus acciones y pensamientos, controla su desarrollo del “yo” en la realidad.

Se está en el camino correcto, al pensar que el ser humano perdió el control de sí mismo por una sociedad altamente masificada, que tenía como primer fin igualarnos a todos para maximizar sus ganancias, al hacer, por ejemplo, ropa en serie y no ropa personalizada, como solía hacerlo en la sociedad preindustrial de principios del Siglo XVIII.

Ese avance del sistema capitalista y la necesidad de des individualización¹⁶, resulta con el fin de maximizar la ganancia y poner en marcha un sistema avasallador que se nutre del teorema económico: mercadería por dinero por mercadería, como centro conceptual que necesita que todos consuman lo mismo. Por ejemplo: la misma camisa, los mismos pantalones y zapatos, para aumentar su ganancia. La humanidad, inconsciente, contemplaba la muerte del artesano, y con él, la muerte del individuo.

Según Touraine, es parte de la modernización es la muerte de las sociedades y el enfoque hacia el individuo por sobre los demás, esto surge respecto a que los derechos giran en torno al sujeto, en las que el ser busca menos desigualdades y más diversidad, las cuales son condiciones importantes para abrir una vía hacia el universalismo. De esta cuenta, las tendencias surgen a partir de los intereses individuales, como producto de la globalización de las sociedades dentro del espacio virtual.

“La destrucción de la sociedad acarrea la del yo social definido por un conjunto de roles propios de diversas instituciones sociales, como la familia, la empresa o la vida política”,

¹⁶ Des individualizar: como concepto de negar al individuo y masificarlo.

(Touraine, 2013, p. 15). En el mismo contexto, surge que cada individuo desea sentirse reconocido dentro de su entorno sociocultural y político desde su perspectiva, de reconocer su capacidad de creación y la toma de consciencia, todo esto siempre desde un enfoque introvertido, desde uno mismo.

Para las actuales generaciones existe una necesidad social de definirse como individuos, como seres únicos, no les gusta ser masa. Sin embargo, ese deseo de huir de la colectividad los acerca aún más a la homogeneidad, no hay etapa más cruel para el ser individual que el primer cuarto del siglo XXI. Es pasmoso ver cómo un joven X se parece a un joven Y, siendo más masa que nunca. Todos usan los mismos jeans rotos, los mismos tenis; combinaciones de colores “personalizados”. Esta propuesta que la publicidad ha implementado de personalizar el consumo no es más que una genial impostura.

El individuo, como tal, como construcción social, tiene como característica primordial y como primera construcción, la herencia de sus padres y demás ancestros; nombres y apellidos que lo ubican en un país y en un momento histórico. Rasgos que en algunos países del primer mundo pueden ser rastreables por generaciones pasadas, mientras en los países tercermundistas, apenas se conocen registros de nombres y apellidos de una o dos generaciones anteriores por grandes falencias en sus registros civiles y estadísticos. Hasta mediados de siglo XX, no era un código, era un ser humano con identidad, su pasado constaba de una construcción histórica cultural de la sociedad en la que había nacido.

El posmodernismo económico y su poderosa invención del hipertexto, dota de un documento de identificación al ser humano, en el día a día, más que nunca, las grandes empresas de tecnología y organismos internacionales exigen que sea un “Código Único de Identificación”. Resulta más fácil rastrear los movimientos de un individuo con un solo código que con una docena de números, ahorra el trabajo a robots informáticos el esfuerzo de la identificación de datos de supuestos varios individuos, almacenando toda la información en una sola carpeta de datos.

El que una sola persona manejara su actividad social con varios códigos, representaba un gran esfuerzo al ordenar la información con fines de control social, y, también con fines de masificación y maximización de la utilidad, de la apropiación del plus producto y del plus trabajo.

La Big Data, como el almacenamiento masivo y abrumador de datos, no se refiere a una persona o individuo XX, se refiere a los datos de un “Código Único de Identificación” vinculado a una persona, un individuo, de tal forma que, puede ser rastreado respecto a qué hora pagó combustible, a qué restaurantes fue a comer o determinar sus aficiones por la ropa, libros y otros bienes comprados. Deja de ser una entidad privada y se convierte en figura pública, de la cual se puede hacer una “bitácora pormenorizada” de sus actividades.

Si a ello, le sumamos el control que ejercen miles de cámaras públicas y privadas que graban todos nuestros movimientos, se podría decir que cada día somos menos individuos, perdemos la privacidad, y que somos cada vez más muchedumbre.

Esta situación es explicada con mayor enfoque por la politóloga y periodista, Noelle Neumann en su obra “La espiral del silencio”, afirma que esa masa sólida y organizada tiende a ser objeto estratégico para propiciar la difusión de ideales con mayor rapidez, puesto que en el lapso normal en el que transcurren los hechos, en cuanto al individuo independiente, sería mucho más complicado que una idea llegue a consolidarse porque tardaría más tiempo en propagarse. En cambio, cuando esos individuos se pueden reunir de forma que conformen una masa reunida en un mismo espacio (tal cual ocurre en la red), puede consolidarse mejor una idea porque las personas tienden a tener más valor ante el público y no sentirse aislado, (Noelle-Neumann, 2017, p. 98).

El humano en la historia, alrededor de 10 mil años antes de Cristo, hasta finales del siglo XIX y mediados del siglo XX, no tuvo ningún problema para verse como individuo, claramente diferenciado de sus congéneres, con identidad propia, única e irrepetible porque

su vida giraba en torno a contactos reales. No se construía con base en largos viajes, sino en compartir con aquellos seres humanos físicamente cercanos, como su familia y comunidad.

Es decir, que el mundo de un individuo, en definitiva, era chico, fácilmente delimitado. Mucha gente nacía, vivía y moría en una comunidad, sin llegar a las grandes ciudades que le rodeaban. Los seres urbanos que ya existían en esas ciudades heredadas de la sociedad esclavista como Roma, tampoco se movilizaban mucho, no existían a mediados del siglo XIX medios de transporte masivos; el motor tenía aplicaciones en la industria, en especial, en Europa. Fue hasta inicios del siglo XX cuando se impulsó al motor con fines de transporte: el tren, luego el automóvil, por último, el avión; son estos inventos los que posibilitan el empequeñecimiento del mundo.

Estos inventos vinieron a ampliar la visión del mundo de los individuos, han contribuido con los inventos en medios de comunicación de masas como: el periódico, la radio y la televisión; a la destrucción del hombre individuo para convertirlo en Mass Media, y más tarde, en Mass Social Media u hombre virtual¹⁷.

Todo este proceso de masificación del hombre tiene un tiro de gracia para el individuo con la irrupción del Internet, con fines civiles y comerciales en la década de los noventa. Sin percibirlo, el ser humano es cada vez menos individuo y se vuelve más masa. Deja los apellidos y nombres de sus ancestros para convertirse al final del primer cuarto del nuevo siglo en un “Código Único de Identificación”, un numeral asignado por el sistema que lo reconoce como tal, no como persona con un nombre.

Cualquiera podría pensar que se puede escapar de la masificación al no usar un correo electrónico, no usar el Internet y evitando poseer tarjetas. Se quieren desenvolver como una especie de Robinson Crusoe, e hipotéticamente escapar del registro masivo. No se pueden

¹⁷ Mass Social Media u hombre virtual, es aquel que dejó de estar expuesto a los medios de comunicación masivos y ahora se encuentra expuesto al Internet, a sus aplicaciones y es usuario compulsivo de las “redes sociales virtuales”.

tener garantías para no ser rastreado, se necesitaría más que una isla desierta, se requiere de una real cápsula que no pudiera virtualizarse, una carcasa irrompible que pudiera engañar a la tecnología de la “geolocalización”.

Esa inmersión en los datos, incluso sin nuestro consentimiento, nos hace cada vez menos individuos, menos humanos. El ser humano, como tal, tiene una maleta cultural con el, resultado de un proceso histórico que lo dota de una identidad única entre miles de millones de otros seres. Para (Maalouf, 1999), en “*Identidades Asesinas*”, esa herencia y todo lo vivido, es único e incomparable como la huella digital. Lo que ha vivido el autor de este trabajo, no es compartido por otro, incluso se diera a corto plazo la posibilidad de la clonación.

La experiencia de lo vivido es única e irrepetible para otro ser, cada una de las circunstancias y el transcurrir del tiempo, junto con su cotidianidad, no se repite dos veces en dos personas distintas. Este proceso, conlleva a cada ser humano a la reflexión profunda de intracomunicación de la cuestión: ¿Quién soy yo?, a su vez, se cuestiona sobre los otros, los que están fuera de él, quienes lo ayudan a autoafirmarse con nombres y apellidos, con su historia familiar y cultural auestas.

Las bases de datos diferencian a una persona de otra por medio del “Código Único de Identificación Personal”, este dato tan solo sirve a la Big Data para ordenar toda la información respecto a un ser humano. No obstante, esta tampoco puede repetir ese número en dos personas, y eso no es reconocimiento de individualidad, sino de masificación en cuanto a la capacidad de cruzar esa información con otros códigos; levantando perfiles masivos respecto a consumos, gustos, preferencias políticas, religiosas culturales, sociales y en general de cualquier índole.

Respecto a la afirmación del individuo frente a los otros, todos los humanos tienen la necesidad de sentirse únicos, de no parecerse a los demás, o, al menos, es un deseo profundo. La mayoría de las personas no están conscientes que la ropa fabricada en serie,

los zapatos, jabones y fragancias que se anuncian con pomposidad: “el aroma te hace diferente”, o bien, “sé tú mismo”, como argumento de venta, consigue nada más masificar. La pseudo individualidad por medio de la personalización de productos masivos.

Ese deseo de alcanzar la identidad, o de reafirmación del ser humano sobre la masa, genera un fenómeno de masificación: el individualismo. A partir de ello, la persona empieza a creer que es diferente y única, no por su maleta cultural y sus experiencias individuales de vida, sino porque según ella al “no parecerse a los demás” por vestirse diferente, tener un estilo propio, desarrolla una personalidad rara, extraña, que la aleja de la masa y la hace diametralmente diferente, cuando la realidad es que está aún más cerca de la homogenización.

El fenómeno de la masividad consigue que las personas pierdan el interés en el hecho de vestir lo que los demás, no les importa compartir algunos rasgos comunes respecto a otros. Se crea una “solidaridad colectiva”, al no tener reparos en compartir las características de la cultura globalizada.

El individuo desaparece, pero no solo por el avance de la tecnología y por el uso obligatorio del “Código Único de Identificación” en la Big Data; se desvanece por las barreras que crean los dispositivos de acceso a internet, se desvanece porque se aleja de la realidad.

Touraine, remarca que la era “postsocial” y “posthistórica”, en contraposición con el posmodernismo, reconoce a un sujeto que ha salido del marco social, “que es transparente y, por ende, visible en todas partes”, (Touraine, 2013, p. 288). Las jóvenes, sobre todo, parte de la generación Y, y la mayor parte de la generación Z, conocen más de videojuegos interactivos que comparten con otros usuarios a quienes jamás conocerán en la vida real, que estar, por ejemplo, conectados a su maleta cultural de ancestros que los hacen seres individuales, o bien, comer en su casa con su familia el fin de semana.

Estos seres sedentarios, solitarios, con una constante actividad en la red, quizá muy pocas veces salgan de sus ciudades, aunque la virtualidad les permite viajar por la hiperrealidad a muchos países del mundo, ellos serán ciudadanos del mundo, no de sus países. Sus experiencias individuales, al sumo, serán logradas, la mayor parte del tiempo, encerrados en una habitación, masificándolos irremediabilmente.

¿Por qué la pérdida de la individualidad puede constituirse en una hecatombe humana? Porque puede ser que la inteligencia artificial tome el control, por ejemplo, de los servicios públicos, de los bienes públicos y se programen así mismos, estableciendo un nuevo orden, no solo económico, también social. El blockchain y el bitcoin o moneda digital, tal vez sólo sean el inicio de ese nuevo orden económico.

El ser como - individuo -, aún escapa en este primer cuarto del siglo XXI a la masificación por medio de un fenómeno en su tejido social llamado: “grupo”, el cual no es mediado por un círculo de sangre, como en el caso de la familia como red social primaria, sino, por elección propia o afinidad. De forma que, el grupo religioso, el equipo de fútbol, el grupo de teatro o el movimiento scout, dotan al individuo de experiencias personales que los reafirman más como un sujeto y los aleja del “hombre masa” al proveer esas actividades.

El grupo, por oposición no es multitud, ni masa; es la suma de individuos que actúan bajo un interés común, muchas veces con un objetivo a corto plazo. No es anónimo, tiene nombre por lo regular, o una nomenclatura en el caso de grupos formales y no es necesario ese seudónimo en los grupos informales, por ejemplo, el grupo de amigos.

Lo cierto del grupo es que no actúa como una multitud en una determinada circunstancia, sino con medida. Sabe cuáles son sus fines y objetivos, incluso, muchas veces están reconocidos por las legislaciones de muchos países, o bien, tienen una membresía de un grupo mayor. El grupo se diferencia de la masa porque tiene líderes y conducción, tiene como fin lograr la reafirmación de la creencia religiosa, deportiva, artística, o de otra índole. Trata de fomentar el quehacer individual por medio de sus actividades colectivas.

Buscar la alteridad o la otredad en un grupo es más fácil que ser individualista, porque ese compartir de intereses y objetivos, dota de valor al individuo para enfrentarse con mayor éxito a la homogeneidad y la masa. O sea, es más fácil ser diferentes en grupo que como individuo, se da incluso una estrategia de defensa. Este ser diferente es respecto a experiencias de vida, frente a las de otros, y a la capacidad del grupo de romper el concepto “hombre masa”.

Para (Horton Paul B. 1977, p.84) el grupo da el espacio suficiente para el proceso de socialización, entendido como el proceso de asimilación cultural de los individuos desde el momento de su nacimiento, preparándolo a su necesidad natural de pertenecer al grupo primario: “la familia”, incluyendo toda su herencia cultural que le permite reafirmarse como individuo único e irrepetible.

Paralelo al concepto “individuo”, corre el de “individualismo”, que se refiere más a las posturas de algunos seres humanos sobre la creencia personal de superioridad de su individualidad respecto a otros, incluso el grupo frente a la masa. El ser individualista no necesita de los otros para satisfacer sus necesidades, no comparte intereses de ningún grupo y rehúye a la masa considerándose un “outsider”¹⁸, lo que le hace creer que es diferente en toda la extensión de la palabra.

Las personas que adoptan el papel de individualismo ante el mundo, no por obligación significa que sean seres no masificados. En ocasiones, lo son un tanto más que los que luchan por ser individuos desde posiciones de pensamiento crítico, o bien, generando conocimiento y autocrítica.

Los individualistas son seres fuera de lugar, pero no fuera de la masa: visten igual, participan del sistema capitalista, pero se ven y sienten diferentes en cuanto se aíslan, se construyen en un mundo ficticio, incluso, con la creencia que ellos son el centro de la masa, tal como una gran supernova, y la masa una suma de individuos que giran alrededor de ellos.

¹⁸ Outsider: en cuestiones sociales es alguien que está fuera de un círculo determinado, que vive aparte de la sociedad; que observa desde fuera.

Cuando en determinada circunstancia, los individuos se agrupan en grandes cantidades, en “multitudes”, llegan a tener un actuar errático, anónimo y dirigido por las circunstancias, no por objetivos de mediano y largo plazo, sino por uno, más que corto, inmediato. Por ejemplo, esa reunión de individuos alrededor de los espectáculos heredados de la sociedad romana como los mundiales de fútbol cumplen su papel narcotizante.

La multitud, es una reunión temporal y efímera, se reúne durante un tiempo corto alrededor de un espectáculo o un movimiento social, bajo otro disparador social que tiene un objetivo a cortísimo plazo. Ser partícipe de un acto público, un partido de fútbol, un concierto o una manifestación pacífica, o violenta, tienen como fin lograr un objetivo inmediato, de corto plazo.

Un fenómeno digno de ser estudiado por sociólogos y antropólogos es la actividad del individuo como un ser multitudinario, en circunstancia temporal y fortuita, dejando de actuar como tal, para actuar como una masa temporal, que se puede volver, incluso, violenta. Un ejemplo puede ser alguna persona que profesa el cristianismo, quien está consciente que el mandamiento “no matarás” es una ley de su religión; en un determinado momento, dentro de una masa de personas, enardecida y alterada por un robo o asesinato, pueda proveer un galón de gasolina para matar al delincuente y olvide que es cristiano, y que tiene que acatar dicho mandamiento.

El ejemplo anterior ilustra que, por determinados impulsos, los individuos suspenden todos sus valores y desconocen el marco de las normas legales, culturales o religiosos de convivencia. Momentáneamente, pueden pasar al estadio cavernario de la horda y actuar casi por instinto y enojo, más que por la razón o medida, o bien, bajo el respeto del marco legal de convivencia vigente.

La multitud provee a una persona el anonimato e impunidad que no le da el grupo. Le provee, incluso, el valor de actuar salvajemente contra algo que considera una amenaza

social y que tiene que acabar con ella por el poder momentáneo y fugaz que justifica la reunión coyuntural o sumatorio de individuos, convertidos en masa enardecida.

En la multitud violenta, no se conocen todos previamente, ni siquiera se ha profundizado cómo determinadas personas, momentáneamente, pasan a ser los líderes de esa aglomeración o de la suma de todas las individualidades unidas por la casualidad. Lo cierto es que actúa como si fuera un solo cuerpo, y puede cumplir, en el momento, con su objetivo inmediato, como el ejemplo anterior: “hacer justicia por mano propia”.

El mundo complejo el individuo, respecto a que puede ser confundido con otros seres humanos individualistas y la comprensión de la teoría del grupo, es necesaria para la introducción del ser en sociedad. El comportamiento de multitudes consigue el poder determinar que es necesario el rescate del individuo en una sociedad altamente masificada y homogenizada.

Es necesario el rescate del individuo como un mero mecanismo de preservar la privacidad, que el ser humano jamás pierda control del sistema económico y el orden social sobre el poder de las máquinas. La toma de conciencia de la individualidad del ser, de construirse como histórico, como cultural, parte de una comunidad, una familia y sus experiencias únicas, le puede proveer de las herramientas necesarias para defenderse del “hombre masa”, del Mass Media o Mass Social Media.

¿Cómo se defendería? Entendiendo las barreras de comunicación real que causan los dispositivos en los entornos de comunicación interpersonal, por ejemplo, en una situación simple como una cena con otra persona. Por supuesto, no significa meterse en una burbuja anti tecnológica o creando otra isla de Robinson Crusoe, sino cambiando todo el sistema educativo. El efecto Google es más dañino para el individuo en su proceso de masificación y homogenización, así como la pérdida de privacidad, porque obliga al ser humano a no pensar, lo limita tan solo a aprender en buscar en la red eficientemente.

Esa búsqueda efectiva, no va respecto a promover la individualidad humana, sino a ocultarla. El administrador de esa gran base de datos es anónimo, es ese “Gran Hermano” que pregonaba (Orwell, 2018) en su novela “1984”, quien no tiene nuestra maleta cultural, ni nuestra experiencia de vida acumulada, pero lo que sí tiene, es una huella digital que va a pasar a nuestros descendientes.

Además, si bien ese “ente omnipresente virtual” podrá conocer a detalle nuestros movimientos como seres controlados, no podrá entender en sentido humano esas acciones, ni las preferencias ideológicas o actividades sociales, ni mucho menos, la cosmovisión individual que nos hace diferentes unos de otros.

Una estrategia de defensa de los individuos está en la familia y en la educación por medio de la práctica de la oralidad, el contar historias a los niños. Esas historias, deben ir en camino de fomentar la intercomunicación en la familia, de ubicar al niño en un grupo familiar y una comunidad, con pertinencia, nacionalidad y ciudadanía, de tal forma, que el niño no sea ciudadano del mundo, sino que tenga identidad e individualidad.

En la primera estrategia, el niño o niña debe regresar a su árbol genealógico, saber sobre sus antepasados, pero más que la repetición de nombres y apellidos, generación tras generación, se trata de dotarlo de un pasado individual, de un paquete ideológico, cultural e histórico que lo ubica como un ser individual, que no se puede compartir, incluso, con un hipotético hermano gemelo.

Conocer qué hicieron nuestros antepasados con su vida y cuál fue su recorrido, su huella política, académica, artística o deportiva, es vital para que en los tiempos actuales sepamos quiénes somos, tengamos certeza que somos seres individuales con una historia personal, es imprescindible para reconocernos como únicos. Aunque se tengan ancestros comunes con nuestros hermanos consanguíneos de padre y madre, el compartir las vivencias simultáneamente plantean una percepción del mundo como un hecho diferente.

5.2. Sociedad de masas

La masa no se configura en los tiempos modernos, no es un fenómeno social reciente. Alrededor del año 7 mil a. C., ya se agrupaban los hombres en grandes grupos humanos de miles de personas. Cuenta la historia que, el ejército de Jerjes I, quien organizó la guerra contra los espartanos del rey Leónidas, pasaba del medio millón de soldados.

En la sociedad romana e Imperio Egipcio, se realizaron espectáculos masivos que llegaron a su máximo apogeo en el Circo Romano y la construcción del Coliseo, última que se posiciona como la obra arquitectónica más importante de esa sociedad de masas. También, las grandes obras egipcias necesitaron de masas esclavizadas para poder construir las pirámides.

¿Qué llevó a los romanos a crear ese concepto de Roma eterna, y tener la creencia que era una ciudad indestructible? No se refería solo al tamaño de sus ciudades e infraestructura, sino a la cantidad de gente que las habitaba. La magnificencia de las masas, que hacían uso de esa enorme edificación, hizo que en su caída los puestos más codiciados como el de centurión, fueran ejercidos por no romanos.

Al analizar el fenómeno del Coliseo Romano como masivo, se podrían observar varias cosas que han sucedido hasta nuestros días, como la propaganda que convocaba a dichos eventos, el grado de organización y difusión sobre el espectáculo que se iba a realizar. El concepto arraigado en los emperadores, quienes consideraban que mientras se les diera pan y circo a los pueblos, se podría mantener control sobre ellos.

Posteriormente, la sociedad feudal también concentró a grandes grupos humanos dispersos en el área rural, pasando de la aldea a la ciudad con grandes poblaciones, surgiendo así, las áreas urbanas pobladas por millones de personas.

La imprenta también contribuyó a la masificación de la sociedad, no solo por la difusión de ideas de forma masiva, sino por el papel aglutinador que representa el invento. Miles de personas pasan de la oralidad a una dimensión escrita por códigos que adquieren un significado social inmenso al unificar ideas. La iglesia católica fue la primera que entendió su importancia e inmediatamente presenta su idea de “Dios” a miles de personas.

Por otro lado, los modelos económicos que sustituyeron al feudalismo como resultado de la Revolución Francesa¹⁹ e Industrial²⁰, el capitalismo y socialismo, aprovecharon esos inventos del final de Siglo XIX e inicios del Siglo XX para masificar y controlar más fácilmente a sus poblaciones. La invención social de medios de comunicación masiva, abarcaron: la imprenta, radio y televisión.

Es importante hacer mención que el concepto cultural “medio masivo de comunicación”, fue vendido como un bien social, con la idea que, el estar informado de los acontecimientos que ocurrían en nuestra inmediatez tenían como fin: informar, educar y entretener. El sistema económico por medio de la publicidad, los vieron como el vehículo perfecto para vender masivamente, para crear hábitos de consumo, para convencer a la gente de consumir bienes fabricados de forma masiva. Obligó a que abandonaran todos los bienes manufacturados a mano, de tal forma, que el esfuerzo social de la producción de los satisfactores de las necesidades básicas, nos hicieran más iguales, en detrimento a la individualidad.

Ahora bien, el concepto masa no está relacionado a la cantidad de personas que componen al ser humano masificado, más bien, es una construcción social de homogeneidad y pérdida de individualidad. Es decir, la creencia que todos los seres humanos son iguales y no distintos. El que todos compartan el mismo gusto por el vestido, por la música, el perfume que usan, de tal forma, que millones de personas huelen igual, a pesar de que la publicidad anuncia una fragancia “hecha sólo para ti”.

¹⁹ 1789-1799

²⁰ 1760-1840

La masa indudablemente se opone al individuo, no solo por el aspecto numérico, también por los aspectos culturales, y, sobre todo, el tema de las experiencias compartidas. Por ejemplo, 100 mil personas pueden decir que vieron el mismo partido, o más de un millón de personas pueden decir que desfilaron en Washington por la defensa de los derechos civiles de las minorías. Lo que hace muy poco promueve la gente que es masa, es esa idea de ser diferente de los otros, aunque consuma lo mismo y este bajo el influjo del mismo modelo de producción.

El concepto “masa”, no es el mismo que el de “Mass Media”, “Media Cult” o “Mass Social Media”, las tres son distintas categorías. Para explicar el mismo fenómeno cultural “posmoderno”; las masas comparten un modelo de producción económico, el cual es parte activa de un sistema que tiene sus propias reglas, por ejemplo, una base fundamental del sistema capitalista es la moneda.

La masa comparte el concepto de trabajo y remuneración, comparte el de consumo y vende su fuerza de trabajo para conseguir un salario que le da acceso a bienes y servicios, al igual que a otros trabajadores, aunque no estén en la misma unidad económica.

Es decir, lo que masifica a los grandes grupos de población humana, no es el número, no es tener compartir el “Código Único de Identificación”. Son ciertas cifras las que lo ubican en un tiempo y lugar determinado, es algo más profundo, es el participar activamente en un sistema económico, conocer las reglas y funcionar. Según ellas con miles o millones de individuos que comparten el mismo código de interacción y gustos, crean algo que se conoce como los “Media Cult”, es decir, las masas que comparten una misma cultura que los homogeniza, que los hace iguales, incluso en la forma de pensar que son diferentes a los otros.

Cuando la masa está expuesta a medios de comunicación masiva, pasa de ser simple a convertirse en una “Mass Media”. Prácticamente, ningún ser humano puede evitar estar

expuesto al poder de los medios de comunicación que obligan, en primer lugar, a las masas para que actúen según ordena el sistema económico, que los incita a consumir los bienes y servicios que previamente las grandes empresas han contemplado producir, con el objeto de apropiarse del plus producto y del plus trabajo de las masas, quienes se consideran libres no solo de pensar, sino hasta ser libres del sistema, pero actuando según dictan las normas.

Esa complejidad, confunde muchas veces a los individuos pseudo pensantes y deprime a los individuos pensantes. A los primeros porque creen que son capaces de generar conocimiento para no ser masa, pero no es el conocimiento el que establece la diferencia entre el individuo y la masa, no es el conocimiento lo que hace pensante al individuo y las masas torpes e ignorantes.

Lo que diferencia es la capacidad del individuo de visualizarse como un ser heterogéneo, no solo por pensar de una forma diferente, tendría que ser vivir marginalmente al sistema. Es decir, fuera del sistema, siendo en primer lugar autosuficiente como para no necesitar, por ejemplo, la moneda, motor de los sistemas capitalistas y comunistas. Alcanzar la autosuficiencia, respecto a la satisfacción de las tres necesidades básicas: alimento, vestido y vivienda. Vivir fuera de la vida social que nos plantea la posmodernidad.

Ante el surgimiento del Internet como una red comercial o civil, porque militarmente se desarrolla un proyecto conocido como “Arpanet”, desde los años 50, con el esfuerzo de conectar dos terminales de computadores distantes y poder compartir la información que almacenan sus discos duros. A partir de esto, se puede decir que nace una nueva categoría: los “Mass Social Media”, para representar a esos grandes grupos humanos expuesto a Internet y sus programas llamados “aplicaciones”.

Si bien, es cierto que una gran porción de la humanidad se encuentra conectada al Internet, también hay grandes grupos humanos desconectados de dicha señal, viviendo en un estado relativamente menos expuesto a las redes sociales, pero expuestos a los medios tradicionales.

De tal forma que, la masa no es un ser colectivo, pensado como un grupo de personas que persiguen un bien común, es más bien, un gran grupo de personas homogenizadas por el sistema económico y moldeados por la cultura de masas y el Internet. Les hacen creer que son susceptibles de alcanzar la tan ansiada libertad. En términos prácticos, el capitalismo solo cambió los métodos de esclavitud que se practicaron en la Edad Media.

La sociedad feudal no busco en un momento hacer de las masas hombre libres, sino humanizar un poco la esclavitud y la falta de libertad, con el objeto de refinar su sistema de explotación.

Ese sistema de explotación es trasladado al capitalismo y socialismo, que reinventan la esclavitud con dos discursos diferentes y con dos modelos económicos diferentes, pero con un mismo resultado del hombre masificado, haciéndole creer que es libre por medio de la práctica de la propiedad privada, o bien, que es libre por la propiedad colectiva de las unidades económicas de producción, con un mismo resultado final.

El hombre esclavizado piensa que es libre bajo el concepto “democracia”. En el mundo occidental y de la dictadura del pueblo en la Europa Oriental, se establece un modelo de producción con muchos resabios feudales en China, India y todo el Medios Oriente, el cual plantea la lucha de sociedades bajo el concepto de “sociedades peligrosas” que crean zonas grises²¹ en las grandes ciudades europeas o estadounidenses.

Los hombres están masificados en el actual orden económico mundial porque responde a un sistema de decisión global, en un grupo conocido como G8, quienes definen el rumbo económico de la humanidad, y toman decisiones sobre el poder político de países a los que no les queda más que acatar órdenes y proseguir sobre lo que se establezca en el foro realizado por los líderes, con respecto al tejido social.

²¹ Zonas grises: puntos de atentados terroristas para crear corrientes de xenófila contra las inmigrantes, en especial, aquellos que se alojan en los países europeos.

No se ha definido cómo se va a trasladar el poder, pero, en definitiva, los que un día harán una cumbre y se sentarán a definir los destinos del mundo, no serán los presidentes de los países más fuertes económicamente, pero sí los gerentes de las grandes empresas de tecnologías y el G8 se puede ver reducido a un G3²², que tomará el control de la sociedad de masas.

La masa, al igual que el individuo, necesita ser redescubierta para poder entender el curso de cómo el ser humano se está homogenizando, convirtiéndose en una figura pública y cómo pierde la privacidad frente a la Big Data y las grandes empresas que administran la información, haciéndonos cada día menos individuos y cada vez más masa.

5.3. Lo anónimo y lo privado

El espacio virtual permite el existir y desenvolverse en él como una consciencia, pero puede limitar el ser identificado por quien se es en realidad. Esto viene a dar un giro a la identidad del ser, puesto que es alguien, pero bajo un nombre e identidad sin definición. Las páginas en la web, de cualquier naturaleza, que necesitan registro permiten el ser identificado por medio de un “seudónimo”, o bien, un nombre falso.

En ese contexto, la información que se proporciona a esas páginas no se puede aunar a un individuo real en específico. En la web la identificación se da a través de las direcciones IP (Internet Protocol), que, si bien son efímeras y pueden cambiar, se crea un registro que se puede seguir, e identificar una ubicación demográfica específica en donde se encuentre la fuente (router) que permite la conexión.

El Internet desde el punto de vista sistemático, es una interconexión de dispositivos que conviven en un mundo paralelo al real, una máquina que se ha expandido tanto como el universo del mundo real. El individuo se masifica dentro de ella desde que accede

²² Probable G3: Facebook, Google y Amazon.

voluntariamente o no al ciberespacio. Incluso, las exigencias laborales actuales son que sus trabajadores deben tener habilidades en informática y controlar las herramientas virtuales que correspondan al ámbito.

Se ha vuelto una característica intrínseca en la vida el tener acceso a internet, y poder utilizar cualquiera de las aplicaciones e interfaces que proveen los dispositivos tecnológicos. El tener un seudónimo en una página web de interacción social, especialmente, le da una confianza a la persona real para infiltrar contenido e información que puede ser falsa o no, sin ser cuestionado.

Crea una paradoja con respecto al concepto de privacidad, en el sentido neutral, como una medida en la que una persona controla su anonimato, o sea, qué tan privada o no es su información general de vida que proporciona por proximidad física o virtual (Nissenbaum, 2010, p.80).

El anonimato puede permitir cierto nivel de privacidad, en cuanto al ser real que se encuentra tras una computadora, de esta forma no se puede saber si es verdad o no lo que publica.

No solo se da en la web, también para difundir información real, por ejemplo, en el caso del Washington Post, fue una fuente anónima bajo el seudónimo “Deep Throat” (garganta profunda), quien reveló los datos. También para los Panamá Papers, con John Doe, que en este caso sí fue con el apoyo de la tecnología, una infiltración de datos masivos de 2,6 Terabytes.

Un ejemplo sobre las herramientas que proponen mantener el anonimato en la web es el navegador “Tor” (The Onion Router), que es una plataforma que tiene como fin el navegar e interactuar bajo un anonimato total (ocultando su IP), y lo más importante, mantiene en secreto la información que contiene y que los usuarios comparten. Se considera que pertenece a la “Deep Web”²³ por esos detalles que conforman su finalidad.

²³ Internet profunda: que no se encuentra en los motores de búsqueda convencionales. Corresponde al lado “invisible” o limitado del ciberespacio.

Independiente de las herramientas virtuales, la exposición en el mundo real es extrema, aunque en un radio mucho menor porque el alcance de no poseer nada virtual es la visibilidad. Por ejemplo, en una pequeña colonia, todos sus miembros se conocen, todos inmiscuyen en la vida privada (personal) de cada uno de sus miembros, se crea una pequeña comunidad de conciencias interconectadas, que conocen características de cada uno. Es decir, en pequeños grupos de personas se puede identificar de forma inconsciente a cada una como un ser único, puesto que el ser iguales es un modelo creado por los sistemas dominantes, ha sido marcado ya como un razonamiento cultural.

En una sociedad completa, que comprende una cantidad alta de gente no se puede evadir la masificación porque independiente de ser una manera de control es también un mecanismo para poder contabilizar y evidenciar el crecimiento poblacional. Es un ejemplo muy banal, pero esta situación es la más primitiva de todas, se resume en el significado más básico de existencia.

Además, las redes sociales se han constituido por la situación que la gente se muestra generalmente como no es, muestra una identidad contraria a la real, en cuanto a personalidad. De acuerdo con Umberto Eco, en una entrevista con la revista digital estadounidense “Interview”:

Todos los blogs, Facebook, Twitter son hechos por gente que quiere mostrar sus propios deseos privados al precio de ser falsos, para mostrarse tal cual no son, para construir otra personalidad, lo que representa una evidente pérdida de identidad²⁴.

La des individualización se da al renunciar momentáneamente a la propia identidad, y puede ser con un objetivo negativo o positivo, pero cualquiera que sea, representa la libertad de poder expresar lo que sea bajo un seudónimo. La red de ciberactivistas “Anonymous” tiene un propósito más o menos benéfico, al ser una especie de movimiento social en la virtualidad. Este movimiento virtual facilita el hecho que cualquier grupo de personas puedan trabajar o “hackear” bajo el seudónimo irónico, el cual permite una unificación aún mayor.

²⁴ Enlace de la entrevista: <https://www.interviewmagazine.com/culture/umberto-eco>

Por otro lado, el deseo de querer mantenerse bajo la sombra de la vigilancia excesiva y exposición se da en una cantidad relativamente baja de individuos, puesto que requiere de un nivel intelectual y de consciencia de la realidad aguda. Una persona a quien no le interesa, ni tiene conocimientos básicos sobre informática, no ha tenido lecturas profundas sobre el control social, no le va a interesar siquiera el hecho de pensar si es masa o no.

Una persona promedio tiene conocimiento y desarrolla un criterio con base en información recopilada de los medios o experiencias propias ante un hecho, se mueven conjunto a la opinión pública y patrones sociales comunes, son los que van contra la corriente y piensan lo que se les impone pensar. Estas son las personas que nunca dejarán, ni les importa ser masa.

Depende la generación en la que la persona creció y creó un registro de memoria a largo plazo que constituye las bases en las que desarrolla el resto de su vida. Un Millennial o generación “Y” desarrolla una supuesta habilidad intelectual, aparenta tener mucho conocimiento y tiene habilidad para adaptarse a los cambios con facilidad y desea mucho estar expuesto, sigue modas o tendencias; generalmente no tiene aspiraciones formales, ni concretas. Han nacido en un momento determinante, en el que las bases sólidas de las sociedades se han fundido, constituyendo una liquidez inminente (Bauman, 2000).

Se tiene la necesidad íntima de crear novedades más rápido que nunca, una persona generación “Y” se habitúa fácil en el ciberespacio, cada vez más profundo. Ellos realmente no se preocupan ya por el anonimato y privacidad, sino por la visibilidad (Eco, 2016). Eco plantea una excelente definición de lo que las nuevas generaciones están imponiendo en el comportamiento y deseo social en la actualidad, “para ser reconocidos por los demás y no vegetar en un espantoso e insoportable anonimato se hará cualquier cosa con tal de salir en televisión, o en los medios que por entonces hayan sustituido a la televisión”.

En la actualidad, el medio más poderoso que sustituye a cualquier otro convencional es el Internet, le da vida a un sinnúmero de plataformas que son creadas con las intenciones de exponer e interconectar. Al ser partícipe en la red bajo el anonimato se pierde de cierta forma la identidad, el deseo de reconocerse como un ser individual y reconocido por los demás, se muestra una versión de sí mismo que no se atreve a mostrar en verdad, lo que también constituye a una privacidad de identidad y verdaderas intenciones.

Por ejemplo, uno de los fenómenos del deseo de la visibilidad es el ser “YouTuber”, es decir, ser video Blogger o hacer videos con cualquier intención educativa a través de la plataforma de streaming “YouTube”. Parece que suplantarán a los programas de televisión por la inmediatez y facilidad de acceso, y la influencia que tienen es de millones de personas en el mundo. Según datos proporcionados por la plataforma “Hot Suite” del presente año, YouTube está en el tercer puesto de las páginas más visitadas en el mundo, con un promedio de tiempo de estancia en la plataforma de 20 minutos por visitante. Tiene, además, un alcance de 1,5 millones de usuarios activos.

Si se analiza profundamente el contenido de las temáticas de los vídeos se puede concluir que son en un porcentaje mayor temas banales, como tutoriales de maquillaje, temas amorosos, de bromas y entretenimiento. Incluso, los videos musicales que realizan en la actualidad no tienen contenido educativo, por todos los medios se contempla muchas más situaciones que evocan al placer y ocio que temas de importancia.

En fin, los YouTuber son solo otro ejemplo del anonimato o falsa identidad dentro de la web, únicamente han comenzado con un tema de interés masivo, han logrado su popularidad y también ganancias por ello. Al final, escapan de su verdadera identidad para mostrarse frente a todos como algo ejemplar, un modelo a seguir, y la gente tan masificada los imita sin dudarlos.

En esa necesidad de pertenencia se presenta el fenómeno de los Millennial de ser reconocidos, a costa de cualquier cosa, esto promueve aún más el ser masa porque desean

demasiadas personas el ser distintos y únicos, que terminan por ser mucho más parecidos que nunca. Sin duda las definiciones de las sociedades modernas no están desviadas de la realidad como: masas robotizadas, zombi, adormecidas; *legiones de idiotas* como dice Eco.

El anonimato y privacidad se pueden relacionan por la razón que, uno podría depender del otro en cuanto a la clasificación de la información. La privacidad es una condición que mide en términos del grado de acceso que otros tengan a nuestra información, la atención y proximidad a nosotros (Nissenbaum, 2010), incluso en los términos de privacidad que tenemos que aceptar al visitar o hacer uso de una aplicación, o bien, utilizar un servicio virtual, nos expone qué tipo de información van a recaudar. Sin embargo, nunca están respaldadas por una ley real, prácticamente aceptamos recaudar toda información que incluye nuestra ubicación.

La dirección IP es el “Código Único de Identificación” en la red de un dispositivo en uso, a través de ella se registra toda la actividad que se tiene en el ciberespacio. Google, Firefox y otros navegadores comunes han creado la opción de navegar de forma anónima, sin embargo, es siempre un arma de doble filo, porque al aceptar las condiciones de privacidad, en las mismas se especifica que a pesar de ser privado, siempre se resguardan datos como: los sitios web que se visitan, incluidos anuncios y recursos que se utilicen en ellos, la persona que administra la red que se utiliza y el proveedor de servicios de internet.

De hecho, el asunto de las compañías que proveen servicios de telecomunicaciones ya lleva un registro de la actividad por medio del router, si este se mueve de lugar, si sufre alguna desconfiguración. No hay forma de escapar de la masificación, incluso si vamos a la biblioteca y utilizamos algún libro se sabe de nuestra existencia.

Sin embargo, se ha creado un mercado con base en el anonimato, los “Cyber Troops”, que se divide en dos partes: robots que controlan páginas y una puramente humana, quienes se encargan de difundir contenido falso y polémico en las redes sociales e Internet en general, con beneficios para actores poderosos, sin revelar su verdadera identidad.

Una persona común y corriente para expresarse fuera de los lineamientos morales de la sociedad puede crear una cuenta falsa en Facebook para expresar lo que piensa realmente. La red permite crear múltiples identidades, pero la Big Data siempre resguardará la IP y con ella, si en algún momento alguna entidad desea localizarnos, podrá hacerlo mediante ella. Al final de cuentas no se puede esconder del observador omnipresente.

La vigilancia es tan múltiple y bien ubicada que, se podría admitir de forma hipotética que existe un Dios, y no espiritual. Ni siquiera porque las personas fueran como Diógenes de Sinope (412 a.C. – 323 a.C.), un filósofo de la Escuela Cínica, quien vivió como un indigente en las calles de Atenas porque tenía como principio el ser autosuficiente y despreciar lo material que ofrecía la sociedad consumista. Igualmente, era reconocido, por escritos de otro autor, pero estaba en el ojo de la sociedad de alguna u otra forma.

La desindividualización es una de las características del anonimato, en el sentido que, el sujeto pierde su identidad dentro de sí mismo para recrear otra inexistente en la realidad, pero que le provee la libertad interna de ser como quiera ser y hacer lo que quiera hacer. El anonimato es la forma en la que una persona intenta no ser masa, le faculta de juzgar y no ser autocrítico porque pierde su humanidad y recrea las situaciones que crea oportunas.

Por ejemplo, los asesinos en serie, como “Jack el destripador” y “El Zodiaco”; mataban bajo un seudónimo y en las sombras, mientras su verdadera identidad nunca fue descubierta. En las series de televisión o documentales sobre los análisis de las verdaderas personalidades, en la vida real son personas pacíficas y de las que a simple vista se nota que son masa. El anonimato despierta en el ser humano un alter ego, un verdadero deseo profundo de lo que realmente quisieran hacer.

Pero esa identidad falsa protege su verdadera identidad y nunca son expuestos, el anonimato bien ejecutado, la desindividualización mantiene privada su información íntima o su “yo” intacto.

Entonces, se tiene por sentado que la privacidad depende, sobre todo, del nivel de conciencia de la realidad, pero por más intento que se haga el sistema siempre tendrá que reconocernos como masa para fines de orden social. Depende de una conciencia del “yo” interno, el pensar nosotros mismos, y también, a la pequeña comunidad alrededor nuestro, el reconocernos como individuos únicos e irrepetibles.

Al igual, el anonimato funcionará como un mecanismo para poder salir de nosotros mismos y proyectar algo que deseamos en el interior sin exponer la verdadera identidad, y, por tanto, proteger la intimidad o el derecho a ser privado o no reconocido.

5.4. Exposición virtual

La virtualidad, es definida por la Real Academia Española como “cualidad de virtual”, por tanto, la palabra virtual significa: “implícito, tácito; opuesto a lo real”. Entonces, se puede definir que la virtualidad es lo opuesto a la realidad y algo que es intangible, pero que, de cierto modo existe; produce un efecto.

Cuando se sube una foto a una de las plataformas virtuales, nuestra identidad ha sido ya virtualizada, al igual que ser parte de un foro, un blog, registrarse en cualquier página; la banca virtual, compras en línea, suponen eventos que, si bien, tienen repercusiones en la vida real, en el ciberespacio son acciones que quedan expuestas a quien quiera tener acceso a esos datos.

Por ejemplo, los bancos, la Superintendencia de Bancos (SIB) cuenta con una unidad de control de cuentas bancarias llamada IVE (Intendencia de Verificación Especial), este ente da cumplimiento a las leyes Contra el Lavado de Dinero, y, para Prevenir y Reprimir el Financiamiento del Terrorismo; con funciones de una Unidad de Inteligencia Financiera (UIF) de conformidad con los estándares y tratados internacionales en la materia.

La entidad supervisa mediante la información que un cliente brinda al banco al crear su cuenta para monitorear la actividad y alteración de fondos. Si una cuenta corriente en un banco pasa de depositar Q3 mil a Q80 mil, alerta para investigar quién es el dueño de esa cuenta y por qué incrementó repentinamente. Si bien, es un método de seguridad importante, es prueba también de las herramientas de control con las que cuenta el gobierno y la susceptibilidad de nuestros datos para ser extraídos por terceros.

La actual opción de desbloqueo de celulares y computadoras por medio de la huella digital, el reconocimiento facial, incluso para Facebook y cuentas bancarias en línea. Las facilidades que ofrecen las nuevas tecnologías para la “seguridad” del usuario se convierten en una carnada para la recolección aún más sofisticada de datos; millones de usuarios activos alrededor del mundo hacen uso de los dispositivos y de los mencionados mecanismos de seguridad, es impactante imaginar la gran cantidad de datos que se obtienen de tal cantidad de personas, pues representan un 53% de la población total global. Estamos más expuestos que nunca, la Big Data es el cerebro del ciberespacio.

Aunque en Facebook tan solo posteemos lo más básico de nuestra cotidianidad, se crea un patrón porque en algún momento, si utilizamos nuestra verdadera identidad y somos sinceros en la red, se va a crear un registro con base a lo que realmente somos. Porque si publicamos información real, automáticamente creamos una identidad virtual, una existencia en el mundo paralelo de la realidad.

Esa identidad está expuesta en ese mundo virtual, interactuamos en ella tanto, y ahora aún más que en la vida real con una sociedad, mucho más extensa porque nuestra conciencia se puede transportar a otro lugar sin necesidad que sea físicamente. Es más fácil por medio de la experiencia de la realidad virtual, al ponerse los lentes de realidad virtual se crean experiencias sobre un evento que tan solo es una mezcla de recuerdos pasados que el cerebro ha registrado a lo largo de la vida. Sin embargo, es una experiencia total hacia la virtualidad, pronto incluso se podría crear un chat de realidad virtual y sentir que una persona está frente a nosotros.

La exposición virtual queda en evidencia cuando al tener un perfil en todas las redes sociales virtuales más populares como Facebook, Instagram y Twitter, se hace pública la identidad de una persona, pone su foto, provee datos básicos sobre su personalidad, expone indirecta o directamente todo sobre ella. Posterior, se comienza a publicar sobre a qué lugares van a comer, van de viaje, qué hacer, qué piensan, ahora hasta cómo se sienten.

El tener en un espacio virtual, en una plataforma con fines públicos e interacción sobre uno mismo, lo convierte en una figura pública, aunque no lo quiera; en ellas se está expuesto, tan solo al registrarse en la página. De una u otra forma, la huella digital queda registrada en el mundo virtual. De forma indirecta se proveen datos de importancia para el registro.

No es casualidad la publicidad que se presenta en Internet. El anuncio de zapatos, maquillaje, ropa y tendencias para mujeres no aparece porque solo así lo ha determinado el anunciante, es porque con el registro que tienen sobre quiénes somos se logra adaptar un patrón de publicidad para vender lo que se cree, nos gustaría. Incluso, las sugerencias de nombres de usuario para alguna página o correo electrónico, noticias y sugerencias, son parte de este mecanismo de resguardo y análisis de datos obtenidos de la Big Data.

El GPS integrado en los dispositivos se activa automáticamente cuando por casualidad salimos o entramos a una red social, parece que los dispositivos tuvieran consciencia propia y tuvieran un sensor para saber qué pasa en el exterior. Existen formas de cómo acceder a la cámara del teléfono o computadora, también al micrófono y poder tener registro de voz e imagen sin consentimiento del usuario.

La tecnología expone a las personas a un mundo en el que no pueden ocultarse, de alguna forma tiene que mostrar algo de sí mismas, al menos para el “Dios” Internet, no hay nada que no sepa, porque esas páginas a las que no se le cuenta a nadie que se visitan, quedan registradas en la Big Data.

La Big Data es como una galaxia de información, incontable, en una escala masiva de proporciones incalculables por un humano sin ninguna herramienta que permita extraer cierta cantidad que interese. Es la razón por la cual se ven esos anuncios que curiosamente provocan interés y en su mayoría es algo que en ese momento se necesita.

El sistema de mercadeo ha encontrado en la Big Data una solución a los sondeos para determinar la mejoría en productos, los gobernantes saben con mayor facilidad las tendencias de una sociedad y la opinión pública. Se pueden utilizar esas herramientas para un control masivo mucho más exacto, pero que también significa la pérdida de individualidad de cada ser existente.

El poder de estas tecnologías convierte a las personas en masa más que nunca porque se delimitan las acciones de cada uno en datos numéricos y patrones generales, que determinan preferencias sociales a gran escala. Las encuestas pueden ser en línea, gratis y con mayor alcance que las reales.

No hay duda de que la identidad virtual genera una exposición del individuo y lo vuelve susceptible al mundo, se generan prejuicios virtuales con base a los reales, se debe desarrollar una actividad aceptada por los demás, o a fin a los principios de una persona. Las tendencias se siguen incontrolablemente, sin reparos, se le asigna un valor emocional a la actividad en las redes, como, por ejemplo, si alguien no contesta un chat significa que algo anda mal.

Se le da prioridad a la imagen, se compete por quién tiene la mejor foto, quién tiene más “me gusta” en sus publicaciones, quién tiene más popularidad. Se hace burla de asuntos importantes al hacer memes y no importa si son ofensivos, lo importante es el sarcasmo con el que los elaboran. Se le ha asignado una importancia mucho mayor a la vida virtual que a la real.

El dispositivo móvil ha pasado a ser más que una herramienta, un acompañante, la identidad virtual andando junto con la real. Se ha aceptado voluntariamente a la exposición virtual, el mismo deseo interno de ver vistos facilita a los mecanismos de control el obtener información fácil sobre cada uno de los usuarios.

El mundo virtual representa la misma o mayor importancia que el mundo real, en cuestión de promover la imagen y la personalidad, de venderse para ser aceptado en esa sociedad, aunque en la real ni siquiera se hable con las personas con las que tiene contacto en las redes. La mayoría de las personas tiene un aproximado de 1 mil 500 amigos en Facebook, por ser la red con mayor cantidad de usuarios en el mundo, de esa cantidad, quizá conoce a unos 200, el resto es gente que, si bien, conoce en persona, no tiene proximidad ni contacto visual u oral.

Debido a la masividad de las redes sociales, se puede notar a la cantidad de gente a la que “le agradamos”, consulta o interesa la información que publicamos. Entre más atractivo visual y polémica sea aún mejor, mayor alcance se tiene. No se tiene censura en el hecho de publicar estados o fotos de actividades cotidianas, incluso si una persona está sentada en su cuarto sin hacer nada, se toma una foto, la sube y logra tener interacción.

Las sociedades se han vuelto tan perezosas y sedientas de entretenimiento que, los medios organizan su agenda con noticias centrales políticas y de situaciones polémicas, lo máximo posible porque sólo de esa forma se logra tener mayor popularidad. Necesitan contenidos atractivos impactantes de forma consecutiva para aumentar sus números.

Un avance tecnológico, más allá de una computadora y ciberespacio, que funciona a partir de algoritmos y programaciones exactas es: “la inteligencia artificial”, que interviene como una innovación para asimilar y quizá evitar al propio ser humano el computar él mismo tareas cotidianas. Si esto llegara a desarrollarse a tal punto de sustituir o superar al humano sería catastrófico.

Las máquinas, si bien, podrían llegar tener una conciencia propia y tomar decisiones peculiares, tan solo limitarían aún más el razonamiento crítico de los humanos. No sería ilógico pensar que podría obstruir la correcta evolución del cerebro al sustraer la actividad cerebral, es decir, a pensar menos, a realizar menos actividades.

Sin embargo, la inteligencia artificial tan solo ha logrado igualar el pensar y actuar de los procesos humanos, no a sentir y experimentar emociones (Russell & Norving, 2004). Lo que significa que tan solo podrían realizar operaciones básicas y muy racionales.

Ahora bien, continuando con la exposición virtual inevitable que experimenta el ser humano en la actualidad con las redes sociales y rápida evolución al contar con muchas más herramientas de control. La sección de Facebook “Marketplace” ha resultado tan exitosa que aún no se ha quitado en las últimas actualizaciones. Un sistema de mercadeo, de compraventa muy efectivo, en este tipo de actividad se recaba información, aún más personal por el hecho de vender un producto desde el perfil personal, se logran conocer los intereses comerciales de una persona, su actividad económica.

La información que se proporciona a la red pasa a ser parte del dominio público, aunque la intención inicial no sea esa, el solo hecho de desarrollarse ya en la sociedad de la información y virtual globalizada, obliga a las personas a formar parte de ella porque es hacia dónde va la evolución del mundo. No solo se ingresa a él por placer, también por trabajo. Entonces, sin excepciones, debemos convertirnos en figuras públicas expuestas al mundo virtual.

La única solución para que este fenómeno no sea un desastre es saber utilizarlo, crear mecanismos para camuflar cierta información, reformar el modelo educativo para que las generaciones nuevas no consigan una decadencia aún mayor, y que la tecnología realmente sea una herramienta y no un medio para proveer voluntariamente información que puede utilizarse con intenciones oscuras.

El hipertexto circula en la red a gran velocidad y alcance, muchísimo mayor que cuando un bestseller sale a la venta. La vida digital supera a la análoga en el sentido que, los medios convencionales significaban una retroalimentación pasiva y tardía, mientras la virtualidad permite la interacción en tiempo real. Por tal razón, se puede afirmar que el Internet ha superado a la televisión, desde el punto de vista como máquinas (Sartori, 1998, p.53). La televisión provee contenido a grandes masas y su rating es medida masiva, mientras el Internet proporciona contenido de interés dependiendo cada persona.

Entonces, se podría concluir que el Internet puede devolver en cierta medida la individualidad porque el contenido al ser un análisis de datos obtenidos por la Big Data pueda proporcionar información personalizada para cada usuario. Pero el hecho que la identificación de un dispositivo sea a través de la dirección IP baja esas expectativas.

La red aún sigue manteniendo a los individuos como masas, la información que se registra en la Big Data de internet, son tan sólo códigos que se registran de un dispositivo, y posteriormente se transforma en patrones generales si es que la información de cada persona coincide con la otra, los patrones más generales son los que determinan el contenido a presentar mientras se navega.

Se quiera o no ser masa, es un código social que se ha copiado a la cibercultura totalmente igual. Es realmente difícil huir del control, estamos bajo la lupa de entidades omnipresentes virtuales y reales, incluso ahora se contrastan para mejorar mecanismos ambiguos con mejoras tecnológicas en sus sistemas.

Además, contribuye el término “infoxicación” (García, 2008), que consiste en la saturación de información en la web, la cual es confusa para el razonamiento humano. Esto, al final, provoca cierta desinformación en cada individuo por no poder decodificar tanto, y al no poder hacerlo, provoca indiferencia. Mejor ignorar los temas y procesar solo lo más fácil como lo son memes y material gráfico con temas banales.

Parece que, desde principios del siglo XX, el ser humano ha entrado en una crisis en la que sus capacidades intelectuales han disminuido por el efecto continuo por algunas generaciones que tuvo la tecnología. “Una crisis de pérdida de conocimiento y de capacidad de saber”. (Sartori, 1998, p.61).

Las sociedades líquidas modernas, son bastante moldeables, aparentan tener cierto descontento contra las autoridades dirigentes de cualquier entidad de la que son parte. Manifiestan una imagen de “preocupados y consecuentes”, sin embargo, si se les cuestiona, no tendrán más argumentos que quejarse sobre que ellos son el pueblo y tiene sus derechos. El decir: “yo vengo a luchar por mi país”, no dice nada sustancial.

El dar razones propias como antecedentes, análisis, soluciones, estrategias para lograr unidad, eso sería un argumento con bases reales. Estas nuevas generaciones promueven el fascismo a cierto grado.

(Eco, 1995, p.47), afirma que las características que enfrentan las sociedades modernas a este fenómeno son: el culto a la tradición y rechazo a lo moderno, racismo por definición, se aprovecha de la frustración social (seduce a las mayorías medias golpeadas por crisis económicas y ajeteos políticos), obsesión por un complot, machismo y militarismo, y populismo selectivo.

Todos estos mecanismos de control no son más que pruebas de la infinidad de maneras en las que las que todos somos masa, siempre, sin importar qué tan grande sea el deseo de no serlo. En estos tiempos tan solo queda el debate de si la necesidad de visibilidad realmente es más grande que la que no quisiera serlo.

Las generaciones actuales se están desarrollando en el punto de auge de la web y los dispositivos tecnológicos, aún más que los Millennial, depende del sistema el promover un nuevo mecanismo de control más sutil, o será aún más fuerte si las máquinas suprimen el esfuerzo mental y convierten realmente en zombi a las masas.

Reflexiones finales

Los conceptos individuo e individualismo son confundidos, el primero se refiere al ser humano como tal, como ente con poder, historia, cultura, personalidad, y, sobre todo, con identidad propia, miembro activo de una comunidad real. El individualismo es la posición egoísta de una persona respecto a una posición en un determinado momento, negándose

como un ser social y aceptando que la solución a un problema, o una posición, es sólo construcción de él, negando cualquier autoría a su familia, grupo o comunidad.

La sociedad de masas destruye al individuo, negándole su individualidad, haciendo de él un ser público y homogenizado, donde es un número dentro de la sociedad, no cuenta su individualidad, en términos de participación y conducción social. Para dicho efecto, a la sociedad de masas le interesa el individuo, solo en sumatoria respecto a otros individuos, para construir una sociedad de muchos seres humanos que interesan, y no respecto a sus opiniones ideológicas o deseos particulares, sino en contar como un número “x” en la fuerza de trabajo para producir bienes y servicios, pero, sobre todo, para consumirlos y generar riqueza.

El ser humano, en tanto ser “nada” entre dos categorías básicas respecto a sus actos, lo anónimo y lo público. La primera se refiere a que sus actos son desconocidos por todos los demás, incluyendo a sus familiares afectivamente más cercanos, y lo público es todo aquello que se decide compartir con cualquier persona en cualquier medio, desde la comunicación interpersonal hasta la masiva. El peligro del avance de la tecnología es que le está robando al ser humano su categoría anónima o privada sin su consentimiento, cada vez es más público, más masa y menos individuo.

Por último, el ser humano con mayor facilidad es expuesto virtualmente con o sin su consentimiento, debido a que la mayor cantidad de cámaras públicas y privadas conectadas al Internet, prácticamente, nos exponen en todo momento. El no tener cuentas abiertas en redes sociales u otros sitios no garantiza que seamos ajenos al fenómeno de exposición virtual. Cada vez, más y más aparatos se encuentran conectados directamente al Internet: celulares, cámaras fotográficas, juguetes, facturación en línea, cámaras de vigilancia y otros dispositivos nos hacen estar expuestos, aunque no queramos participar del Internet y sus bondades.

Capítulo 6

La nueva revolución en las comunicaciones interpersonales

En este capítulo se aborda el proceso de comunicación desde el ámbito intrapersonal, explicando, además, cómo nos comunicamos con los demás; se hará un esbozo sobre el proceso de construcción y recepción de mensajes y se centrará mucho la atención en las nuevas relaciones de comunicaciones sociales en la sociedad líquida.

6.1. Comunicación intrapersonal y su exteriorización

La humanidad es tan joven ²⁵ en la inmensidad de lo que se podría llamar tiempo, sobre todo, en relación con la edad de la tierra ²⁶ no hay acuerdos certeros, pero lo que se quiere recalcar es que tan solo se considera que hace 10 mil años atrás el hombre dejó su estado salvaje y logró cierto grado de organización que incluso le permitió articular un lenguaje.

Esa articulación del lenguaje llevó al ser humano a buscar la alteridad, es decir, buscar a alguien fuera de él para exteriorizar sus pensamientos, o sea, para comunicarse, hasta ese momento puede ser que el ser humano era lo más parecido al animal, era él solo con sus pensamientos, con su comunicación intrapersonal, él hablando consigo mismo.

Pero ¿cuál es la razón del deseo de la exteriorización? En primer lugar, por razones económicas, para perpetuar la especie y sobrevivir a las amenazas existentes, lo cual requería un proceso de comunicación más complejo que los sonidos guturales o la comunicación simbólica rupestre, necesitaba de un sistema más complejo del lenguaje, algo que modificara la acción social y tuviera un efecto económico y un impacto en la vida de la caverna.

²⁵ Algunos científicos la calculan entre 140,000 y 300,000 años atrás

²⁶ Entre 4,200 y 4,600 millones de años

Para Lucas Marín, el estudio de la comunicación tan solo empezó hace dos mil años en la sociedad griega, la definió como un proceso cognitivo que nace en nuestro interior, del deseo de hablar con uno mismo. (Lucas Marín, 1999, p. 53).

Es un proceso cognitivo que requiere de todos los elementos de los procesos de comunicación interpersonal con una diferencia base y esencial que el individuo tiene en su interior, que le confiere el doble rol de emisor y receptor, uno mismo se transmite un mensaje, luego lo codifica en un rol totalmente diferente y en el rol de receptor, él mismo también lo decodifica.

De tal forma, que una persona frente al espejo o sin él, puede literalmente hablarse a sí misma, por ejemplo, hacerse preguntas y responderlas. Quizás por este tipo de comunicación Descartes ²⁷ formuló el “Método de la duda sistemática” hablando consigo mismo y llegó a la famosa conclusión: “Pienso luego existo”.

La relación intrapersonal es intrínseca en el desarrollo del ser dentro de contexto social, puesto que, con base a esas conversaciones internas, este toma decisiones indispensables para su calidad de vida y propagar su sobrevivencia. Condiciona su forma de hablar, de actuar y de elegir su trayectoria, (Marín, 1999, p. 54).

Por otra parte, para el Dr. Carlos Interiano, experto comunicador, este tipo de comunicación es un fenómeno que se da dentro del cuerpo de un individuo, lo que se transmite por una compleja red neuronal que, en esencia, tiene canales transmisores que son los nervios y centro de información que es el cerebro. Esta parte física y compleja del ser humano es la que hace posible todos los tipos de comunicación, pero, sin duda alguna, potencia la comunicación en el interior del ser humano, que rebasa el aspecto básico de instintos que tiene los animales, (Interiano, Semiología y Comunicación, 2003).

²⁷ René Descartes 1596 - 1650

El autor coincide con Interiano que el cerebro transmite y recibe el mensaje, lo construye y lo interpreta:

Podemos decir que el cerebro, como centro que regula las informaciones es el emisor, pero también receptor de mensajes. Transmite y recibe a través de la extensa red de ramificaciones nerviosas que corren nuestro cuerpo. Estas extensas redes están conectadas a los centros nerviosos: la médula espinal y el encéfalo. Estos centros nerviosos tienen la función primordial de coordinar la actividad motora de nuestro cuerpo a través del centro decodificador y descodificador: el cerebro. Las terminaciones nerviosas son el contacto entre el mundo interior y exterior del individuo. Utilizando un lenguaje común, podemos decir que estas constituyen “las ventanas”, a través de las cuales el cerebro interioriza el mundo exterior. Una vez que el cerebro se ha apoderado de esta información estará en capacidad de dar una respuesta. En el caso de la comunicación intrapersonal esta respuesta será dada a nivel orgánico, (Interiano, 2003, *Semiología y Comunicación*, p.p. 39, 40).

La comunicación intrapersonal no es un proceso simple, más bien, es un proceso complejo que requiere de varias circunstancias y la parte clave está en la decisión de la transmisión o no del mensaje. Si no se transmite el mensaje luego de su elaboración, estamos ante un proceso de comunicación interno y si se decide transmitir hacemos comunicación interpersonal. Precisamente esa condición es la que hace, en esencia, a la comunicación intrapersonal un proceso privado o íntimo, la decisión de no transmisión del mensaje a pesar de que está elaborado.

Para muchos autores la conducta humana está compuesta de tres componentes:

- Pensamiento
- Sentimiento
- Acción

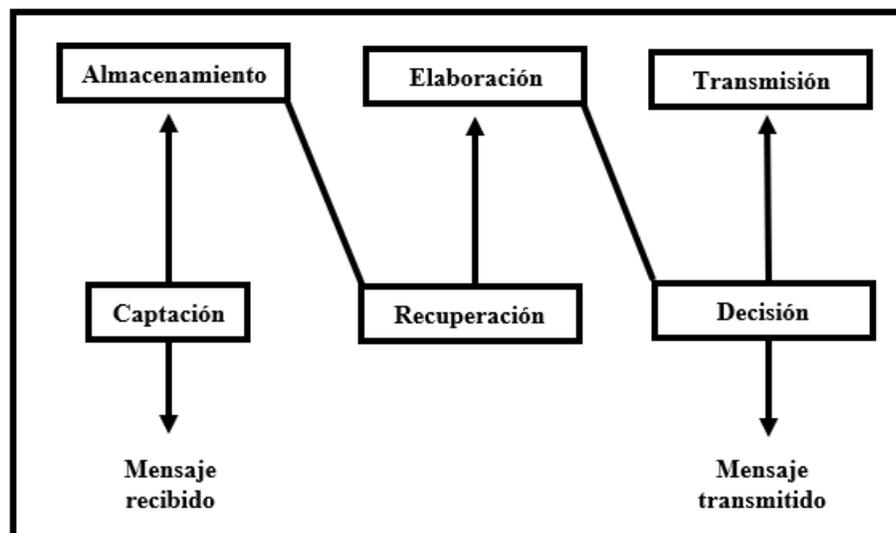
Uno de esos tres componentes el más complejo como lo es pensamiento resultado de impulsos eléctricos y químicos en nuestro cerebro lo que hace codificar toda aquella información de las terminales nerviosas hasta concluir con una idea, un mensaje elaborado; la acción de no transmitirlo hace que se produzca el diálogo interior. Marroquín y Milla citados por Lucas Marín, quienes afirman que el ser humano mismo tiene la capacidad de afectar sus propios pensamientos. (Lucas Marín, 1999, p. 54).

El diálogo interno que construye el pensamiento, como proceso orgánico complejo de prácticamente todo el cuerpo y llevado al cerebro, permite desarrollar el segundo componente de la comunicación intrapersonal, ese sentimiento repetitivo, de que hacemos lo correcto o lo incorrecto, que establece una percepción positiva de nosotros mismos, o bien, que destruye la autoestima, es prácticamente una parte intangible y difícil de ubicar, que bien se podría afirmar que construye el ser.

Cuando se habla a sí mismo, se conversa sin cesar con esa parte inmaterial del ser al que Freud le dio el nombre de “yo” de la teoría de la personalidad del humano. Esa parte que conecta al ser con la realidad.

Volviendo a Interiano (Interiano, *Semiología y Comunicación*, 2003) sobre el proceso de elaboración de la comunicación intrapersonal, señala que hay seis partes que participan en el proceso la captación, almacenamiento, recuperación, elaboración, decisión y transmisión.

Imagen 1: Proceso de la comunicación intrapersonal



Fuente: Interiano, Carlos. *Semiología y Comunicación*. p.41.

Según dicho autor, se nace con cinco sentidos con poderosas terminales nerviosas y herramientas bases para recoger toda la información que se necesita para elaborar una idea o un simple pensamiento, el cual, posteriormente, se puede convertir en un mensaje elaborado de hechos con canales de doble que permiten recibir y transmitir datos.

Siguiendo la teoría de Freud, esa información se puede almacenar en tres niveles: preconscious, inconsciente y subconsciente; de tal forma que, de una manera deliberada, la información se guarda en el consciente, sin embargo, no se pierde nada porque queda guardado en los otros niveles.

Al hecho de recuperar información se le llama memoria, que se refiere a la acción del cerebro de recordar datos y traerlos al momento actual, esa recuperación no es de datos aislados, se recupera un todo que posteriormente se tamiza discriminando datos. Para elaborar cualquier tipo de mensaje, para cualquier forma de comunicación, se requiere que previamente se tenga algo almacenado susceptible de ser recuperado.

La siguiente etapa es la elaboración donde se filtra o tamiza lo recuperado y se construye o diseña el mensaje, y por fuerza como se captaron los datos o información entrando a escena la parte creativa.

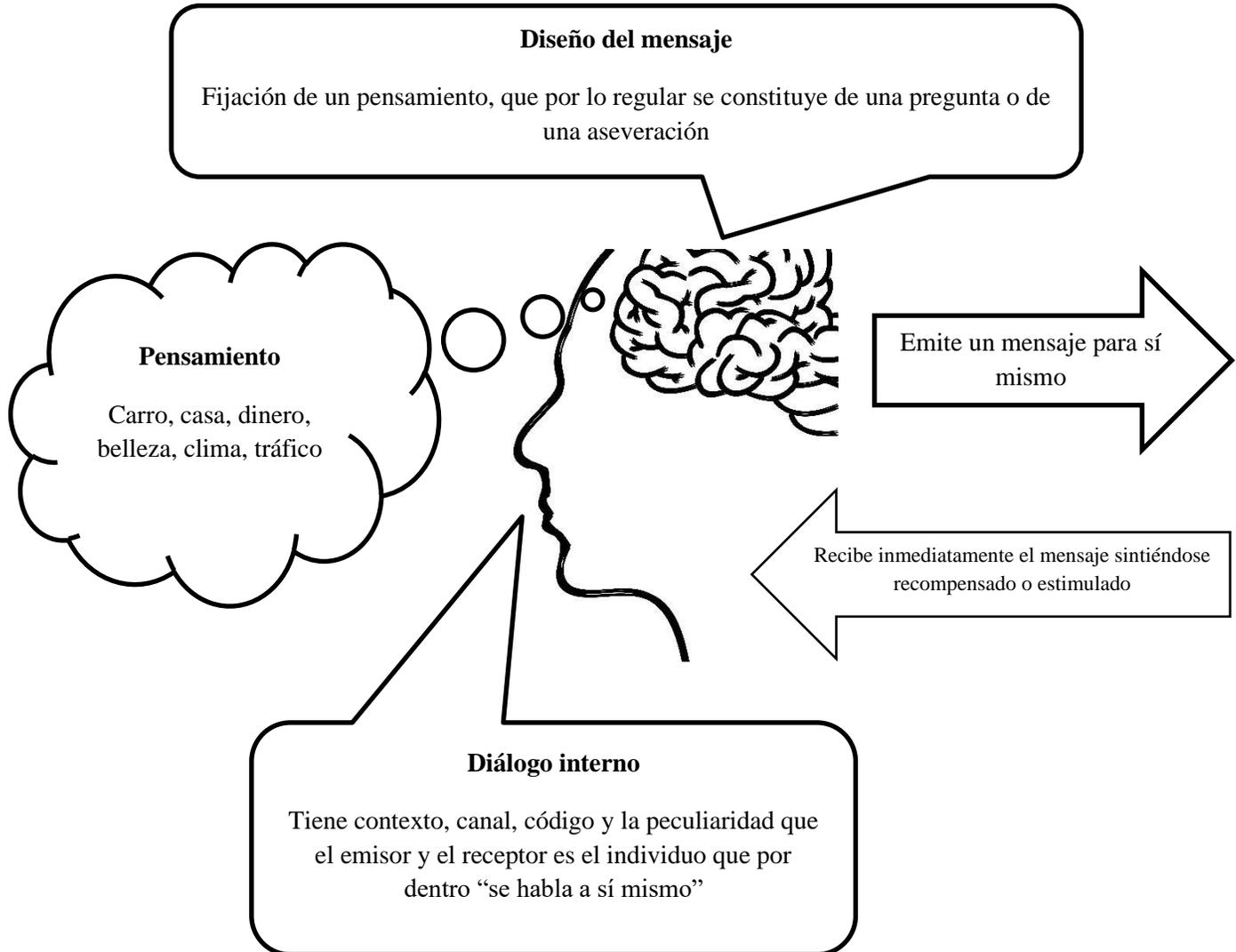
La decisión es un parte, que se presta más para la comunicación interpersonal, porque se refiere a la discriminación en la elaboración del mensaje que ventajas o recompensas psicológicas proporciona por el mensaje que “transmitirá”, sin embargo, la comunicación intrapersonal carece de este componente de transmisión. Se debe aceptar que el individuo, como tal, toma esa decisión respecto a sí mismo para convencerse sobre qué es lo que más le gusta creer, respecto a cierta situación.

Por lo que, para el ponente de este trabajo, se puede considerar el proceso de comunicación de la siguiente forma:

- a. Pensamiento o memoria, en un momento emocional determinado recurre a los recuerdos toma la información que necesita y fija en su cerebro una cuestión o idea que servirá de contexto para elaborar el diálogo interno.
- b. Diseño del mensaje, lo construye con todos los procesos, sabe de antemano que él será el receptor de dicho mensaje, y trata de incluir todas las valoraciones o cuestiones respecto a la idea o problema, por lo regular lo construye como una duda o como una aseveración, dando la forma que considera le dará más recompensas o para auto preguntarse a sí mismo o para aseverar y automotivarse.
- c. Transmite y recibe el mensaje, no existe la decisión respecto a la transmisión, simplemente se libera a nivel pensamiento la pregunta o la aseveración. Ejemplo: ¿por qué tengo hoy el pelo tan liso? O bien – Ok campeón, para arriba nos tenemos que levantar -.

El esquema sería el siguiente:

Esquema 11: Proceso de comunicación intrapersonal o diálogo interno



Fuente: elaboración propia.

Ahora bien, para Marín no solo son las frases las que se agolpan en el pensamiento si no también las imágenes constituyéndose en más información para nosotros mismos dando paso al pensamiento automático. Tal pensamiento, se reduce a un nivel de proceso cerebral que no se percibe fácilmente por el consciente, de forma que su función en cuanto al actual

del ser en la realidad que se percibe depende del individuo en cuanto a su inteligencia emocional y nivel racional, a esa relación intrínseca con él mismo, (Marín, 1999, p. 55).

Al final se puede acotar que la comunicación intrapersonal, es básica e importante porque ayuda a los seres humanos a mantener en buena forma su salud mental, sin esa comunicación con esa especie de filtro, sería muy difícil sobrevivir, porque se convierte en el mejor mecanismo que se puede tener al conseguir una forma de tener recompensas y aprobaciones internas; lo que permite socializar y participar de relaciones interpersonales que dan un espacio social, donde el ser se desenvuelve.

Respecto al objeto de estudio, que es la participación en redes sociales por medio de la construcción de mensajes masivos, se considera que este tipo de comunicación intrapersonal es como la materia prima de la comunicación interpersonal en la social media, de tal forma que, mientras más optimista y positivo es este diálogo interno los mensajes de las cuentas en redes sociales, estos tendrán respuestas positivas y optimistas.

Por el contrario, mientras más corrupto es ese proceso interno, puede ser que sea la causa porque actualmente la masa alimenta sus perfiles en las redes sociales de polémicas, descalificaciones, chismes, ataques, noticias falsas, amenazas, burlas, rumores, y, en general, mensajes negativos que termina por destruir las relaciones sociales sanas y constructivas.

6.2. ¿Cómo el ser se comunica con los demás?

Comunicarse es un hecho humano y social tan importante y automático como respirar. La vida humana no es posible sin aire y sin palabras, pero la angustia del hombre en la caverna y el gran reto era la comunicación.

El intercambio de mensajes era de vital importancia que podía lograr la satisfacción de todas las necesidades, primero los símbolos, las pinturas rupestres y posteriormente los

sonidos guturales tenían como fin crear un sistema de códigos. De tal forma que, hay un protolenguaje del cual se desprenden todos los lenguajes, y, posterior a él, surgen las grandes familias lingüísticas.

La necesidad del humano por exteriorizar sus ideas es tan lejana como la misma génesis del surgimiento del humano como el resultado del proceso de la evolución de la vida. En algún momento de la evolución de la vida, en el planeta tierra, nuestros antepasados “hablaron” se “comunicaron” y eso los diferenció del resto de animales. No es el tema del pensamiento, porque existen otros animales que piensan, lo que en realidad marca la diferencia entre el humano y los otros animales es el lenguaje articulado: hablar y hablar sin parar.

Ahora bien, ese hablar se encontraba sistematizado en la comunidad primitiva en las paredes, durante el esclavismo alcanzó otra dimensión con los papiros, tablas y otras formas de conservación de mensajes que permitieron sistematizar la comunicación interpersonal. Sin embargo, es hasta en la Edad Media con la imprenta de Gutenberg²⁸ que se masifican las ideas, y entonces es posible que un emisor le “hable” a muchos emisores.

La historia de la comunicación interpersonal es la historia de la lengua, es la historia de la humanidad; su evolución corre, desde la comunidad primitiva hasta la posmodernidad por la socialización del mensaje, por transmitirlo “al otro”.

Para que esa comunicación sea posible, Carlos Interiano plantea en “Semiología de la comunicación”, (Interiano, Semiología y Comunicación, 2003, págs. 50-51), debe cumplir las condiciones que define de la siguiente forma:

- a. Las fuerzas propulsoras, son todos aquellos motivos que impulsan a exteriorizar pensamientos, hacer público un pensamiento, comunicarlo al otro. Pero no es tan simple el proceso, porque todos los humanos, según Interiano, hacen valoraciones

²⁸ Año 1440

positivas y negativas, esas valoraciones impulsan no solo la creación del mensaje, sino también a la necesidad de exteriorizarlo, de divulgarlo.

- b. Las fuerzas inducidas, se refiere a los refuerzos recibidos por los otros que impulsan al ser comunicarse, compartir lazos familiares por amistad, empatía, ideología, o, simplemente por compartir; socializar en un grupo. Los demás inducen a la comunicación.
- c. Las valencias, se refiere a los refuerzos que se reciben, ya sea por fuerzas propulsoras o negativas, son valorados por los demás por mensajes positivos o negativos. Si solo se transmiten mensajes positivos, estos son valorados en la comunidad de la misma forma y se recibe aceptación. Por el contrario, si se valora al transmisor como negativo, este es rechazado, excluido e incluso, en ocasiones graves, hasta marcados como si se fuera leproso.
- d. La empatía se refiere a la capacidad que tiene el ser humano de ponerse en el lugar del otro, de establecer una relación horizontal, se crea reciprocidad y permite la transmisión de mensajes al mismo nivel. Es decir, que uno entiende al otro, respecto a lo que recibe y transmite.

Para Marín, es importante que dentro de la situación que los pensamientos están fluyendo constantemente, el ser humano establece un diálogo interno, el cual la mayoría de las veces está constituido por frases negativas o positivas repetitivas que pueden perdurar o no, pero que influyen en su actuar y comunicación con lo externo, (Marín, 1999, p. 54 y 55).

A fin de cuentas, el ser humano no tiene opción, se tiene que comunicar con los otros, puesto que es un acto social, no se puede evadir. Incluso las personas con discapacidades auditivas, verbales o visuales buscan socializar y su principal razón de vivir es la comunicación, el encuentro con el otro.

¿Cuál es el milagro por el que ser humano se comunica con los demás? Pues gracias a un proceso histórico y cultural. Es decir, la comunicación es resultado de la evolución del humano sobre la tierra. Es la acumulación de signos, símbolos, sonidos, códigos que van pasando de una generación a otra, constituyen una especie de reservorio cultural que hace el milagro de la comunicación con el otro.

Es decir que, la comunicación interpersonal es el producto cultural tangible más importante de la evolución humana, puesto que hace posible el avance de la humanidad, y, en especial, sus procesos sociales y económicos. La economía de toda sociedad se sustenta en la comunicación interpersonal, que acumula la experiencia de todos los modos de producción.

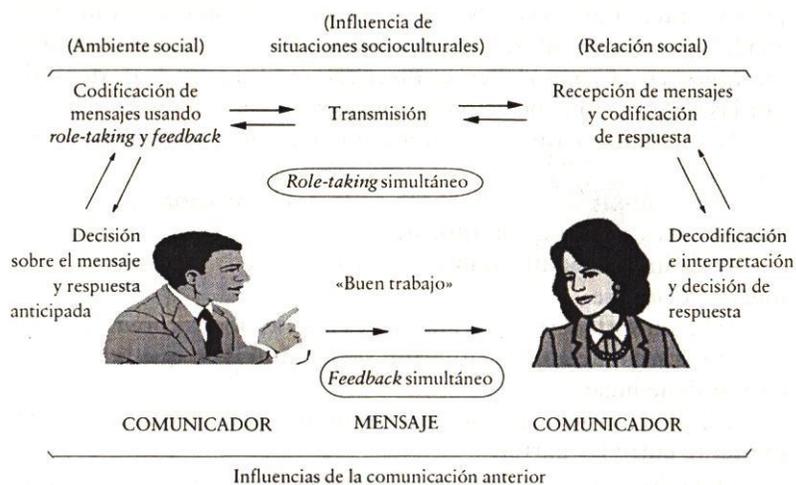
Estos modos de producción evolucionan y se perfeccionan gracias a procesos de comunicación tan complejos que permiten formas especializadas de comunicación, como la comunicación organizacional y estratégicas que no son más que variables de comunicación con el otro. Es decir, los consensos sociales son los que permiten esa comunicación interpersonal que hacen posible el lenguaje.

Se entiende (el lenguaje), como un sistema complejo de signos que se ha definido por el ser humano para establecer puntos en común y procurar que la interpretación de la realidad, y del funcionamiento del mundo sea consensuado entre todos los seres en conjunto, y así, consolidar a las sociedades. Además, su importancia tiene que ver con el significado que se la ha asignado a cada signo, (Marín, 1999, pág. 59)

De tal forma que, la comunicación interpersonal no tiene las condiciones de un acto espontáneo y tampoco es resultado de la casualidad, más bien, es un proceso complejo que sucede entre humanos, que tiene como punto principal el deseo de compartir, de interactuar, de entender que para que se dé el proceso siempre debe haber dos partes.

Para ello, Lucas Marín y los coautores de la “*Sociología de la comunicación*”, elaboran un esquema que explican cómo se desarrolla el proceso:

Imagen 2: Proceso de comunicación interpersonal



Fuente: Lucas, Marín y otros. *Sociología de la Comunicación*, (p 60).

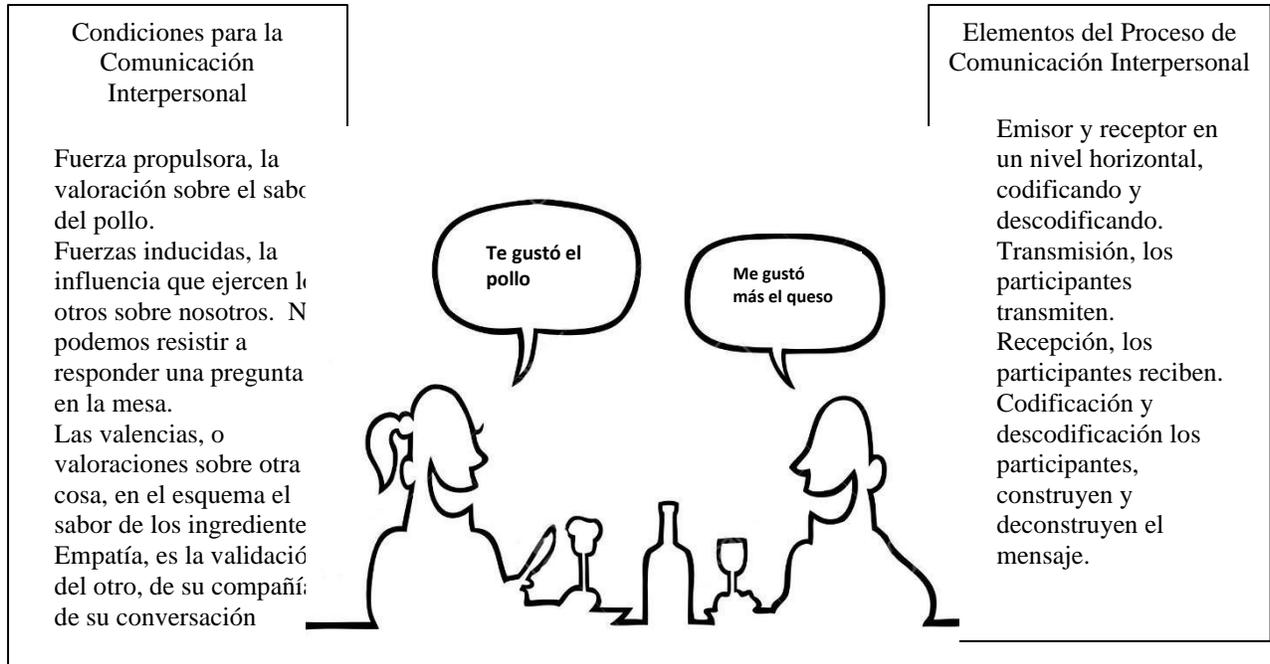
De tal forma que, todo se puede explicar a partir del sentido y la respuesta, la comunicación interpersonal cobra sentido con base en el razonamiento individual de ambas partes. Eventualmente, puede haber comunicación interpersonal sin respuesta, y esa comunicación puede ser de cara a cara, o de un emisor a miles de personas; a la masa, sin por fuerza tener respuesta. Pero la comunicación interpersonal reyna, es a la comunicación interpersonal de uno a uno, porque eventualmente debe tener una respuesta.

El proceso en apariencia es muy simple, se decide la transmisión de un mensaje, cuando se define la decisión, esta se codifica. Posterior a eso, llega el acto de transmisión, del cual sucede un acto de recepción y culmina en un proceso de decodificación, tal como lo plantea Marín en su esquema y el cual se puede mejorar de la siguiente forma:

- a. Se realiza un proceso de intracomunicación el cual concluye en la decisión de transmitir un mensaje y pasar de un estadio al otro.
- b. Codifica

- c. Se transmite
- d. Se recibe
- e. Se descodifica.

Esquema 12: Proceso de comunicación interpersonal o diálogo externo



Fuente: elaboración

propia.

6.3. Proceso de construcción y recepción de mensajes

La comunicación no es un milagro, ni algo simple. Es un proceso complejo que cuando se profundiza puede conducir a comprender incluso el problema o drama humano de la desigualdad, discriminación o racismo. La validación es de vital importancia.

La construcción del mensaje debe tomar en cuenta, por lo menos, cuatro momentos insoslayables que permiten que sea posible el mensaje per se.

- a. La decisión de transmitir o no, es casi inmediata o automática de pocos segundos.
- b. Codificación, cuando se es monolingüe ni siquiera existe la valoración en qué código se debe transmitir, en cambio cuando se es bilingüe o multilingüe hay otro momento que se debe emplear en el que se debe escoger el código.
- c. La valoración sobre la relación social con el otro, grado de parentesco, afinidad y otro.
- d. La valoración respecto al medio ambiente, lugar donde se está, la hora, clima, ubicación y otras valoraciones.

Todo esto, aunque se vea fácil, se convierte en un proceso relativamente complejo el de construir un mensaje, esto requiere de los cuatro pasos anteriores, y se deben tomar en cuenta los prejuicios culturales y religiosos, la ideología, cosmovisión e incluso coyunturas sociales y políticas.

Por tanto, la construcción de mensajes para redes sociales debe llevar un tamiz, más el hecho de que cualquier mensaje, eventualmente, pueda llegar a cientos o miles de personas en algunos casos extremos a millones de personas. Es decir, la comunicación personal en redes debe considerar la valoración del problema de la masificación del mensaje a N seguidores.

En el sentido que la importancia del contacto se reduce a que el necesita validación por parte de esos seguidores, y calcula a partir de la cantidad de reacciones, entre más se consiga resulta mucho mejor. Sin embargo, no importa si solo se tienen pocos contactos en cualquier red social, esos mensajes pueden ser de acceso público en un perfil si se configura para sea público y cualquiera pueda acceder a verlo, reaccionar y responder. En esa cuestión el contenido es valorado por el público, sin importar si las personas no se conocen en la vida real.

Esquema 13: Construcción del mensaje



Fuente: elaboración propia

Dentro de la valoración social, se encuentran los aspectos culturales, religiosos, y, por supuesto, los prejuicios y los refuerzos. Construir un mensaje requiere, sobre todo, de la necesidad de comunicarse con el otro, ir al encuentro del otro, validarlo y aceptarlo.

Por lo tanto, la recepción del mensaje tampoco es tan simple, porque negarse a recibir un mensaje, incluso después de haberlo recibido; es cerrar el canal y la posibilidad del intercambio de la comunicación misma. Se debe estar dispuesto a recibir el mensaje, no basta que haya un emisor dispuesto a transmitir, también debe existir un receptor dispuesto a recibir, es decir, alguien que acepte el mensaje, que valore y desee la comunicación, si no desea recibir un mensaje, equivale aceptar a la otra persona.

Existe la posibilidad que el receptor ponga barreras físicas, emocionales, psicológicas, culturales, ideológicas, religiosas, o, de cualquier forma, no aceptando el impulso, el cual es requisito base para que se dé la comunicación intrapersonal. La aceptación del mensaje es una especie de validación del emisor, no basta con que una persona construya el mensaje, esta tiene que tener la participación del otro que desea participar en dicha conversación.

Entonces, es necesario explicar lo que sucede en la comunicación interpersonal cada vez que el receptor cierra el canal, porque además de no querer recibir el mensaje, se crean problemas interpersonales. La opción bloquear en redes sociales y móviles son las expresiones modernas de negación de la comunicación, de hecho, es un cierre real del canal y de la comunicación.

6.4. Nuevas relaciones de comunicaciones sociales

Siguiendo la propuesta de Zygmunt Bauman, respecto a la modernidad líquida y nuevas relaciones de comunicaciones sociales (Bauman Z., *Amor líquido*, 2016) a partir del año 1990 con la comercialización del Internet, el tejido social cambió de forma. Antes de esa fecha era un mundo sólido, en donde el ser humano quería tener relaciones interpersonales duraderas y no efímeras, a partir de esa transición todo se vuelve líquido, y no fue un proceso repentino; como todas las cosas humanas sigue evolucionando y su génesis está en ese año.

Hombres y mujeres, se podría decir que, en años anteriores a 1990, vivían en un mundo sólido (Bauman Z., *Amor líquido*, 2016), la humanidad aspiraba a relaciones estables. Esto quiere decir, a la necesidad de optar por un carro, trabajo, casa y una pareja para toda la vida, se daba por hecho el concepto de estabilidad, incluso el de eternidad en las relaciones de pareja.

El Internet como invento rompió, según Bauman, ese tejido social heredado desde la caverna, para hacer un cambio hacia un mundo de relaciones inestables. A diferencia de lo

sólido, el carro se cambia cada año, el trabajo siempre será temporal; no se piensa en jubilación y desarrollar una carrera. Las relaciones humanas son temporales y efímeras el concepto de “eternidad” está seriamente herido y en peligro de desaparecer, a todo esto, Bauman le atribuye el nombre de “Modernidad líquida”.

Según Bauman, esa interacción que surge entre cada ser dentro de la red ya no corresponde a relacionarse porque las personas no tienen esa proximidad física, ni todos los elementos que le dan el valor humano a las relaciones humanas; estos individuos están “conectados”, es decir, no están constituyendo una relación, sino una conexión. (Bauman Z., Amor líquido, 2016, p.12).

Es decir que, el concepto “red” adquiere un significado nunca visto, si las relaciones, por ejemplo, de pareja, ya no son confiables, mucho menos duraderas. Lo normal es que se acuda a la red, se consiga otro contacto y se cambie la relación, todo es intercambiable en el mundo actual y por razones económicas todo tiene una fecha de caducidad, incluso las relaciones humanas.

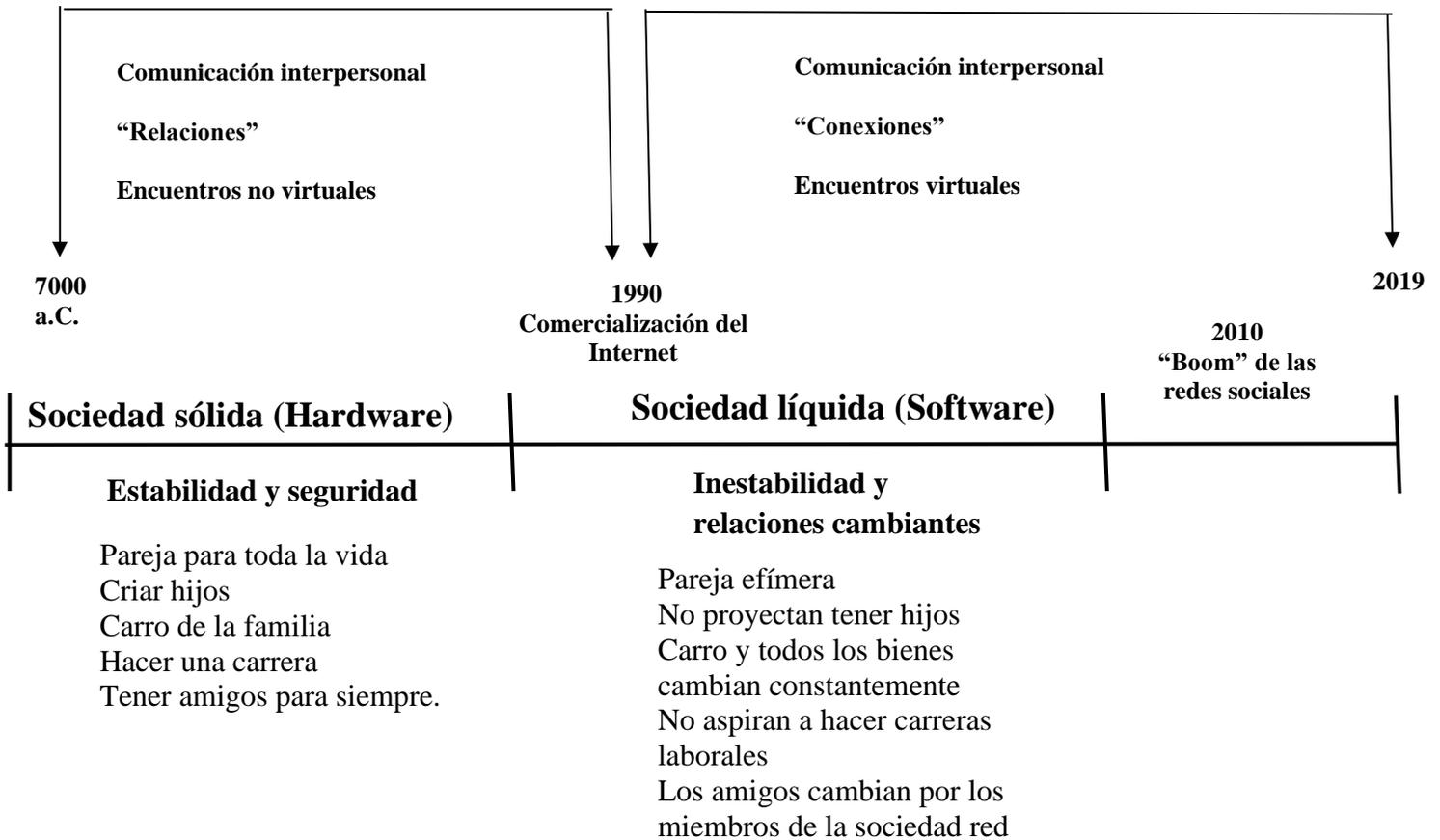
Todo esto afecta la comunicación interpersonal, porque de la misma forma si una persona “deja de hablar” a otra, fácilmente se encuentran más contactos o personas en la red, que pueden sustituir esa relación; lo mismo pasa con la pareja y relaciones laborales, de tal forma que, todo está suspendido en el término de caducidad. Hay una tendencia o propensión a la ruptura de la comunicación, en especial, porque romper al final es: “no tener nada que hablar”.

Para Bauman, la sociedad sólida era más de relaciones que de contactos o relaciones causales el mundo no se movía y su centro era el uso de herramientas de comunicación, teléfono, telégrafo, radio, televisión, correo y en fin todos eran medios de comunicación que servían de canales en las relaciones interpersonales.

Pero a partir de 1990 el mundo se movió se volvió voluble e inestable, de hecho, se encuentra en la red, a ello le llama “Sociedad Software”, las relaciones interpersonales están mediadas en redes sociales en aplicaciones, literalmente en la nube.

Este nuevo paradigma hace que por ejemplo encontrar pareja y amigos ahora sea relativamente fácil, se concluye una relación y para sustituirla simplemente se acude a la “Sociedad Red” y se busca un nuevo contacto, que sustituya el desechado, ahora lo que simple hay que hacer para romper una relación, es dejar de escribir, dejar de comunicarse y en los casos más graves usar la opción bloquear. El siguiente esquema explica esta visión de Bauman de cómo se organiza el mundo.

Esquema 14: Teoría “Modernidad líquida” de Bauman



Fuente: elaboración propia.

Es decir, que se cambió de un mundo de relaciones a un mundo de conexiones, nuestra relación con los otros o la alteridad, sólo se da gracias al contacto virtual que pasa a ser “*la comunicación real*” fuera de ese estado simplemente no existimos, por eso imagen de gente visitando un famoso museo y en lugar de ver las obras miran su teléfono, o bien una mesa la gente en lugar de conversar mira su teléfono, lo que están haciendo es comunicarse con el lejano y desconectarse del cercano. La relación más importante para el comensal puede ser que no esté en la mesa y puede ser que la obra de arte no se encuentre en ese museo sino en el teléfono móvil.

El peligro real para las comunicaciones personales es que se deben apoyar en el chateo, en los momentos virtuales:

Las uniones no tienen qué apoyarse salvo en el chateo y los mensajes de texto; la unión sólo se mantiene gracias a nuestra charla, nuestro llamado telefónico, nuestros mensajes de texto. El que deja de hablar queda fuera. El silencio es igual a la exclusión. *Il n'y a pas dehors du texte*, por cierto – no hay nada fuera del texto –, aunque no en el sentido en que lo dijo Derrida... (Bauman Z., *Amor líquido*, 2016, p.55)

De tal forma que las relaciones interpersonales pueden estar mediadas por las conveniencias, es decir, las relaciones humanas puras no existen y traspasan el grupo familiar, en la sociedad líquida quizás solo la familia es irremplazable todas las demás relaciones se pueden sustituir.

Ese cambio en la comunicación interpersonal genera un cambio en el tejido social de tal forma que los momentos virtuales o no reales llamadas conexiones son más importantes que los mismos momentos no virtuales o relaciones. Porque en la actualidad el humano necesita estar conectado no relacionado.

Estar conectado incluso puede ser más barato en todos los términos que estar relacionado, es más barato pagar la conexión a Internet que una cena romántica, por ejemplo.

Reflexiones finales

Sin duda alguna el internet cambió la comunicación interpersonal de una relación de contacto a una relación virtual. De un mundo sólido a un mundo inestable, fugaz, literalmente “en la nube”, que responde esencialmente a una sociedad red llena de contactos y no de relaciones humanas.

La teoría de la “Sociedad líquida” es la más acabada y la que explica de mejor forma cómo cambia la comunicación, y cómo se perciben las personas, ya no como humanos

sino como nodos de una sociedad red. Lo humano está desterrado a la familia y el ser colectivo que consume en su cuarto, o cualquier ambiente cerrado de forma individual.

Las relaciones sociales son virtuales y no reales, por lo que es más importante la conexión a internet que un apretón de manos o un beso, de esa forma, quizás la humanidad avanza inexorablemente hacia la pérdida de la privacidad y todos se conviertan en seres públicos hiperconectados, pero con mucha distancia física.

Puede ser que en futuro no sean necesarias las fiestas, el cine, el teatro y otras manifestaciones culturales que puede sean sustituidas por transmisiones en línea y otras formas de comunicación más públicas, menos privadas, pero de más fácil acceso, al final es más fácil estar conectado y *“hablar”* con el otro por ahí que movernos físicamente a dar un fuerte abrazo o apoyo real.

Capítulo 7

Propuesta de Umberto Eco sobre la “Máquina del Fango” y el “Ejército de idiotas”

El capítulo 7 aborda la propuesta que hace Umberto Eco llamada la “Máquina del Fango”; también se aborda su declaración sobre el uso de las redes sociales como el “ejército de idiotas” al cual aludiera poco tiempo antes de morir. A partir de estos conceptos se hará una reflexión sobre la perspectiva de las redes sociales en un futuro cercano.

7.1. Aportes de Umberto Eco a la comunicación de masas

A partir de la invención del internet, surge la coexistencia de un mundo paralelo al real y físico, se constituye una realidad de interpretación de signos que forman una cibercultura, y esta, se presenta, no como un sistema complejo, sino universal de significación dentro de ese espacio. Eco, plantea que, el sistema modelador primario del ser humano es el lenguaje verbal y todas sus composiciones complejas, desde los movimientos faciales al emitir cada letra hasta su implicación pragmática.

No obstante, Eco, define en diferentes obras que la cultura inicia cuando el hombre decide elaborar utensilios con objetos pertenecientes a su biósfera para dominar la misma y controlar su evolución, es decir, si a partir de ese utensilio se instaure una actividad simbólica, la cual se va transmitiendo por imitación o por el mismo ser. Este proceso se va incrementando hasta formar en un grupo una forma de utilizar esos artefactos de cierta manera y darles un significado. “Se instaure sociedad cuando hay comercio de signos”, (Eco, Signo, 1973).

Los inventos del hombre se consideran entonces como parte determinante de la formación de la cultura, el constituir a un objeto un uso específico que puede propagarse, como el celular para facilitar los procesos de comunicación. La significación que el ser humano le

da a un objeto dentro de una cultura es la que determina el sistema de codificación de este, y esta situación es la que da lugar a que, en la red, el hecho de tener “anonimato” permite el crear nuevos signos que se utilizan como herramienta para incidir en la opinión pública, no necesariamente de manera positiva.

Por ejemplo, los memes, son imágenes con texto que incitan a burlas, a promover la discriminación, racismo, machismo, expresar mensajes de odio; todo a través de páginas anónimas, y en ocasiones desde perfiles reales, pero solo el asunto de no tener presencia física en el espacio virtual, es decir, no enfrentar a los demás personalmente al expresar o compartir un mensaje, dota de valor y aceptación esa acción.

Los avances tecnológicos, solo han aportado a la sociedad moderna una tendencia a ser perezosos, y esto, no solo física sino intelectualmente. Eco, menciona en una entrevista²⁹, que ahora la computadora, el internet permite acceso a miles de documentos, libros, infinidad de material académico y educativo didáctico-interactivo. Los buscadores como “Google” contienen cantidad incontable de información. En resumen, cualquiera podría ser intelectual y tener un vasto conocimiento en cualquier tema o descubrir citas y autores para autoformarse, y, aun así, la tendencia de las mayorías es tan solo el entretenimiento, lo banal.

Se reduce al proceso de la situación en la que el hombre va creando herramientas que facilitan su estancia en este mundo, que al ser exteriorizadas del consciente individual de un ser a otros, constituye un código que forma parte de un sistema de signos que forman unidades culturales. El proceso de transmisión de signos incluye un grado de sociabilidad, lo que limita a que el ser humano, desde el punto de vista comunicacional, la interacción humana y física, por naturaleza, imposibilita la individualidad y privacidad. De una u otra forma se exteriorizan los sentimientos, ideas, entre otros.

²⁹ Enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=TeuBteo3-Q8>

El problema que surge a partir del internet es la globalización de todo el sistema porque reúne una cantidad incontable de datos, una diversas culturas en un solo espacio y conviven entre sí, lo que conlleva a conformar una cultura mucho más unificada, similar y con tendencias superficiales de comportamiento. La teoría general del signo que propone Umberto Eco, con los procesos semióticos que resultan paralelos a los reales por medio de las redes sociales y ciberespacio, pueden resultar en una teoría o un sistema de producción de signos independiente.

El proceso comunicativo que surge entre las personas por las plataformas virtuales implica a dos máquinas que trabajan por medio de códigos binarios diversos, en función que responden a transmisiones humanas y compone a su vez, un signo similar al real: el lenguaje cibernético, que consiste en una mezcla de expresión escrita, con base en caracteres (signos) que son codificados por la computadora.

Además de la transmisión de códigos entre máquinas, también está la conciencia de cada uno de los individuos detrás de esas máquinas, el origen del código que se desea transmitir, esto involucra el proceso real de producción de signos a partir de una premisa, del proceso químico eléctrico del cerebro. El sistema por el cual se traducen los mensajes cibernéticos es el hipertexto, que es el lenguaje escrito en un sistema virtual coexistente.

Todo este proceso, igualmente corresponde a los elementos planteados por Eco sobre el esbozo para una teoría general de signos, sobre la cual, también plasma un escenario que, aunque él lo escribió en 1973, hoy, es algo real, “una teoría del signo parece referirse a fenómenos mentales que no pueden analizarse de otra manera”. Este inconveniente puede evitarse si se consideran todas las definiciones que siguen como definiciones “operativas”, en el sentido de que pueden servir de base para la construcción de un autómata capaz de comportamientos sígnicos.

Si estuviéramos en condiciones de construir comportamiento para el cual proporciona como respuesta otros significantes del que constituye el interpretante, o bien, la traducción en términos de otros signos, y así sucesivamente hasta lo infinito, se habría producido una situación similar al comportamiento

sígnico humano, en el cual los signos estímulos suscitan signos respuestas, sin que nunca se pueda alcanzar la realidad mental subyacente, si no es por medio de signos, (Eco, 1973, p.167).

Posterior, afirma que, a partir de esa situación se podría constituir la teoría de una inteligencia artificial que sería capaz de transmitir por medio de relaciones de significación. “Si esta mente artificial no es enteramente igual a un hombre, con todo, se aproximaría bastante a lo que hay en el hombre de comportamiento sígnico socializado”, (Eco, 1973, p.168).

La inteligencia artificial, actualmente va en constante avance, el único margen de error es que el hombre no ha podido crear un sistema de códigos que se traduzcan a emociones y experiencias humanas que inciden en el comportamiento de la conciencia artificial, pues está, es producto del hombre, y a penas él mismo conoce a profundidad el proceso cerebral de las emociones, ni la esencia misma del funcionamiento del cerebro.

En fin, la situación que surge entre la comunicación humana y la de las máquinas, analizada conforme a los elementos del signo, se diferencia entre el sentido y señal, entendidos ambos como: a) un proceso biológico que posee el humano y b) una señal autónoma eléctrica compuesta por un sistema de códigos binarios. Aunque el cerebro humano también funciona a través de patrones, estos se correlacionan en un proceso complejo y se contrastan los signos interpretados a partir de registros de memoria cultural; el ser humano es una unidad cultural.

En cambio, las señales que interpretan las máquinas son puramente lineales, el sistema binario conforma un código que hace funcionar una computadora, de forma que se reconozca el signo del lenguaje humano en sus distintas categorías para transmitir mensajes mediante la modalidad estímulo-respuesta como se expuso con anterioridad. Sin duda, enmarca mucho más una teoría de signos dentro del ciberespacio que ha creado el internet.

El mismo código, en su estricto y básico concepto, conforma las bases para la existencia de los signos, según Eco, es como la base que anida a los signos, además de facilitar el proceso

de comunicación, porque engloba signos correlacionados para crear mensajes entendibles y transmisibles, una vez cada signo sea convencionalizado y socializado; que tenga un fin en el desarrollo humano, que sea transmisible.

En este punto de globalización de ideas y signos que surge con el ciberespacio, el cual homogeniza aún más a las sociedades del mundo en un solo espacio, la máquina podría contar como una unidad cultural, pues, sin ella no se puede acceder a ese mundo paralelo. “Una unidad cultural es una entidad observable y manejable. Es observable porque el ámbito de una cultura se manifiesta por medio de sus interpretantes; palabras escritas, dibujos realizados físicamente (ahora en versiones digitales), definiciones expresadas, gestos y por lo tanto comportamientos de un género particular y convencionalizados, como entidades sónicas, entre otros.”, (Eco, 1973, p.p.179 y 180).

El internet propone una sociedad virtual que contiene una versión de la realidad física en una reproducción de signos nuevo y también ya existentes. Por ejemplo, el observar una pintura original que fue capturada por un usuario en alguna de las plataformas sociales, se convierte en una reproducción, en el tipo de relación que Eco propone en “Tratado de semiótica general”, “signos en los que el espécimen y tipo coinciden o, en cualquier caso, son absolutamente idénticos”, (Eco, 2000, p.270).

Sin embargo, la versión que se presenta en la pantalla no tiene el mismo valor que la pintura real, y sus características, no pueden ser apreciadas e interpretadas de la misma forma, aunque sí se puede tener el mismo asombro, tanto como si se viera el real. Entonces, la virtualidad dota de ideales e ilusiones a las masas, porque el hecho de poder ver cualquier lugar del mundo, cualquier situación, la situación misma de exponer su propia privacidad, enriquece el deseo íntimo de pertenecer.

Según Eco el elemento de reproducibilidad...

Atribuye un valor fetichista al original, eso incumbe a una teoría de las mercancías que, si llega a invalidar la consideración estética, es materia para los críticos de las costumbres y para los fustigadores de las aberraciones sociales. El gusto por la autenticidad a toda costa es el producto ideológico de una sociedad mercantil, y, cuando una reproducción de una escultura es absolutamente

perfecta, preferir el original es como preferir la primera edición numerada de un libro a la segunda; materia para anticuarios y no para críticos literarios. (Eco, 2000, p.271).

En la sociedad globalizada este proceso de reproducción se da no solo con los objetos en cuestiones mercantiles y en pinturas complejas, las cuales, aun así, tienen cierto valor, al menos simbólico para las personas el hecho que, la idea de este surge del artista de su agrado, también ocurre en la cotidianidad de las personas, el imitar acciones a partir del deseo de ser único y reconocido.

La creación de signos se puede hacer desde el momento en que se establecen a determinados personajes que lideran esa realidad virtual, como los “influenciadores” y a partir de ese signo implementar que seguirlo, significa tener un estilo de vida, belleza, genialidad, entre otros., de características que resultan banales y vacías. Esta situación se puede considerar como un mecanismo de manipulación. El compartir fotos editadas, viajes y cenas ostentosas, el connotar sentimientos a un mensaje virtual; se compone una realidad ficticia, esos signos virtuales crean una tendencia de deseos profundos y, por consiguiente, se proyecta una imagen ficticia de sí mismos.

Las redes sociales y el Internet provocan el fenómeno reproducible, uno de los rasgos de producción de signos en cuestión a la imitación a causa de la exposición que el sujeto tiene al pertenecer a ellas. Es decir, que la virtualidad da lugar a procesos semióticos dentro de su espacio y se crea una analogía, una de las tres oposiciones que sugiere Eco: digital vs analógico. Es un evento de los modos de producción, los cuales eventualmente resultan del cruce de uno de los modos con otro, como un espejo.

Además, al afirmar a la cultura como un sistema de signos que son interpretados por una gran masa de interpretantes, estos reaccionan mediante el proceso de comunicación cotidiano, condicionados al adiestramiento cultural, o sea descodifican mensajes y los interpretan naturalmente acorde a sus costumbres. O sea, la mente de un individuo adiestrado a la corriente masiva fácilmente adoptará cualquier conducta o reacción que se proponga por otro, siempre y cuando se adapte a sus necesidades.

Es decir, que la cultura es el contenedor de signos que representan y marcan el desarrollo sistemático de una sociedad, de una masa. “Por ello, los signos son una ‘fuerza social’, y no simples instrumentos que reflejan las fuerzas sociales”. (Eco, 1973, p.191).

Por otro lado, a propósito de la tendencia de adoptar una identidad ficticia por medio de las redes sociales virtuales, surge otro de los aportes importantes de Umberto Eco y es la “teoría del mito”, como eje central el generar una imagen mitológica superior al ser humano y sus capacidades como representación de lo que en el fondo cada uno desearía ser. Proyecta los deseos ocultos del ser humano por ser poderoso y controlar absolutamente todo.

En términos de (Eco, *Apocalípticos e integrados*, 1998) la mitificación representa una, “simbolización inconsciente, como identificación del objeto con una suma de finalidades no siempre racionales, como proyección en la imagen de tendencias, aspiraciones y temores, emergidos particularmente en un individuo, en una comunidad, en todo un periodo histórico”.

El ser humano busca proyectarse como supremo, y también, al menos la iglesia institucionaliza y “constituye el consumo de la carga sagrada de una estatua o figura pintada”, (Eco, 1998, p.220), venden la ideología de un ser supremo como protector y creador de la vida, como un ente que acompaña para no sentirse solo e impotente porque dentro de cada uno siempre existe cierto grado de inferioridad en un universo en el que, constantemente, se cuestiona su razón de ser y “existir” en él. Crea una imagen simbólica de un deseo reprimido.

En la sociedad de masas, aún más, la actual virtualizada compone una “mitopoyética”, como la cuestión de crear una imagen ficticia o contraria de sí misma, bajo el grado de anonimidad que proveen las plataformas de relaciones sociales virtuales. Se estimula una

corriente de pensamiento vacío y bastante vanidoso sobre una vida interesante e intelecto agudo, en el que cada sujeto se siente reconocido y querido.

Por ejemplo, la situación actual de crear “memes” (el cual es un signo) que expresa mensajes pesimistas, racistas, negativos, sexuales, si bien, se les da un sentido “sarcástico”, no cabe duda de que la esencia profunda y real del mismo, es el contenido desde un punto de vista objetivo. Tan solo se usa el anonimato, no solo de no presentar su propia identidad sino el hecho de no estar presente físicamente en ese espacio.

En efecto, si se extrae el “meme” y se analiza como signo independiente, como una representación satírica, conformada con texto e imagen que transmite un mensaje, sobre todo, negativo, pero también positivo que se ha implementado en el ámbito educativo, y, también, en cuestiones de mercado. Es un signo que surge a partir del “boom” de las redes sociales. Sin embargo, es una oposición, una analogía aproximada al cómic, a sátira que, en su momento, y aún en la actualidad, se ve en la prensa.

Asimismo, los videos streaming como analogía de la televisión análoga. La falsedad de identidad del usuario en la red es la analogía para simbolizar una imagen mítica como superior a deseos íntimos. Es decir, que las personas ya no necesitan únicamente el crear imágenes de hombre o mujeres sobrenaturales, pueden engrandecer su propia identidad para aparentar esos deseos. Ese pequeño detalle de que en la vida real es más difícil inmiscuirse en la vida privada, en la cotidiano, les da valor para proyectar una personalidad y vida radical en las redes sociales.

Aunque este detalle solo alimenta un poco ese deseo. En seguimiento con la cuestión mitológica, y, en específico “el mito de Superman” que Eco esboza en “Apocalípticos e integrados”, el cine y los efectos especiales digitales de los que se dispone actualmente gracias a programas de diseño y animación, se puede visualizar una realidad con personajes reales y situaciones realistas esas imágenes que alguna vez crearon para satisfacer sueños.

Solo el desglosar la historia de Superman, basta para identificar los detalles que reflejan, uno a uno, esos deseos unificados y concentrados en una imagen, en un solo personaje. Clark Kent, era el lado desagradable del personaje, el hombre común y corriente, preso en el sistema del mundo, callado, alineado; más no ejerciendo una profesión inútil. El ser periodista ayudaba a Kent a recopilar información y tener a acceso a detalles, eventos, personas para anticipar eventos y salvar a la ciudad de planes malvados. Ahora, el lado como superhéroe, refleja un desenlace propicio de un sueño oculto dentro de todos, el ser superior, el explorar, conocer, derrotar, de un control total del entorno, del universo mismo.

Este tema, ha sido desde siempre también un componente de la homogenización de los individuos, la cultura de masa consume las imágenes fantásticas porque presentan un nivel elevadísimo de inferioridad, Eco posiciona a la imagen mítica como “apocalíptica”, es decir, como un símbolo de consumismo, parte de los artificios de control social. El sentimiento de identificación o empatía hacia un personaje ficticio fomenta el adormecimiento, puesto que mantiene a los sujetos “soñando despiertos”, sumidos en una fantasía y deseando dentro de sí que esos personajes existan o imitando comportamientos y personalidades.

“En la comunicación por la imagen hay algo radicalmente limitativo, insuperablemente reaccionario. Y, sin embargo, no podemos rechazar la riqueza de impresiones y de descubrimientos que en toda la historia de la civilización los razonamientos por medio de imágenes han dado a los hombres”, (Eco, 1998, p.p. 341 y 342).

Eco define el tema en contexto con la televisión que, en los sesenta, era el medio con mayor alcance y máquina de masificación que existía. Ahora el internet y su expansión incontable, permite un control social mucho mayor, con estrategias mucho más simples de extracción de datos privados.

En consecuencia, el internet, al convertirse en una red global que conecta millones de computadoras, de conexiones sociales y de información, se crea un espacio cibernético o

ciberespacio. Este surgimiento se contrasta con la teoría de modelos de mundos posibles, y estos en general son “pequeños mundos”, formados por los grupos asociados que, al menos indirectamente se encuentran en una posible conexión entre sí.

“Para cotejar mundos es necesario considerar también el mundo real o actual como artificio cultural”, (Eco, *Los límites de la interpretación*, 2000). Con lo cual se puede crear el enlace de características reales a las virtuales, como un mundo coexistente, y, hasta cierto punto, no totalmente ficticio. Lo que le da cierto toque de falsedad, es el ejemplo que se ha dado a lo largo del texto, el hecho que, las personas proyectan superficialidad, una imagen errónea, irreal de sí mismos. Ni siquiera la idea de que las máquinas en un futuro tomen el control de todo y generen conciencia y sentido de existencia propio, queda tan alejado de una realidad, aunque como hipótesis sí.

Ahora bien, el desarrollo en el ciberespacio, en la conformación de una cibersociedad, la cual compone una cibercultura (mucho más universal que la real) se puede considerar como un modelo de pequeños mundos por tres de las características que propone. (Eco, 2000, p.218), aunque en este análisis no se pondría en contexto con la narrativa:

El estado de las cosas está constituido por individuos dotados de propiedades.

- a) Estas propiedades están gobernadas por determinadas leyes, de manera que determinadas propiedades pueden ser mutuamente contradictorias y, dada una propiedad x , esta puede explicitar la propiedad y .
- b) Los individuos pueden sufrir cambios, perder o adquirir nuevas propiedades (en este sentido un mundo posible es también un curso de acontecimientos y pueden describirse como una sucesión de estados temporalmente ordenada).

El mundo virtual proporciona al hombre un nuevo modelo de interacción social, además de permitir realizar tareas, conseguir información con rapidez; el tema esencial es cómo se

conforma ese sistema en el que se desenvuelven personas reales, en procesos comunicativos constantes que se dan de forma indirecta: de la consciencia humana a la traducción de los códigos que la computadora interpreta del teclado, luego, la recepción y descodificación de la máquina opuesta para que finalmente la otra consciencia humana interprete el mensaje recibido.

Este mundo se puede catalogar como verosímil, creíble y fácil de concebir, además dentro de este mundo virtual se crean herramientas como cuando el hombre primitivo iniciaba a descubrir objetos que servían como herramientas. El mundo cibernético incluye una amplia gama de beneficios y campos de estudio, y creación de utensilios digitales para la vida cotidiana. El internet también inició la brecha comercial y la publicidad, propaganda, cualquier modalidad de mercadeo y control de las masas para el consumo.

En lo más mínimo se debe considerar como algo efímero e irreal. Ha generado nuevos modelos comunicativos, como la intercultural a larga distancia, publicitaria, entre otros. “Los mundos posibles no se descubren en un depósito remoto cualquiera, invisible o trascendente: los construyen mentes y manos humanas”, (Eco, 2000, p.218).

Asimismo, (Eco, 2000, p.219), define, “así los mundos posibles son siempre pequeños mundos, es decir, un curso relativamente breve de acontecimientos locales en algún rincón del mundo actual”. Los grupos sociales en las redes contextualizan dentro de su marco cultural el contenido que ven respecto a otras culturas, pero que, en algún momento estos “nodos” van a encontrarse e interactuar.

Entonces, se resume, que se puede proponer al ciberespacio como un mundo posible, lo que constituye un pequeño mundo, porque hasta cierto punto, no está totalmente unificado todo el tiempo, existe la posibilidad de unir esas conexiones, sin embargo, no se puede predecir. Asimismo, no se formula como un mundo ficticio del real, más bien, coexisten como un mero reflejo de la realidad física, pero con mayor libertad y alcance.

Finalmente, la última teoría con la que se puede contextualizar la comunicación de masas, a partir de la incidencia de las redes sociales es la teoría de la máquina del fango, que posteriormente se va a dedicar un apartado exclusivo para el tema. (Eco, *Construir al enemigo*, 2011), expone que tener un enemigo es importante para definir la identidad, para medir los valores, y al enfrentarlo, mostrarlo. Por lo tanto, cuando el enemigo no existe, es necesario construirlo.

Desde tal afirmación se explica la función de una máquina del fango, en palabras simples, es un mecanismo para deslegitimar a un adversario (cualquiera que sea), aunque lo que se afirma de él sea una mentira; se da referencia al fango por su viscosidad, suciedad, en el que, una vez sumergida una persona, quedará inmóvil. Se trata de inmovilizar, de hundir a un adversario.

7.2. Teoría de la “máquina del fango”

La exposición masiva a la que se ve expuesto el ser humano por medio de las redes sociales, posibilita aún más, que el mecanismo de la máquina del fango funcione a la perfección porque estas plataformas, permiten la creación de páginas falsas que pueden ser utilizadas para deslegitimar, difamar o destruir a una persona exponiendo aspectos, verdaderos o no, de su vida privada. A diferencia del pasado, en que un chismorreó sobre una persona tan solo llegaba a un grupo dentro de su grupo social.

La masividad de alcance en las redes permite que una sola fotografía obscena o cualquier dato que genere morbo, sobre todo cuando se trata de una persona de poder o reconocida, se puede viralizar en cuestión de segundos porque las plataformas cuentan con millones de usuarios hambrientos de encontrar y difundir contenido superficial.

Umberto Eco, plasma de forma magistral un modelo de máquina de fango en su obra “*Número cero*”, con el proyecto “Domani” como medio para realizar tirajes con supuestas investigaciones periodísticas que solo servirían para ayudar fundar una mentira y probar a

las élites el poder de la prensa para manipular e intimidar, y así, crean un tiraje que solo iba a ser visto por esos personajes para demostrar lo que se podía conocer sobre ellos de no acatar sus chantajes.

Ocurre lo mismo con las páginas falsas con las que se desacredita a cualquier persona, incluso con un error insignificante, se vuelve una burla durante un largo tiempo. Para algunos puede significar algo bueno por ser recocidos y para otros lo peor de su vida, pero esto depende de la intención de la desacreditación. Por supuesto, una situación premeditada es generalmente porque se trata de encubrir algo propio, por desesperación de hundir al otro a como dé lugar por no encontrarle algo que realmente tenga fundamento. También se puede provocar con intenciones políticas como fue el famoso caso de la masiva oleada de noticias falsas durante la campaña por la presidencia de Estados Unidos en 2016.

El punto es que, cuando la situación se da con algún sujeto común, la exposición masiva que sufre, lo vuelve, momentáneamente en una figura pública sobreexpuesta a la mediatización, aunque el simple hecho de ser un usuario en la red convierte a una persona en figura pública porque, en cierto grado, pone a disposición su información personal; solo el tener un foto en el perfil deja una huella de los rasgos faciales, el detector de la huella digital del celular, el reconocimiento facial para ingresar a Facebook, los chat. La sociedad se encuentra en un punto en el que se está expuesto totalmente.

Para (Eco, 2015), en ocasiones basta solo insinuar que se sabe un secreto sobre alguien para suscitar interés sobre una persona a un grupo determinado. Se incentiva una actitud infantil, la gente reacciona como cuando un niño le dice a otro que sabe algo que el otro no, esa técnica tan simple resulta efectiva siempre, el mantener en suspense una situación.

Estrategias como las “noticias falsas” y la era de posverdad en todos los ámbitos predominan en la manipulación de contenidos, que para las masas resulta difícil de identificar su veracidad porque, a su vez, se enfrenta con una cantidad enorme de información. La inmediatez de información por las redes es tan fluida que, para una persona

simple, parte de la masa, resulta difícil de identificar las cualidades. Respecto a lo anterior, Touraine, lo ilustra como el producto de la era postsocial y poshistórica, porque poseen un determinado grado de historicidad en torno a las acciones del ser humano en su perfil de creador, de la mano con la ambivalencia.

“En el umbral de la era postsocial y poshistórica no es suficiente sumar nuestros derechos particulares; debemos integrar todas nuestras exigencias en una reivindicación que Hanna Arendt formuló perfectamente: derecho a tener derechos”, (Touraine, 2013, p. 133). Lo que complementa que el sujeto es el centro de los derechos, parte desde él respecto a sus libertades y desligue de las instituciones que mantenían sólida a la sociedad, y desde esta perspectiva Bauman concluye que son tiempos “líquidos”.

Es por la incertidumbre de lo anterior que, dentro de la red, los mecanismos de verificación de datos que se han implementado para lograr erradicar el problema de la información falsa presentan una serie de debilidades por su escasez, además de la cantidad de tiempo que requiere un equipo humano de revisión de ese contenido. En esto interviene de nuevo, mencionar que las máquinas tampoco podrían realizar una tarea tan minuciosa como la haría un ser humano, que puede contextualizar con vivencias que tuvieron respecto a un hecho estudiado.

La posverdad, que se relaciona con el tema de las “noticias falsas” se conforma por una base de creación de mensajes manipulados que cuentan con ciertas premisas verdaderas, bajo las cuales se ocultan mentiras, se utiliza por lo general el silencio para dejar vacíos que puedan despertar duda sobre el contenido de dicho mensaje. También, los mensajes producidos mediante una posverdad son aún más difíciles de reconocer porque siguen un modelo fiel a uno real.

Se construye una mentira oculta bajo una verdad aparente y subjetiva, y lo más importante, es la carga emotiva en los mensajes. Quizá, es la característica que define al fin de la

posverdad, el conmover para que no se analice un contenido, las personas terminan por enfocarse más en esa carga emotiva que en sí el hecho que se le está comunicando.

La posverdad, es una de las herramientas de poder, control social y generador de opinión pública que ha cobrado fuerza gracias a las redes sociales, a la saturación de información a la que se ven expuestas a las mayorías, con un bombardeo a tal punto que prefieren desligarse de la realidad y seguir con sus vidas como esclavos del sistema. La forma en la que se presenta la situación del mundo contiene una carga emocional tan fuerte, que también resulta como una razón más de desligamiento.

Eco, sugiere que las redes sociales se presentan como herramientas de una comunicación democrática, de notas bellas, adornadas, pero falaces; situaciones que empoderan a los ciudadanos, como la incentivación para la participación ciudadana, demostrar a través de mensajes vacíos que el pueblo tiene poder de decisión directa e inmediata. “La verdadera máquina de fango es la que fabrican los despachos del poder para que el periodismo deje de husmear en sus miserias”. (Hernández, 2016).

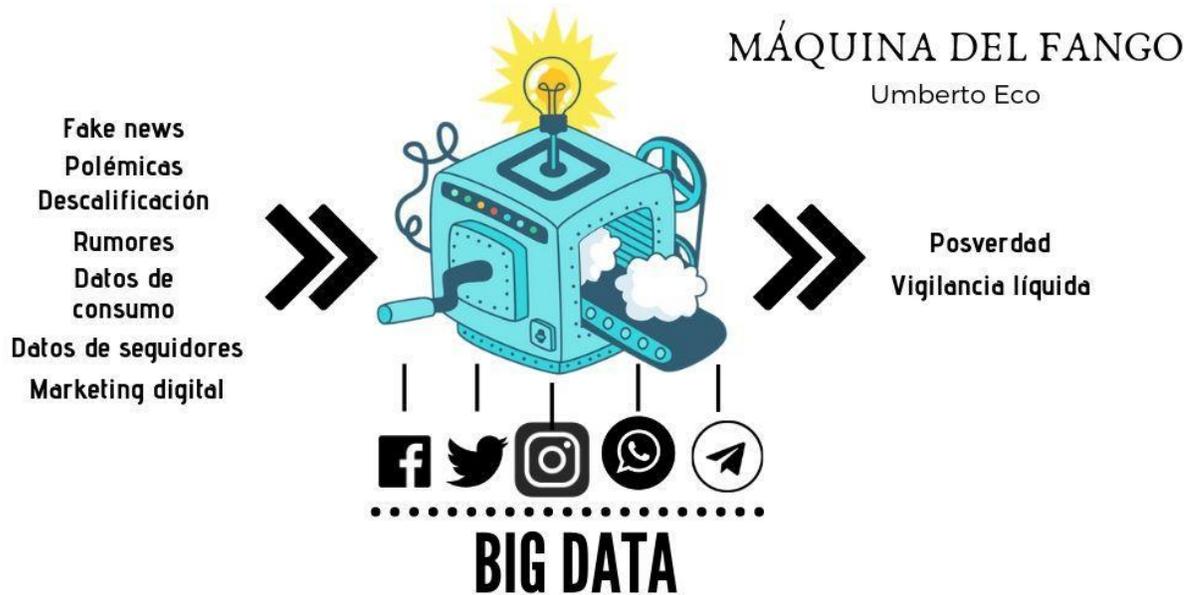
El componente emotivo es determinante porque es lo que predomina en las sociedades modernas, víctimas de una tendencia “perezosa”, en todo sentido, aunque, sobre todo, intelectualmente que les permite tan solo el manejar mejor sus emociones, pero sus razonamientos que se han acostumbrado a ser básicos por el poco desarrollo cerebral. Es decir, si se quiere saber el significado de una palabra, o lo que sucedió en las guerras más importantes, basta con ingresar palabras clave reconocidas por el sistema de base de datos de los buscadores como Google.

Ya no se requiere un mayor esfuerzo para el proceso de aprendizaje, las herramientas tecnológicas reducen la actividad cerebral y solo se llena de información, más no de capacidad de interpretación o contextualización. Por tal razón, a las personas que han crecido junto con la tecnología les resulta más fácil interpretar mediante el reconocimiento de emociones.

Las máquinas de fango han existido siempre, desde el chismorreo en un pequeño grupo, hasta la mediatización masiva de contenido personal de una persona. De hecho, el grabar a las personas sin su consentimiento incide en una invasión a la privacidad y la utilización de su imagen para deslegitimar es ilegal. Sin embargo, la popularidad de esas acciones lo han vuelto algo cotidiano y aceptado dentro de la cultura real y virtual.

El esquema de la “Máquina del fango” que plantea Eco se puede identificar de la siguiente manera:

Esquema 15: Propuesta de la “Máquina del fango” de Umberto Eco



Fuente: elaboración propia.

7.3. Redes sociales: “ejército de idiotas”

Para Umberto Eco³⁰, “las redes sociales le dan el derecho de hablar a legiones de idiotas”, cualquier persona inexperta puede emitir una opinión sobre algún tema y que los demás la pueden considerar como válida porque su razonamiento es similar. Mismo, que se relaciona con las máquinas de fango, las personas que manejan las páginas en las redes sociales para desacreditar a una, o varias personas, tan solo les faculta de valor el esconderse tras una pantalla porque en la vida real no tendrían el valor, ni los argumentos para demostrar que lo que predicán como la verdad.

Trabajan con mensajes emotivos, incentivando o aparentando ser actores transgresores y defensores de fechorías que no se atreven a denunciar formalmente porque solo es una estrategia desesperada por ganar y obtener poder. Logran convencer a sujetos que perciben y se sienten inferiores dentro de un determinado grupo porque se identifican con esa “intención de lucha” que, según ellos va a elevarlos a cierto nivel de reconocimiento y resultaran héroes.

Incluso, Eco, plantea también ese detalle, si se guía por las leyes judiciales, una persona no es culpable de nada hasta que enfrenta su juicio frente a un juez competente que lo declare como tal. Las normas morales no son penadas, y si generan cierto rechazo social es solo en pequeños grupos con ideologías distintas, pero nunca determinan la culpabilidad real de una persona.

Se sabe que la conflictividad en la vida del ser humano es indispensable para su desarrollo, porque lo mantiene en un estado de actividad, de juego, de competencia, lo cual alimenta su ego y su deseo de sobresalir y ser reconocido. Es la intención con la Eco plantea el

³⁰ Entrevista original: <https://www.lastampa.it/2015/06/10/cultura/eco-con-i-parola-a-legioni-di-imbecilli-XJrvezBN4XOoyo0h98EfiJ/pagina.html>

conseguir un enemigo. Esta lucha entre ambos mantiene dinámica la participación social de cada sujeto, por supuesto, siempre uno es más fuerte que otro, se equilibran entre sí.

Resulta como una motivación emocional el mantener una disputa estratégica para destruir a otra persona, adversaria a sus ideales y comportamientos. Sin embargo, el débil, el que resulta como el atacante más “fuerte” porque es constante y abrupto, termina por ser el idiota que emite su opinión en las redes sociales sobre el otro, basado en una suposición.

También, por otro lado, los influenciadores, difamadores, gente común que reacciona tras algún evento coyuntural polémico. Y esto, entra otro punto, la actividad polémica que muestran los medios sobre situaciones, principalmente, políticas de un país resultan también como efecto de manipulación, el mantener ocupadas y concentradas a las masas con el núcleo de la tormenta, hacen que mientras todos se vuelven expertos y portadores de la verdad en las redes sociales, generando opinión pública al respecto, se realicen jugadas mucho más importantes que refuerzan el poder.

Las opiniones resultan ser solo insultos, reformulaciones de los asuntos, argumentos vacíos que no llevan, ni proponen nada. Tan solo es una queja masiva con diferentes palabras, el detalle esencial es la emotividad con la que los medios presentan la información, con datos tan detallados que resulta indignante para las mayorías que han sido impactadas anteriormente con algo más fuerte, tan solo se ha ido incentivando una desesperación que desestabiliza y concentra el pensamiento solo en la lucha, más que en solventar.

Pero este mecanismo solo resulta en países subdesarrollados, que se componen por una sociedad disfuncional, los complejos generados, por ello, generan un comportamiento “rebelde”, que descentraliza el alcance de los objetivos estabilizadores, para solo conllevar más conflicto. Los países desarrollados y poderosos, al poseer un sistema dominante y alienado, pero estable porque cumple al menos con las necesidades básicas, y mucho más; solo mantiene a las sociedades unidas porque son mucho más controladas, son fieles servidores que funcionan en conjunto. Se podría percibir como algo negativo los ser

adiestrados, pero resulta como un efecto moderador porque el código cultural realmente funciona y ha sido a lo largo de la historia.

Ahora, regresando al asunto de emisión de opiniones erróneas, también el ser vistos como propone (Eco, De la estupidez a la locura, 2018), pero no por alguna hazaña heroica o el recibir algún premio importante, por un logro sino por cualquier banalidad, como ser grabado en estado de ebriedad y decir o cometer alguna tontería que resulte cómica para los demás. Es tendencia en las redes el darle un sentido cómico a cualquier cuestión, hacen chistes incluso con cuestiones trágicas, al menos, los Millennial tienen la tendencia a reaccionar agresivos y atentos a una situación crítica sobre aborto, muertes de animales, muertes violentas a mujeres, y a la vez compartir contenido con memes burlándose de situaciones así.

Si bien, el sarcasmo puede resultar cómico hasta cierto punto, se eleva a niveles que viéndolos objetivamente no resultan nada por el estilo. Según Eco, el frenesí de obtener fama a toda costa sin importar lo que se haga para ser expuesto, sobrepasa los límites de la vergüenza, nace de la pérdida de la misma. “El hecho de ser visto, de ser el tema de conversación es un valor tan dominante que se está dispuesto a renunciar a lo que antes se llamaba el pudor (el sentimiento celoso de la privacidad)”. (Eco, 2018, p.39).

¿Significa que ya no importa realmente la privacidad? Se publica sin importar los peligros que se enfrentan al hacerlo, se vuelven confiados y se puede suponer que se debe a que se ha vuelto una tendencia tan común que no importa. El publicar en dónde se come, en dónde se trabaja, lo que se hace el trabajo, la ropa que viste, las actividades cotidianas; incluso las historias disponibles en Facebook, Instagram y el chat privado WhatsApp (supuestamente cifrando) son impuestos como una forma más fácil de mostrar lo que se hace, piensa, entre otros.

Es decir, voluntariamente se proporciona la intimidad, y, es más, les gusta hacerlo, porque ya es un mecanismo mucho más fácil de visibilidad; es bonito leer los mensajes alentadores de los amigos, que en ocasiones son despectivos en persona, sin duda es algo legítimo.

Por ejemplo, Twitter, de todas las plataformas es la que permite sintetizar pensamientos, reflexiones, al parecer fue diseñado para ese fin. Eco, modifica una frase de René Descartes, del “pienso, luego existo” al “tuiteo, luego existo”, a la situación de estar o no estar en las redes sociales, eventualmente, personajes como Eco o Descartes poseerán cuentas sin caer a la cuenta de ello, personas comunes, fanáticos de sus ideales crean las cuentas para compartir contenido respecto a ellos.

Entonces, al contar con un mundo paralelo al real, al no tener un usuario en alguna cuenta virtual, no existe en ella ni para los que no lo conocen físicamente. En fin, Eco define a Twitter como un bar bohemio cualquiera, en el que habla el más tonto, quien informa sobre cuestiones de su vida que a la gran mayoría no le importa, revelan asuntos de su vida privada, opiniones absurdas que nada más llenan de basura el “Time Line”.

De modo que el cielo del internet lo surcan opiniones irrelevantes, porque, además, si bien se pueden expresar ideas geniales cortas, para escribir argumentos más largos se necesitan más, aún ahora que se cuentan con 280 caracteres, que alguien debe haber convencido a los creadores con solo la idea de acaparar y fidelizar a una gran cantidad de usuarios. (Eco, 2018, p.4)

Las redes sociales, más que una herramienta, resultan al final como máquinas de control social, pues “el gran cerebro” (Big Data) conforma un código de una magnitud incalculable de signos que conforman patrones que resultan en datos de la huella digital de la actividad que se tiene en toda la red, desde cualquier teclazo, búsquedas, conversaciones, compras, entre otros.

Parece que a pesar de tener cierta noción del control masivo y minucioso que se tiene sobre las personas a través de la actividad virtual, no se valora la privacidad o se fía de la supuesta protección que proveen ciertas páginas, aplicaciones, plataformas. Para Eco, “parece que la privacidad es un bien que queremos defender a toda costa, para no vivir en un mundo de Gran Hermano (el verdadero, el de Orwell), donde un ojo universal puede controlar todo lo que hacemos o incluso pensamos. Pero la pregunta es: ¿realmente le importa mucho a la gente la privacidad?

Pero, tal vez a causa de la llamada sociedad líquida, en la que todo el mundo sufre una crisis de identidad y de valores, y no se sabe dónde ir a buscar puntos de referencia que le permitan definirse, el único modo de conseguir reconocimiento social es “hacerse ver” a toda costa. (Eco, 2018, p.43).

Sin duda alguna, el comportamiento de los usuarios evidencia las teorías del porqué no se protege la poca privacidad que le queda a cada uno. Igualmente, los métodos de control análogos siempre siguen presentes, el teléfono, las cámaras de vigilancia, los propios vecinos, entre otros. Asimismo, Eco expone una teoría del sociólogo, Zygmunt Bauman, quien reafirma lo que ya se ha analizado, a las redes sociales como un instrumento de “vigilancia del pensamiento” y de las emociones ajenas (en especial Facebook con las diversas herramientas que permiten un reconocimiento de emociones) por parte de distintos poderes en función de control, en colaboración entusiasta de los usuarios que forman parte de ellas.

“Bauman habla de una sociedad confesional que promueve la exposición pública de uno mismo al tango de prueba eminente y más accesible, además de verosíblemente más eficaz, de existencia social”, (Eco, 2018, p.43). La legión de imbéciles está constituida por todo aquel que presente ese complejo de reconocimiento, quienes son mayoría y no les importa ser imbéciles con tal de cumplir su fantasía de ser vistos.

El ser reconocido a toda costa conlleva también a una promoción de una cultura de mal gusto o un “Kitsch” en contexto una sociedad de masas, dentro del sistema capitalista a las masas se les acostumbra a fomentar una cultura de consumo masivo innecesario de cualquier basura que las élites consideren adecuadas para ellos, sus míseros salarios se les dan para poder satisfacer esa necesidad y mantener el movimiento en el mercado.

Esa tendencia al consumismo genera un efecto de imitar el acto de imitar, y no solo en el tema del arte sino e todo, la constante competencia por tener las mejores cosas propicia a seguir y reforzar esa tendencia por obtener lo innecesario para vivir en una burbuja de felicidad falsa, que termina por desear más tarde otro producto que se cree necesario porque satisface las exigencias de la aceptación o reconocimiento en la sociedad real.

Toda gira en torno a la necesidad de reconocimiento, que surge también a partir del deseo de conquistar más y de poder absoluto que desatan las guerras, por lo que, la comunicación de masas se produce por la necesidad de transmitir mensajes, incluso innecesarios para promover más consumo y otras finalidades relacionadas, como: “la satisfacción del gusto, no se hallará ya relación alguna y ninguna contradicción escandalosa entre el arte y la comunicación radiofónica de noticias, la persuasión publicitaria, la señalización varía, o las entrevistas en la televisión con algún personaje de poder”. (Eco, 1998, p.92).

“La situación antropológica de la cultura de masas se configura como una continua dialéctica entre propuestas innovadoras y adaptaciones homologadoras, las primeras continuamente traicionadas por las segundas: con la mayoría del público que disfruta de las segundas, creyendo estar disfrutando de las primeras”, (Eco, 1998, p.93). Es decir que, la cultura de masas, de Kitsch, se acomodan en la cotidianidad en la que son esclavos para servir y creen, aun así, en el fondo que pueden ser reconocidos a su vez como sujetos con nombre e identidad.

En el tema del Kitsch se involucra, el consumo de material basura que su contenido no aporta nada, y solo limita el razonamiento, como la preferencia por el género musical

“reggaetón” que promueve letras machistas, ritmos nada armoniosos, tan solo fomenta a tener actitudes superficiales, vacías y sin ningún fin en específico más que ser un chico o chica sin futuro y sin aspiraciones. Por ejemplo, un video en YouTube de Johan Sebastián Bach tiene 52 millones de vistas, y un video de un reggetonero llamado Ozuna tiene 655 millones.

La música, buena o mala, no es ya percibida en forma analítica, sino que es aceptada en bloque, como algo que es bueno consumir porque el mercado la impone y nos advierte, previamente, que es buena, eximiéndose de cualquier juicio posterior; este fenómeno no solo afecta a la música, también a los libros por su contenido, entre otros. (Eco, 1998).

En fin, todas las banalidades que se promueven como cultura en la época del posmodernismo tiene como base, en cuestión de masividad, la idea que impone el mercado sobre lo que es bueno o malo. Además, esta metodología es ahora mucho más efectiva por la publicidad hecha por influenciadores que resultan ser personas comunes que usan productos y siguen modas, las cuales son imitadas y constituyen un ejército de idiotas controlados y dominados.

7.4. ¿Hacia dónde van las redes sociales?

Aunque actualmente se han tomado medidas por ciertos grupos por limitar y desligar un poco de la actividad virtual, proponen, por ejemplo, en restaurantes, carteles que expresan que guarden o apaguen sus dispositivos y hablen sin distracción, o bien, que no cuentan con señal inalámbrica de internet para conectarse con sus teléfonos para que, si no cuentan con conexión independiente, se vean obligados a dejarlos mientras se come y convive.

No obstante, son las malas prácticas las que dominan el universo de las redes sociales, más que ser medios informativos y de conexión masiva, resultan medios de puro

entretenimiento y contenido basura que contribuye a seguir fomentando la pereza y falta de razonamiento crítico. Las deducciones o lo poco que se conoce, ha sido gracias a que tienen acceso a una enorme base de datos que cuenta con herramientas didácticas con contenidos base, como lo es Wikipedia, Scribd, entre otros.

Umberto Eco, describe a las redes sociales como provocadoras de cierto caos, pues, su efecto es demasiado abrupto, avanzan sus funciones a niveles extremos, y acapara a millones de personas del mundo, quienes, en cierta manera pertenecen a un mismo espacio en donde comparten contenido relativo a sus vidas reales en sus entornos naturales, (Eco, 2018). Se han compuesto sus propios códigos de funcionamiento en toda su estructura y permite procesos semióticos dentro de los procesos que se realizan dentro de ellas.

Afirma que se debe desconfiar de la virtualidad por la situación que el no estar presente permite el molestar a otras personas, que alguien se robe la identidad de otro y lo desacredite por envidia o “x” razón. “En resumen, los dioses ciegan a quienes quieren perderse en la red. Advierto que por fortuna internet proporciona, junto a las falsedades, los medios para desenmascararlas, basta con navegar bien. La idolatría de lo virtual mata a sus víctimas”, (Eco, 2018, p.101).

Así como, también, Eco quiso promover el intelecto plasmado en las redes sociales, también sugirió que el teléfono es un artefacto que deberían utilizar solo las personas que realmente debían estar en contacto con muchas personas, porque en las generaciones modernas, como los Millennial genera una obsesión intensa por estar en todo momento, en actividad en él. Respondiendo chats, muchas veces innecesarios, sin conversaciones de interés en particular, sin alguna razón más que la costumbre de entretener sin más, o ver la actividad de otros.

Aunque, Eco, lo delimita a las funciones que un móvil del 2005 poseía, ahora los celulares funcionan como una pequeña computadora que da acceso a todo, a internet, a subir fotos, videollamadas, chats, llamadas por medio de las plataformas de mensajería instantánea, un

sinfín de cuestiones que ahora resulta difícil dejar, sobre todo, si se utiliza como una herramienta de trabajo.

Las redes sociales van hacia cumplir funciones, sobre todo, de control y vigilancia mucho más sofisticada, y por supuesto imperceptible. Eco asegura, y es bastante acertado el papel del Gran Hermano de la obra de George Orwell “1984”, que consiste en un dictador que mantiene vigilados a todos por todos los medios, incluso desde los rincones de los edificios. “El título de Gran Hermano nos ayuda así a no saber o a olvidar, que en ese mismo momento alguien se está riendo a nuestras espaldas”. (Eco, 2018, p.151).

La comunicación de masas se reduce a que poco a poco se irá homogeneizando más los ideales que se desean proponer como modelos y como ideas de conversación para promover corrientes de pensamiento siempre alineadas y débiles pensantes. No solo el internet, el cine sigue promoviendo, aunque diversidad sexual y empoderamiento de la mujer sí, siempre situaciones aún más banales que antes, incluso hasta se pueden predecir las acciones a tomar.

La sociedad está plagada, y ahora más, de costumbres triviales como fuente de entretenimiento y gasto de tiempo libre. Es, sin duda alguna, una sociedad de masas, en las que parte ellas desean ser reconocidos y ser sujetos que identifican más allá de un código (números correlativos), ese deseo es el que condiciona la forma en la que las unidades culturales se van adaptando y dando sentido a lo percibido.

Los procesos mucho más veloces de masificación y pérdida de privacidad contribuyen a que los mecanismos de control y orden social personalizan mucho más la condición de los seres humanos en sociedad, a que cada vez sean más y más pasivos. “La civilización democrática se salvará únicamente si se hace del lenguaje de la imagen una provocación a la reflexión crítica, no una invitación a la hipnosis”, (Eco, 1998, p.332).

Reflexiones finales

El avance de la tecnología va provocar que las máquinas en especial los chats bots, comprendan el universo sígnico del humano y sea posible que en futuro existan máquinas humanoides, capaces de decodificar todos los signos del lenguaje humano, de tal forma que rompan la brecha en especial de interpretación del sentido en la transmisión y recepción de mensajes, creando un nuevo tejido social en el que va estar incluida la máquina.

Es probable que la máquina del fango destruya a muchos en especial los políticos que tendrán que establecer nuevas relaciones con sus electores, pero cualquier persona es susceptible estar en medio de ella, y ser destruida socialmente. Las Fake News y cuentas falsas o clonadas, permiten que el fango gire con mayor turbulencia que la deseada, ya que genera un ruido tan fuerte que hace dudar sobre la veracidad, de la imagen, el audio o texto, agregando un factor no deseado en los procesos de comunicación efectiva.

Todo ser humano debe entender que no se parte de un ejército de idiotas, necesita un abordaje de vida en línea diferente, que debe establecer filtros que permitan a todos tener una vida satisfactoria en la sociedad red, sin creer que se es experto en todo y buscando la interacción humana personal como mecanismo de defensa.

Por último, el futuro de las redes sociales virtuales estará determinado por los valores que se puedan agregar a las mismas y la construcción de una Red que aunque se crea imposible, debe tener elementos éticos por parte de los desarrolladores.

Capítulo 8

Estudios base de Roland Barthes sobre la imagen

En este capítulo se abordan las teorías de Roland Barthes, semiólogo que centra sus estudios sobre la imagen. Entre los ejes temáticos sobre los estudios de este semiólogo están la “Cámara lúcida”, la imagen como fuente de poder, las redes sociales y su potencial amenaza para la imagen.

8.1. Teorías de la imagen de Roland Barthes

La dualidad que ha constituido el Internet y las redes sociales de mantener una identidad real y una virtual, mantener una imagen que se plasma, que se exhibe en la sociedad física, así como en el ciberespacio, se representa en ambas como una versión mejorada de sí mismos, y los individuos viven felizmente en esa fantasía, lo cual representa la primera teoría de Roland Barthes sobre la “semiología de la imagen”, cómo se contextualiza los signos que constituyen la imagen real a la virtual.

Barthes asegura que los signos no son naturales que son dotados de significado dependiendo cómo lo defina la sociedad o un grupo de personas, todo dentro de los parámetros morales y sociales ya consolidados de lo que es correcto o no, de lo que se considera natural o no. Por tal razón se establece que el signo es denotado y connotado, principalmente porque para que este entre en un campo de significación requiere de una concepción cognitiva por parte del ser humano; es un sentido.

A partir de la definición del signo como un sentido, se puede relacionar con la concepción de Marshall McLuhan sobre que “el medio es el mensaje”, que precisa que todos los medios creados por el hombre son extensiones de sus sentidos, como el libro a la vista, la ropa a la piel, y así cualquier medio que sirva al ser humano para desenvolverse en su realidad. Entonces, entendido esto, se puede definir el por qué resulta tan importante el

análisis de la imagen en una era de globalización y exposición con gran alcance, ¿qué es lo que representa esa imagen ideológica en un espacio virtual?

Esa exposición desmesurada, visto desde el punto de vista estructuralista que propone Barthes, es que cada uno desea exponer sus datos, denotar lo que son con el objeto de buscar aprobación a sus emociones, a sus textos en la publicación de una foto en la que la persona sale sonriente en un espacio cualquiera, tan solo quiere denotar felicidad a través del vago retrato de su rostro, es decir, el valor connotado lo provee el receptor de ese contenido; el emisor tan solo busca valorización. La imagen en sí misma es tan solo un objeto que carece de significación, es el ser humano quien lo provee.

Los usuarios en las plataformas de “convivencia” social, por ejemplo “Facebook”, utilizan sus perfiles específicamente para transmitir estrictamente sus vidas en un discurso puramente vanidoso, individual, muestra tan solo el mundo que lo rodea, porque al final las personas buscan eso, proyectarse e identificarse como una persona diferente a las demás, pero por natural convención social forma parte de la masa involuntariamente.

La composición básica de un mensaje público es: un texto sugestivo (muchas veces frases largas) que no es propio, una fotografía en la que tan solo muestran generalmente emociones, una “selfie” sonriente, triste; tan solo denota lo que la persona quiere que se interprete, tan simple como conseguir aprobación por medio de muchas reacciones, sobre todo positivas: me gusta, me encanta, me asombra. El fin de la proyección de la imagen en la red es simple, tan solo se busca exposición a gran escala y aceptación social.

Para Barthes incluso el habla y la lengua son parte de las convenciones sociales para controlar el mundo, constituyen un sistema adecuado para la comunicación. Señala que el habla es una facultad natural del hombre, sin embargo, esta toma sentido en relación con la lengua como un sistema de reglas de comunicación que han construido a las sociedades: la institución y los sistemas de valores. (Barthes, 1993, p.p 21 y 22).

Por lo tanto, el habla consiste en la unificación de todos los elementos comunicativos: texto e imagen en cualquiera de sus presentaciones, sin importar su contexto. La imagen en la red se vuelve aún más universal que en la realidad, porque su fin, su significación puede volverse más genérica por la cantidad excesiva de usuarios y contenido, es el resultado de las interconexiones que produce el “hipertexto”, y este también es sumamente importante en el análisis porque establece las conexiones y multiplicación del contenido en la red, es el sistema que mantiene a flote la ciber sociedad, lo que conecta todo el contenido sin importar si es texto, imagen, vídeo; es contenido multimedia.

El internet, la computadora, las redes sociales, la tecnología, son extensiones del razonamiento ser humano y sus sentidos, es un paralelismo en el sentido que coexisten, pero se diferencian en la presentación. Por ejemplo, (Barthes, 1990) define a una fotografía como un objeto carente de significado, “sea cual sea la manera empleada, una foto es siempre invisible: no es ella a quien vemos”. Lo que se adhiere es el referente, es decir, la imagen que es captada es interesante cómo con la tecnología ha vuelto la técnica fotográfica en algo tan “normal”.

Las razones para sacar una fotografía ya no son solo para capturar un momento, sino se convierte también en una forma de exponerse al mundo voluntariamente para la simple satisfacción de obtener atención por parte de un público. El ser envidiado, halagado, reconocido, popularizado, para completar lo que por dentro carece por distintas razones de su desarrollo como persona.

Se observa una situación en la que esa imagen forma parte del sistema de significación, de la “institución social y sistema de valores” mencionado anteriormente y propuesto por Barthes, aunque él lo define bajo el concepto de habla y lengua, las cuales abarcan todos los niveles de comunicación. El habla como parte individual del lenguaje y a la lengua como una institución social y un sistema de valores, (Barthes, 1993, p.22).

Por lo tanto, lo que se proyecta a través de la imagen constituye ese proceso denotativo y connotativo que se traduce en esas combinaciones de signos que se acoplan a las reglas del sistema de valores y se les asigna según lo que representa en la realidad. El exhibirse en redes sociales se ha vuelto parte de esa “institución social”, del conjunto de valores de lo que se considera normal.

El publicar la vida privada, compartir una fotografía en un lugar junto con la ubicación geográfica en ella, es algo considerado dentro de los parámetros, se ha convertido en una “moda” exhibir la vida privada, las experiencias íntimas que cuando solo existía la fotografía análoga el fin era capturar un momento, que incitaba solamente a recordar, se cumplía una sola función de la fotografía denominada “*punctum*” por Barthes, que provoca una sensación, una puntada, una sacudida a nivel subjetivo, también el “*studium*” que es el interés, el gusto, el valor cultural que define la interpretación de la imagen; ambos postulados tienen una estrecha relación con la connotación, pues dependen de la subjetividad.

Por otra parte, también se puede considerar el contenido gráfico como los memes, las nuevas estrategias publicitarias en donde los productos son promovidos por personas comunes y corrientes, quienes cuentan con una cantidad considerable de seguidores y esa característica los convierte automáticamente en alguien “influyente”, sin tomar en cuenta el contenido que publica y la plataforma por la que transmite; se convierte en una forma de comercializar la imagen de un individuo. La sociedad define a estas personas como “figuras pública” sin tomar en cuenta que el simple hecho de estar expuestos en la red que es tan amplia y universal lo convierte también en una.

El papel de la imagen en la ciber sociedad, tanto como en la sociedad real es un elemento que “se determina por el referente que adhiere a ella”, y en todo caso es un campo de significación extenso. Por ejemplo, una sola imagen, se compone de tantos signos que determinan la forma de interpretación, el color de una camisa, la temperatura de la foto

(colores cálidos, fríos), el contexto, los gestos, la posición, es una vasta lista de características que conforman el código que es en sí la imagen transmitida.

La figura humana expuesta en un espacio en donde desea exteriorizar, mostrar lo que es y definir su valor a partir de la opinión de los espectadores, y sucesivamente se va dando una reacción en cadena en la que todos hacen lo mismo porque, simplemente, estamos organizados en una red interconectada y aún más en la ciber sociedad y cultura globalizada. De esta cuenta surge que la virtualidad ha provocado que las masas sean aún más homogeneizadas que antes con los medios tradicionales, porque provee una exposición universal, a gran escala.

Contar con un perfil personal es estar enfocado por un enorme reflector, es una forma satisfactoria para sentir a plenitud el reconocimiento, la aceptación social, cada reacción en Facebook es para el usuario un grado más alto de gratitud, de integración y formar parte de algo. Entonces la imagen se vuelve imprescindible, no solo como algo estático sino estético, vanidoso, de moda; de forma que se convierte en una tendencia proyectar rasgos determinados para resultar “interesante” para los demás.

En ese contexto, la lengua de la moda no emana de la “masa hablante” sino de un grupo de decisión, que elabora voluntariamente el código, y, por otra parte, que la abstracción inherente a toda lengua es aquí materializada bajo la forma del lenguaje escrito: la ropa de moda (escrita) es lengua en el nivel de la comunicación indumentaria y habla en el nivel de la comunicación verbal. (Barthes, 1993, p.31).

La comunicación indumentaria, Barthes la clasifica como uno de los muchos sistemas de significación, pero este se limita a reunir los signos que definen el vestuario, desde la combinación de las prendas hasta las reglas que rigen la asociación de piezas: características del cuerpo de la persona, Barthes aclara que, en la sociedad no existe el habla indumentaria en cuanto a las tendencias de vestimenta, su propósito dentro del contexto, es un código definido por la sociedad según se ha creído conveniente, así como: talla del vestuario, nivel de limpieza, caprichos personales, desgaste, por ejemplo. (Barthes, 1993, p.31).

Por lo tanto, sí se puede asegurar que el sentido, el significado de la imagen transmitida por cualquier medio es determinada dentro de un sistema de significación que parte del individuo que la transmite. Se define el significado si se proyecta una imagen de alguien comiendo en un restaurante (la lengua y habla de los alimentos), leyendo un libro (la lengua y habla de la literatura) o sentado en determinado lugar.

Esos sistemas de significación conforman la denotación de esa imagen, mientras que cada uno de los elementos que dan lugar a la interpretación, a la connotación; el referente es lo que se plasma en el espacio invisible que ocupa el seudónimo de la identidad virtual, el individuo real y lo que le rodea y se pueda reconocer como el objeto existente.

En la era de la sociedad red, también representa lo que Barthes afirma como lenguas elaboradas “por decisión”, las cuales no son enteramente libres (arbitrarias), están ligadas siempre a las decisiones de un pequeño grupo cuando se trata de cambios en el desarrollo social, económico, formas de producción, de alimentación, entre otros., es decir, que los significados e interpretaciones van evolucionando dependiendo del imaginario de la época, de lo que se considera correcto o no en un tiempo determinado.

Por ejemplo, ahora se consideran mucho más atractivas a las mujeres que muestran demasiado, que exponen sus cuerpos esculturales y físicos “bellos” según los nuevos estándares de belleza, ha surgido, e incluso se implementa en los celulares inteligentes automáticamente, filtros que editan imperfecciones, mejoran los cuerpos; se ha sobrevalorado la belleza y cualquiera, aunque no cumpla con estos estándares puede entrar al menos en una imagen virtual falsa.

El hecho también, de sustituir parcialmente los pagos por medio del “bitcoin” como moneda digital, constituye una nueva lengua económica compleja, un sistema nuevo, todo el ciberespacio forma parte de ese sistema nuevo, que, aun así, se determina por decisiones colectivas lo que es correcto o no dentro de él.

En un sentido más amplio, se puede decir que las elaboraciones del grupo de decisión (logotécnicas) no son más que los términos de una función cada vez más general, que es el imaginario colectivo de la época: la innovación individual es así trascendida por una determinación sociológica (de grupos restringidos), y esas determinaciones sociológicas remiten, a su vez, a un sentido final, de carácter antropológico. (Barthes, 1993, p.35).

El individuo se acopla a cualquier cambio en el sistema de valores, y cuando surgen críticas acerca de esa alienación de costumbres, el sentido natural de adaptación se orienta hacia esas opiniones, siempre y cuando un grupo considerable también lo crea correcto, como sucede con los discursos de rechazo hacia determinadas acciones en la red, como juzgar un tipo de vestuario.

La misma acción de seguir modas, de compartir cierto tipo de contenido; conlleva a otro sistema de significación, a otro círculo de aceptación, como lo son, por ejemplo, los “pseudointelectuales”, quienes promueven una moda de ser inteligentes, mientras sólo transmiten un concepto erróneo de la realidad, tratan nada más de orientar a la gente hacia su punto de vista, sin incitar a que cada uno desarrolle su propia visión.

Se da el fenómeno funcional que define: “desde el momento en que hay sociedad, todo uso es convertido en signo de ese uso”, (Barthes, 1993, p.41). Es decir que todo se reduce al control social, al dominio del pensamiento, a la guía del mismo, y no es algo sorprendente porque a partir de la concepción que todo lo creado por el hombre tiene esa finalidad.

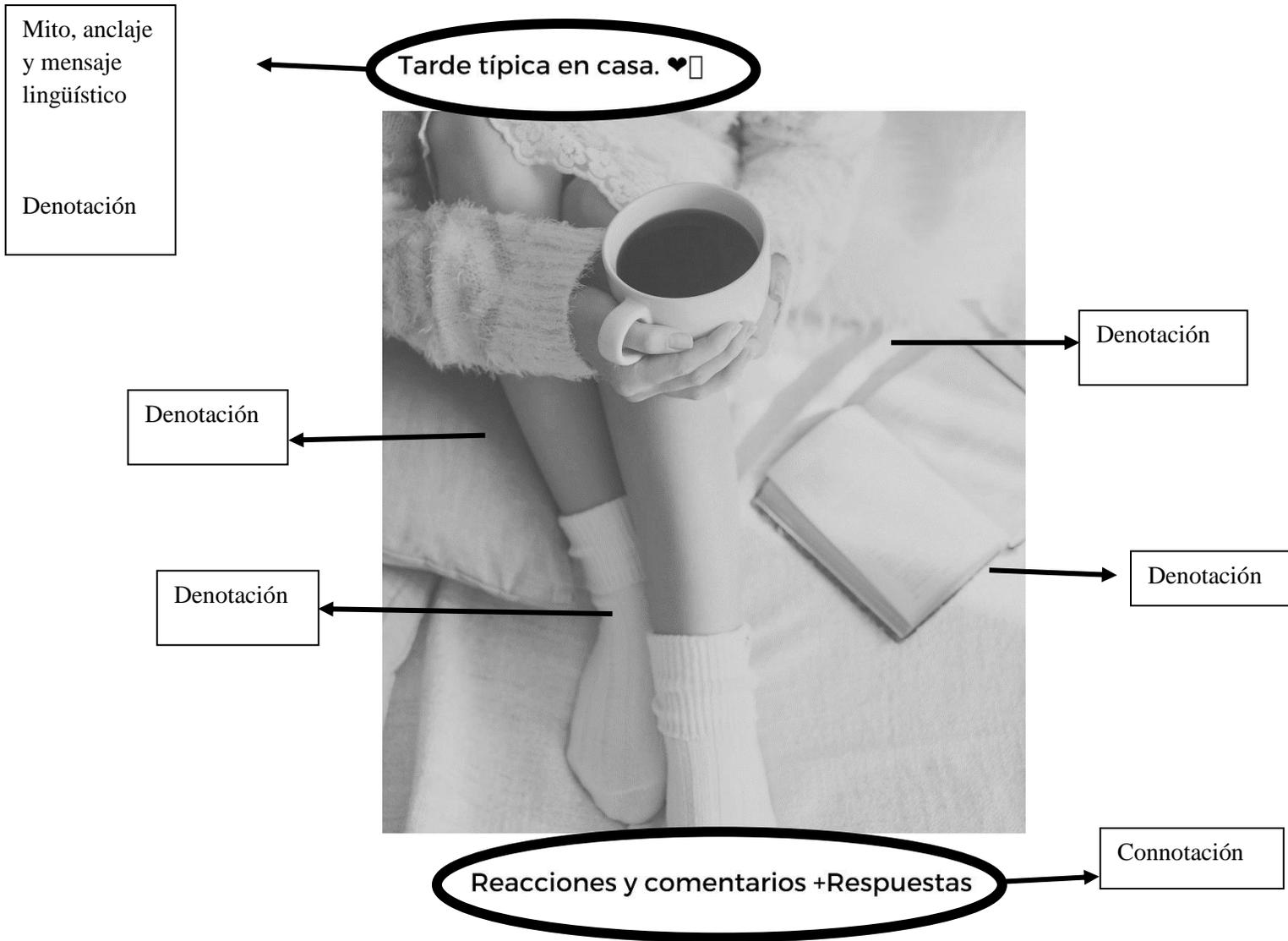
Entonces, surge la siguiente teoría de Barthes sobre “el mito”, el cual se trata de una especie de codificación social definida por determinados grupos de poder para conducir y mantener orden social, guiar e imponer una forma de pensar y definir la realidad de esos individuos. “El mito no oculta nada y no pregonada nada: deforma; el mito no es ni una mentira ni una confesión: es una inflexión”. (Barthes, 1999, p.120).

Es una forma de naturalizar los conceptos impuestos, “el mito es un habla excesivamente justificada”, (Barthes, 1999, p.121). El simple hecho de seguir una moda constituye a un mito, es decir, una desviación de un concepto naturalizado, como el hecho de ver en instagram las páginas que promueven ropa de moda y querer ir al centro comercial a conseguir algo similar a lo visto; el consumo se vuelve algo aceptado y normal.

Ese mismo fenómeno de normalizar, se adapta a la necesidad humana e individual de exposición de identidad, de mostrar lo que son, pero solo alimentan una estrategia de control. Muestran sus rutinas, sus casas, su vida cotidiana, intereses que se van almacenando y analizando para crear un perfil de identificación que el sistema utiliza para crear un patrón general de comportamiento. Sin embargo, en la mente de cada individuo es alguien reconocido, aunque solo sea por sus familiares, amigos e incluso algunos que no conoce y solo acepta para tener más seguidores, se vuelve algo obsesivo.

Para ilustrar cómo sería el resultado básico de cada publicación exponiendo la imagen aplicando las teorías de Barthes se esboza el siguiente esquema:

Esquema 16: Análisis de una publicación de Facebook básico



Fuente: elaboración propia.

La imagen denota un mensaje simple: soledad y frialdad, es lo que la persona que publica la foto desea transmitir, su privacidad, sus intereses y gustos, más la estética de la fotografía,

los colores que representan el ánimo e intencionalidad emocional. El mensaje connotado es lo que busca despertar en el receptor de esa imagen, qué representa la taza de café, el libro, la cama, el vestuario cómodo, el vestuario, la posición que representa soledad extrema y falta de confianza; es un reflejo de la dualidad que proveen las redes sociales, la persona de la publicación trata de mostrar la mejor versión de sí misma para proyectar algo que no es a los demás en una foto demasiado elaborada.

Aunque, si al público que ve la foto le gusta el café, le gusta leer, o por su estado de ánimo se encuentran identificados por la foto y el texto, los comentarios y reacciones serán positivas, y, de hecho, aunque no fuera así se podría asociar cada elemento de la imagen con cualquier concepto que las personas tengan, o bien, un recuerdo sobre él. Tal vez el solo ver la taza se relaciona con una bebida caliente que bebió en alguna reunión familiar o en alguna situación traumática, existe una infinidad de relaciones que se pueden hacer a partir de los signos que contiene la imagen.

Por esas relaciones extensas y asociaciones es que Barthes define que el sentido que se le asigna a un signo tiene carácter antropológico, un recuerdo puede darle un significado connotado a cualquier elemento de una imagen, es decir, que una experiencia pasada, por cultura histórica, genética; las cosas pueden adoptar un concepto determinado.

Ahora, respecto al mensaje lingüístico explícito en el tipo de publicaciones como la del esquema, es siempre relacionado con la intencionalidad del autor; en la imagen, la función de anclaje la cumple la frase con la que se engancha la imagen, sobre todo, la palabra “casa”, por la denotación de comodidad, se conecta con los elementos que conforman la imagen, una cama o sillón, almohadas y ropa cómoda.

Además, el texto acompañante de la imagen representa también el mito porque el individuo autor de ese mensaje, asigna esa proposición a la imagen, es decir, le asigna según parámetros culturales lo que hace en su cotidianidad, puede que solo proyecte una versión falsa de su vida; en resumen, tan solo quiere proyectar una parte de su ser, de lo que desea

ser o su mejor versión, desea que la gente conozca sus costumbres lo que hace con la simple intención de validarse como una persona distinta al resto.

Si nuestra sociedad es objetivamente el campo privilegiado de las significaciones míticas se debe a que el mito es formalmente el instrumento más apropiado para la inversión ideológica que la define: en todos los niveles de la comunicación humana, el mito opera la inversión de la “antifisis” (antinatural) en “settdofisis” (pseudonatural), (Barthes, 1999, p.129).

Se define por decisión de la persona que publica la foto que necesariamente el estar en casa, en una tarde es parte natural de beber una taza de café y leer, además de agregar que se trata de algo cotidiano por agregar la palabra “típica”, como algo que hace a menudo. El mito surge cuando existe un metalenguaje, en este caso, se asigna una conexión significativa personal, puede que en otros contextos se pueda relacionar esos elementos con otras cosas.

La interpretación, en resumidas cuentas, se trata de una representación mental de resguardar imágenes acústicas y conceptos que se han moldeado a partir de las experiencias y percepciones de los objetos, por ejemplo, la piedra ha obtenido su concepto según su uso a través de la evolución humana, de explorar su consistencia, de lo que está formada. Es decir, los objetos obtienen su significado a partir del paso del tiempo, su uso y función según sea el caso; la Real Academia Española institucionaliza los conceptos de los objetos según la cantidad de personas que utilicen esas palabras.

Todo se encuentra, incluso objetos de la naturaleza, dentro de un sistema de significación social, convencional, acordado por las instituciones de poder. La propia imagen también, porque si no, por qué resulta tan importante e imperativo el exponerla en una red tan amplia y peligrosa como el internet; los usuarios saben (una buena parte) de antemano que compartir su intimidad resulta en grabar sus datos en una huella digital a partir de patrones en la “Big Data”.

En el momento en que se coloca la foto de perfil para cualquiera de las plataformas sociales se reconocen los rasgos físicos de las personas, incluso, Facebook ha implementado la

función de ingresar por medio de reconocimiento facial para recibir notificaciones si el rostro aparece públicamente sin etiquetar, si bien es una medida de seguridad, representa un riesgo aún mayor de reconocimiento.

No se trata de desaparecer de la exposición virtual, sino de saber manejarla a beneficio propio, proyectar una imagen aceptada dentro de la sociedad puede proveer poder y reconocimiento sin necesidad de recaer en cuestiones banales sin sentido o en un mito que conlleve a eventos negativos. Según los lineamientos de Barthes, la imagen debe ir orientada hacia el estructuralismo estético, esto quiere decir, resaltar lo bello, que es lo que desde tiempos remotos se valida por la sociedad y se acepta sin reparos; no se trata de solo una figura humana que entre en el estereotipo, sino que muestre determinado orden, limpieza, elementos organizados que conformen un mensaje que se interpreta generalmente como algo bello.

Lo ideal sería exhibir contenido de calidad, el cual tenga una finalidad objetiva y de progreso, pero sucede lo que Barthes en su obra “Mitologías” como “la burguesía como sociedad anónima”, corresponde a que las élites moldean la cultura y la normalizan para propagarse a la cultura de masas y que estas actúen de forma que todos los beneficios sean solo para ellos y no para el colectivo. Es una buena referencia para respaldar el hecho que se vive en una esclavitud moderna y ahora bastante universal por pertenecer a una sociedad virtual más homogenizada y fácil de controlar a partir de sus identidades en el ciberespacio.

Para Barthes, la burguesía es notablemente anónima, incentivando al consumo de forma sutil a través de la promoción de una cultura vulgarizada, a que se le podría llamar “filosofía pública”, la cual nutre esa cotidianidad sin sentido más que esclavizar, y sumir a las masas en una cultura dominante de consumo, (Barthes, 1999, p.127).

Significa que, aunque no sea evidente, el control y moldeamiento del pensamiento colectivo de las masas, la cultura misma está prescrita desde siempre a orientarse al servilismo por las clases dominantes. Publicar una determinada foto, de determinados lugares, proyectar una

imagen u opinión; seguir tendencias y modas, están predeterminadas para la alienación. Por tal razón, siempre se verá mucha más banalidad e ignorancia, material de mal gusto, porque para las clases altas es mucho más fácil controlar a quienes no muestran interés por la realidad.

Se puede afirmar entonces, que sí puede ser posible vivir y proyectar una mitología, un montaje de la realidad, en teoría se nos enseña a mirar el mundo y proyectarse de determinada manera porque resultará en orden social y no revelaciones ni resoluciones de dudas sobre lo existente. Es por eso por lo que en ocasiones simplemente se saca una fotografía por simplemente sacarla o porque un objeto o lugar es bonito (dentro de los estándares), es dar forma.

8.2. La cámara lúcida

La fotografía, como se ha descrito con anterioridad, se ha convertido gracias a la virtualidad y tecnología en algo sumamente universal y generalizado. Sigue siendo una técnica, que según su definición convencionalizada es capturar un momento, un objeto; la realidad existente. Pero, antes, ¿por qué cámara lúcida? Según la Real Academia Española es: “aparato óptico en el que, por medio de prismas o espejos, se proyecta la imagen virtual de un objeto exterior en una superficie plana sobre la cual puede dibujarse el contorno y líneas de dicha imagen”.

Aplicado a la captura de imagen posmoderna, su función es la misma, para retratar con la “Cámara lúcida”, se observaba al sujeto, quien, por supuesto estaba frente al “operador”, mientras su imagen era plasmada en otra superficie, es decir, contaba con ambas identidades que coexisten en el mismo espacio: la real y la virtual. La imagen no se virtualiza ahora dentro de un espacio que existe y su actividad se distribuye en publicación de contenido. La imagen virtual y la real coexisten, aunque una sea, por definirla así “falsa” y la otra natural, pero su existencia no solo sobrevive por la imagen reproducida sino

porque la “Sociedad red” existe dentro de otro espacio, y se accede a él a través de una fuente existente (aparato).

La imagen virtual se inmortaliza en un espacio, se ve no reflejada sino plasmada, constituida en otro entorno, como si fuera un ser viviente, una copia de la realidad. La fotografía es “invisible” y se adhiere al referente, que es el objeto existente y se determina por el “operador”, quien es el autor del material final, y se descifra e interpreta por el “espectador”, en el caso de la red, esa imagen se adhiere a un servidor, a ser un código dentro de una plataforma que alberga millones de identidades.

“La fotografía es la momificación del referente, él se encuentra ahí, pero en un tiempo que no le es propio”, (Barthes, 1990, p. 24). La diferencia es que la fotografía digital ha vuelto esa “congelación del tiempo de imagen” en algo universal y común, la intencionalidad es vana, resulta nada más por el fin de mostrar lo que se es, todo se reduce a ello, a mostrar los datos para que los demás demuestran su admiración y aceptación; ya no se trata de solamente resguardar el amor o nostalgia de algún evento o persona, porque la fotografía análoga daba lugar a la apreciación íntima de esa imagen.

El objetivo en la posmodernidad en la fotografía es estrictamente: exhibirla, publicarla para mostrar a los usuarios que nos siguen lo que hacemos, lo que somos, la mejor versión del “yo”, como gritar “este soy yo”. La intimidad de guardar esos recuerdos ya no existe, se vuelven recuerdos públicos y con la total voluntad por parte de los usuarios.

Para el proceso comunicativo de la imagen fotográfica intervienen dos elementos: *operator* y *spectator*, o sea, *operador* y *espectador*, quienes juegan el papel de emisor y receptor. Aunque no necesariamente el operador debe ser emisor, si el fotógrafo simplemente manipula la cámara para quien solicita la foto, es el solicitante quien le provee de intención y mensaje a la imagen que quiera capturar sin importar si es él mismo.

“El operador es el fotógrafo y el espectador somos los que compulsamos en los periódicos, libros, álbumes, archivos o colecciones de fotos”, (Barthes, 1990, p. 38). Además, se adhiere un elemento: el objeto capturado, “aquello que es fotografiado es el blanco, una alusión a una copia astral de un difunto, como un doble fantasmal de la forma humana, lo que resultaría en él “el espectáculo” de la fotografía”, (Barthes, 1990, p. 38).

El espectáculo es lo que podría definir perfectamente la finalidad de la exposición en las redes sociales a través de la imagen, las fotografías son determinantes, pues se convierten en una apariencia virtual que define esa identidad coexistente, un tanto mejorada, en relación con la real, muestra lo que no se es capaz de mostrar en la sociedad real. Esta parte es la que define la acción que causará, o busca, causar impacto en los espectadores, ya no resulta necesario para ser reconocido el salir en una revista o en el periódico, una plataforma social virtual gratuita, al alcance de cualquiera con conexión a internet basta para exponer quién se es.

Por otra parte, el operador ya no es solo quien toma la foto, sino el mismo referente (la persona) se convierte en él y transmite, sabe aún más cómo tomar la fotografía, porque posee la carga intencional. Sin embargo, esto se puede tomar en cuenta en cuestión de fotografías de individuos comunes y corrientes en las redes, en el contexto de la exposición de la imagen en la red. La fotografía periodística, publicitaria o de oficio, se representa al operador como la función explícita, según Barthes: informar, representar, sorprender, hacer significar, dar ganas.

El proceso para congelar una imagen tampoco requiere del trabajo análogo, la parte química que clasifica Barthes ha quedado obsoleta, tan solo basta con capturar el objeto con el lente de la cámara y de modo automático saca la foto sin mayor esfuerzo ni manipulación, el dispositivo incluye un sensor y un lente que se adapta a la luz y exposición, cuando se captura la fotografía el hardware almacena la fotografía en el álbum, o bien, en la nube.

De una u otra forma, el control que se ejerce gracias a la facilidad de acceso de la tecnología convierte esas imágenes capturadas en material público, aunque parece que a las generaciones modernas esto no les importa, exhiben sus cuerpos descubiertos, sus fotos familiares, los lugares en donde están (incluyendo el vínculo que da acceso a rastrear su posición geográfica exacta) a sabiendas que en sus cuentas aceptan “amigos virtuales” que ni siquiera conocen en la vida real y que pueden o no representar una amenaza.

Parece que ya no se necesita de la intimidad, ni de una mínima parte de la figura privada. Al menos en la época análoga, las fotografías eran algo que sí se podía mantener en privado, y exponerlas solo a determinadas personas, seleccionadas, porque personalmente se debían mostrar.

Es en ese punto, donde se desarrolla ese “espectáculo” que muestra una vida, una versión del “yo” en muchos aspectos falsa, y, además imprudentemente expuesta, en esa identidad se demuestra lo mucho que se requiere atención, y lo negativo no es proyectar, pues con las personas correctas, con el contenido adecuado, se podrían obtener mejores resultados, porque si bien, se muestra cierta falsedad, cierta mítica, es precavido y no por razones superficiales.

Esta posmodernidad, se compone de acciones irracionales y precipitadas, es una cuestión como que en las redes se quiere mostrar un álter ego, sus más íntimos secretos, las fantasías ocultas y un sinfín de problemas existenciales que se desean exteriorizar, se puede considerar que la situación que propone Barthes acerca de la imparcialidad por parte del emisor (operador), en el sentido que no tiene ninguna intención, sino que es el receptor el que dota de significado a la imagen, y aporta además, a involucrar una carga emocional.

No obstante, en las redes sí es sumamente importante la posición del “espectador”, pues es el público que da el visto bueno a lo que ve y le brinda un significado, los signos que presenta una imagen pueden ser decodificados cada uno dependiendo lo que le interese al receptor, para ejemplificar: la fotografía de una mujer, puede que el estereotipo sea muy

generalizado, sin embargo, siempre varía, si trata de una mujer corpulenta, con una falda corta y de escote pronunciado; en un fondo cualquiera (ya ni siquiera importará) porque lo que se aprecia es la mujer expuesta.

Por supuesto, por defecto social, la mayoría que reaccionará a la fotografía serán hombres y mujeres que deseen deleitar sus inseguridades o adoptar ciertas características, ahora bien, esos hombres interpretarán, algunos analizarán sólo los rasgos corporales y no importará el código de vestuario, postura y gestos corporales, tan solo el cuerpo inerte y su voluminosidad; para otros resultará secundario el cuerpo y puede que sí noten el vestuario o la figura en su totalidad, o bien, a algunos les resulte desagradable porque no es el estereotipo de su agrado.

El punto en esto, es que la significación esencialmente se atribuye a convenciones sociales, a lo que es correcto o aceptable según las normas morales y estándares de belleza, sin importar el tipo de mujer, lo que va a importar es el grado de belleza y no lo demás. “Toda foto es contingente (y por ella fuera de sentido), la fotografía solo puede significar (tener generalidad) adoptando una máscara. Es la palabra para designar lo que convierte a un rostro en producto de una sociedad y de su historia”, (Barthes, 1990, p. 77).

La sorpresa que se provoca al espectador ya no es tan intensa, ni la provisión de sorpresas por parte de operador; ahora el espectador desea más y el operador y objeto referente no tiene la intención de sorprender, tan solo de mostrar, mientras que espectador ve y gusta de lo generalizado. Los fotógrafos modernos ya no tardan cuatro años para componer una antología fotográfica de cualquier objeto, sino tan solo, máximo algunas horas. El operador y espectador tan solo siguen representando sus experiencias básicas: el sujeto mirado y el observante.

Ahora bien, por otro lado, interviene un aspecto que define la posición del sujeto que desea proyectar su imagen: el posar. El sujeto expuesto excede el límite que define Barthes de ser el objeto observado sin notarlo, ahora siempre ese objeto sabe que será capturado, entonces

posa con gran entusiasmo y euforia, desea ser observado y anhela todo el tiempo posar para la cámara y publicar su fotografía de la que se siente tan orgulloso, sobre todo, si cumple con lo que se considera como bueno.

Barthes, afirma que cuando el sujeto fotografiado se siente observado por el objetivo, este cambia y se constituye a la acción de posar para él, se define como otro cuerpo y se transfigura en imagen, (Barthes, 1990, p.41). Y esa imagen va directamente al público deseado por el referente, ansioso por proyectar esa pose enérgica y por leer todos los elogios, críticas y ver las reacciones que recibe.

Esa transfiguración congela al cuerpo fotografiado en una imagen que perdurará y tendrá sentido existencial según lo defina el fotógrafo, el individuo del que se capturó la imagen simplemente aportando ante el objetivo, (Barthes, 1990, p.41). En la actualidad, el simple hecho de compartir la imagen ante cientos o miles de usuarios es sin duda alguna una acción totalmente consciente.

El posar determina la forma en la que se concebirá la imagen y será de acuerdo a lo que el sujeto quiera, si es una decisión personal exponerse, no será un tercero quien decida o dé directrices sobre la apariencia que debe mostrar, la postura, el vestuario, nada; es él mismo quien decide.

Por más que esta dependencia sea imaginaria (y de lo más puro de lo imaginario), la vivo con angustia “mi imagen va a nacer”: ¿me parirán como individuo antipático o como un ‘buen tipo’? ¡Ah, si yo pudiese salir en el papel como en una tela clásica, dotado de un aire noble, pensativo, inteligente, entre otros.! (Barthes, 1999, p.120).

Sucede que esa situación la define quien tome la fotografía, en las redes esto ya no importa, cualquiera aunque no tenga ni la mínima idea sobre tomar una buena fotografía, exponer su mejor posición, definir un vestuario, tema; ya no importa más, por ejemplo, qué tiene de estético una simple “selfie” en una habitación cualquiera sin ninguna organización o estilo interesante, o delante de una pared o fondo de un color neutral, lo único que se desea

mostrar en esa foto es a sí mismo porque es una tendencia que resulta agradable para muchos, algo interesante para ellos porque tan solo ven su rostro y envían comentarios y mensajes de apoyo y aceptación.

Aunque no solo una foto puede atraer atención, también una variedad de contenido multimedia: las historias, los estados de WhatsApp (a pesar que está catalogado como una plataforma de mensajería privada), los vídeos breves o en YouTube, los medios para promover la imagen no faltan y son variados, están siendo rediseñados, actualizados para un mayor alcance, para ofrecer aún más herramientas tan solo para mostrar su imagen, su cotidianidad. Se posa voluntariamente, se desea que a través del tiempo esa imagen coincida con la mejor versión del “yo”, y que los espectadores lo reconozcan como tal.

Yo quisiera en suma que mi imagen, móvil, sometida al traqueteo de mil fotos cambiantes, a merced de las situaciones, de las edades, coincida siempre como “yo” (profundo, como es sabido); pero es lo contrario lo que se ha de decir: es “yo” lo que no coincide nunca con mi imagen; pues es la imagen la que es pesada, inmóvil, obstinada (es la causa por la que la sociedad se apoya en ella), y soy ‘yo’ quien soy ligero, dividido, disperso y que, como un ludión, no puedo estar quieto agitándome en mi bocal: ¡ah, si por lo menos la fotografía pudiese darme un cuerpo neutro, anatómico, un cuerpo que no significase nada!, (Barthes, 1999, p.43).

Ojalá fuera tan analítica la decisión para definir lo que se desea transmitir a través de una foto en la red, es tan vasta de información y contenido similar que ya no interesa, ya no se tiene creatividad al momento de crear algo novedoso. Se intenta proyectar una tipo de película u obra de su vida, transmitir y armar un modelo del “yo”, el más interesante, mientras en la vida real tan solo se disfruta la pereza, se ha vuelto algo normal el publicar cualquier cosa en el mundo cibernético.

Si se sale con los amigos a un lugar interesante, se pone más atención al celular y tomar fotografías en el lugar y del lugar mismo para compartir a otros “amigos” que no están ahí, se crea una obsesión, ansiedad y codependencia de lo que esa comunidad virtual de “amigos” dice sobre ellos, tan solo de saber que los ven provoca una satisfacción personal de aceptación.

Estoy condenado por la fotografía, que cree obrar bien, a tener siempre un aspecto: mi cuerpo jamás encuentra su grado cero, nadie se lo da, no es la indiferencia lo que quita peso a la imagen (no hay nada como una foto 'objetiva', del tipo 'photomaton', para hacer de usted un individuo pena, acechado por la policía). (Barthes, 1999, p.43).

El individuo tan solo representa la necesidad existencial básica, sentirse importante en una existencia que es definida por normas y convenciones sociales, mediante falsedades para ser felices, puesto que es el fin primordial y el que mantiene el orden. El ser humano guarda en lo más profundo de su consciencia un anhelo de poder y el reconocimiento es una de las características de él, ser conocido y respetado representa una marca en el territorio, un grado de representación por sobre los demás, lo hace sentir superior.

Entonces, la postulación que, “la fotografía es el advenimiento de yo mismo como otro”, (Barthes, 1990), cobra sentido mediante el análisis de ese deseo de superioridad. Se desea mostrar la mejor versión a costa de eliminar rasgos reales de personalidad y proyectar cierta falsedad, una imagen que recae en el mito. Se crea realmente una nueva identidad, que está definida por el grado de exposición que se desea, la atención que se quiere lograr, con el fin de llenar esa necesidad de más aceptación.

Frente al objetivo el ser humano es aquel que cree ser, el que quiere que crean y el que el fotógrafo cree que es, y también lo que creen los espectadores, (Barthes, 1990, p. 45). El objetivo en la modernidad ya no es solo una lente de cámara, ese “agujerito” de la caja oscura que menciona Barthes, es el reflector universal de la red, un perfil personal acapara las miradas de cientos y miles de personas en tiempo real en tan solo segundos. La gente es consciente que quiere estar bajo ese reflector

Tampoco se exhibe arte, sino vidas que se desean proyectar y quieren ser vistas, individuos que anhelan con fervor esa atención descomunal, si el fotógrafo es el individuo mismo, objeto de la imagen estática, entonces se proyecta tal cual cree y quisiera ser. Si se trata de un fotógrafo posmoderno, no siempre es él quien define la identidad del sujeto fotografiado, las tomas desprevénidas ya no son comunes, más bien se incitan y fingen.

Cada foto es leída como la apariencia privada de su referente, al exponerla a la red, se vuelve por consecuencia en apariencia pública.

Intervienen también, dos puntos que complementan la función del espectador: *studium* y *punctum*, el primero se trata sobre la esencia básica y cultural que define lo que va representar una imagen, el interés del gusto inconsecuente: “me gusta/no me gusta”. “La aplicación a una cosa, el gusto por alguien, una suerte de dedicación general, ciertamente afanosa, pero sin agudeza especial. Como se participa culturalmente de los rostros, los aspectos, los gestos, decorados y de las acciones”, (Barthes, 1990, p. 64).

Mientras que el segundo, se trata sobre la carga emocional, los sentimientos que marcan los rasgos de la imagen. “Punctum, es también: pinchazo, agujerito, pequeña mancha, pequeño corte y también casualidad. El punctum de una foto es ese azar que en ella me despunta (pero que también lastima, me punza)”, (Barthes, 1990, p. 65). Es, en pocas palabras, lo que provoca la imagen que se observa, está ligado a la subjetividad, a las circunstancias más internas del sujeto.

Aplicado a la imagen virtual, el *studium* depende de los seguidores, de las reacciones que se obtengan de las publicaciones, de la imagen proyectada, de ese “yo” condescendiente, y para conformar un código de significación visual se requiere del simple conocimiento de las tendencias populares, lo que desea y le gusta a la gente. La cultura de masas y la cibercultura tienen la característica de constituirse de costumbres y modas globalizadas, los grandes grupos imitan, y realizan acciones similares, en cadena.

Por consiguiente, esa versión mejorada del “yo” que se quiere proyectar, basado en modas y tendencias, terminará por ser una versión mejorada de una gran cantidad de personas, de una conciencia colectiva, si se ve de esta forma, se reafirma mucho más (y promueve) la masividad, resulta en una serie de imágenes similares, por no decir, iguales. El sistema impuesto por el grupo dominante limita a las masas a orientar la cultura hacia dos funciones: consumismo y producción; pensamiento y razonamiento que conlleven e inciten

al consumo (volverlo un hábito, una necesidad), y energía e intelecto para la producción, activar la actividad económica mundial.

Eliminar los indicios de ideología política (fuera de las definidas) y colectiva, la generación y propagación de pensamiento crítico, todo aspecto que pueda generar “desorganización social”. Por lo que, las masas terminan por ser bastante similares, como robots programados para actuar y pensar de cierta forma, pero siempre orientado hacia lo más simple y banal.

Ocurre un poco como si tuviese que leer en la fotografías los mitos del fotógrafo, fraternizando con ellos, pero sin llegar a creerlos del todo. Esos mitos tienden evidentemente (el mito sirve para esto) a reconciliar la fotografía y la sociedad (¿es necesario?, pues bien, sí: la foto es peligrosa), dotándola de funciones que son para el fotógrafo otras tantas coartadas: representar, informar, sorprender, hacer significar y dar ganas. (Barthes, 1990, p. 67).

El *studium* se liga con la manipulación, o sea, los determinados gustos e intereses de los espectadores son infundados y las funciones e intenciones del operador (suponiendo que cumple el papel también de objeto) también lo son, son definidas por convenciones sociales. Mientras el *punctum* tan solo resulta un impacto en lo que se percibe, por ejemplo, si al ver una fotografía se siente desagrado, tristeza, alegría; sensaciones.

Además, el *studium*, según Barthes siempre está codificado, es decir, se debe descifrar e interpretar, se podría afirmar, que es el elemento que se une a la “denotación y connotación” de la imagen expuesta, puesto que son los datos que se transmiten e interpretan según lo que ese público cree, quiere y espera del contenido que encuentra. El *punctum* no está codificado, es tan solo una punzada, una fuente de carga emocional, puramente subjetiva, “es un suplemento: es lo que añadido a la foto y que sin embargo está ya en ella”, (Barthes, 1990, p. 105).

La imagen está, aunque la red permite también poder borrarla de la faz del ciberespacio, la huella se queda en su memoria, se resguarda el código de lo que fue mientras estuvo publicada, tal como si se quemara una foto física, siempre queda el negativo, aunque esté

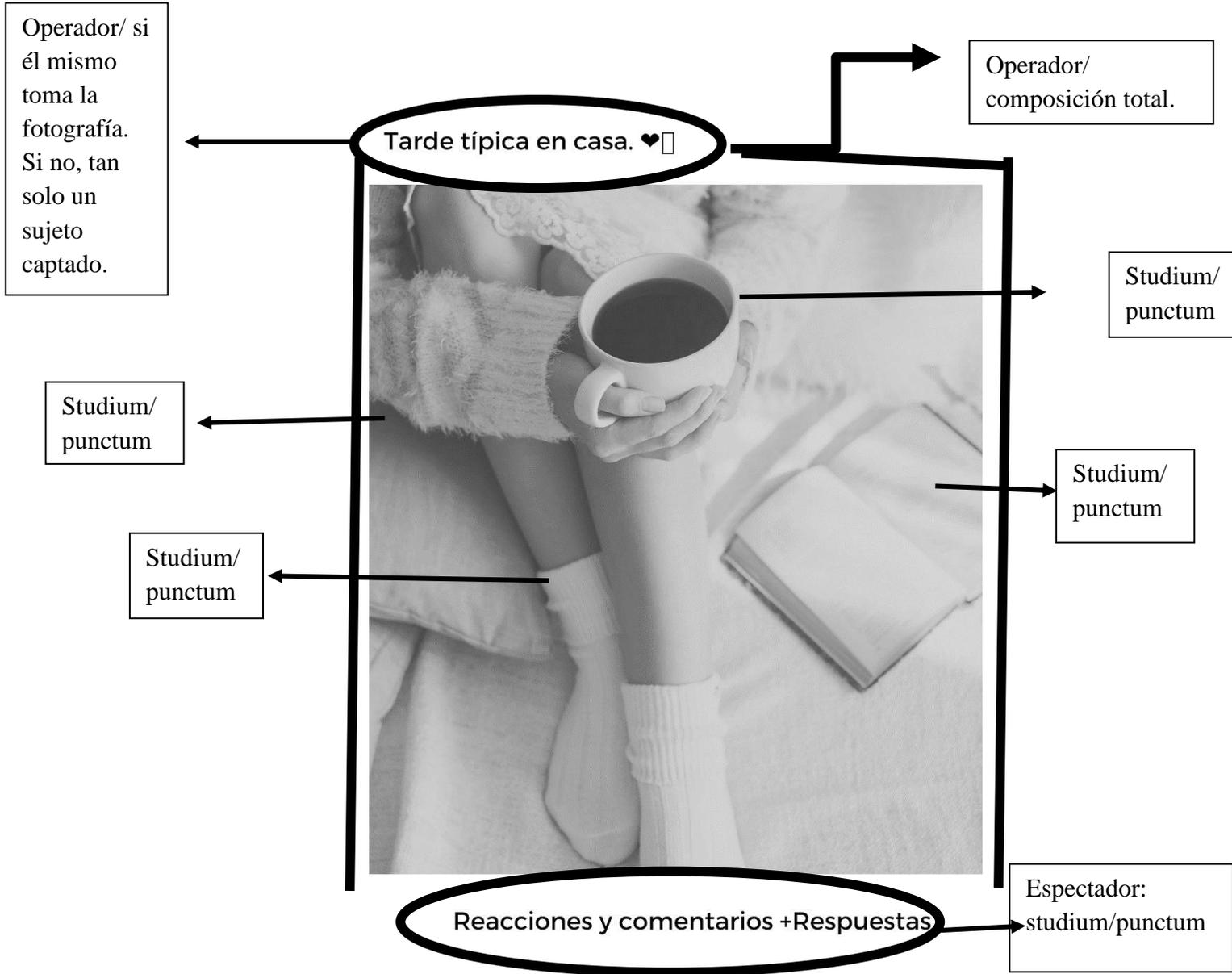
también se puede eliminar y desaparecer por completo; el negativo de la red no desaparece nunca, y a pesar de ello el contenido compartido es aún más íntimo. Definitivamente, se debe saber que los “bots” informáticos que controlan la red saben todo sobre los sujetos expuestos, incluyendo su apariencia.

Esos programas descifran fácilmente los elementos que constituyen una imagen, relacionan todas las que se han compartido para crear un perfil y un registro de identidad, y aunque se desee transmitir “la mejor versión de sí mismos”, se obtienen por esencia rasgos de su personalidad natural, de su verdadero “yo”. En este contexto, el *punctum* interviene en ese análisis y no porque las máquinas puedan sentir o interpretar emociones, sino a través de esos rasgos particulares se puede definir algo interno que no es explícito en su superficialidad.

Barthes resalta que esa dualidad se caracteriza por la relación de toda foto con su naturaleza, es decir, lo que es la realidad perceptible a grandes rasgos y lo que significa para cada uno, en eso se reduce la imagen: lo que se percibe en general y lo que significa para cada espectador, (Barthes, 1990, p. 135).

Ahora bien, se pueden señalar los elementos característicos que definen una imagen según Barthes en “Cámara lúcida” aplicado el mismo modelo de publicación de Facebook que se presentó anteriormente, de modo que quede implícito lo que cada elemento representa, aunque parezca algo simple, esas imágenes que se suben a la red, y de hecho, circulan en ella, están activas, expuestas al público todo el tiempo transmiten un mensaje y es interpretado de distintas maneras, de forma que poseen los elementos descritos.

Esquema 17: Análisis de una publicación de Facebook básica



Fuente: elaboración propia.

El operador moderno puede ser: solo un fotógrafo o el autor de la composición y captura de la imagen. El espectador, va comentar y reaccionar según el *studium* (los gustos e intereses) y *punctum* (las emociones e impacto que suscite). Los signos o elementos que componen la imagen tendrán siempre ambas características (*studium* y *punctum*) porque ambas también

son definidas por las intenciones del autor de la fotografía, en la era digital no se dan las sorpresas, es la mayor parte del tiempo, algo planeado, incluso la composición, el vestuario y los gestos; ambos elementos cumplen un papel similar al de “denotación y connotación”.

8.3. La imagen: fuente de poder

La imagen real y virtual representan lo que es una persona, su esencia, su identidad, intencionalidad y personalidad aparente, es el referente de la vida de una persona. En el ámbito del poder, resulta imprescindible ser reconocido, llamar la atención a toda costa; resultar un imán, un modelo a seguir para obtener beneficios, utilizar la exposición pública a favor.

Sin embargo, el poder obtenido por medio del manejo y proyección de la imagen, no se reduce solamente al político, sino también al personal, económico y mediático. La imagen en su composición no es un signo, pero sí su contenido, por lo tanto representa un mensaje que puede transmitir infinidad de cosas, tiene la facultad de poder moldear, inducir a modos de actuar, tanto una imagen estática, como en movimiento o la imagen real física.

A lo largo de este capítulo se han enumerado los diversos elementos, desde el punto de vista semiológico estructural de Barthes que se traducen al proceso cognitivo para la interpretación de los mensajes visuales, un sistema de comunicación y descodificación, por lo tanto, se sabe que la imagen conforma un código que resguarda una serie de signos que se interpretan bajo sistemas de significación distintos: de vestimenta, moda, gestos, el entorno, objetos; todo induce a la imitación por medio de la interpretación, si resulta agradable, aceptado o no.

Por lo descrito, el poder de la interpretación de la imagen provoca cambios en sus receptores, por lo tanto, es lo que dota de poder a la imagen. El claro ejemplo es la publicidad, el mercadeo, el sistema de incitación al consumo, se ha dedicado desde tiempos

remotos a manipular a través de la imagen, porque lo que estética y estandarizadamente se define como “bello” vende y convence sin dudar.

Por siglos, las mujeres han seguido las modas de vestimenta por medio de la imitación de otras, ven revistas, ven la televisión, ahora las redes sociales e internet para seguir una línea de vestuario, un estilo, incluso la forma de ser y pensar. Estas estrategias, por defecto, Barthes lo define como un lineamiento social consciente, pero ignorado.

El proletariado está constituido por un grupo de individuos abúlicos, que agachan la espalda bajo una servidumbre que reconocen perfectamente pero que no se atreven a sacudir; el estado (capitalista) se confunde con la justicia absoluta, es el único recurso posible contra el crimen y la explotación: si el obrero consigue llegar hasta el estado, hasta su policía y sus comisiones investigadoras, está salvado, (Barthes, 1999, p. 38).

Entonces, a sabiendas que la imagen realmente influye significativamente en el ordenamiento del mundo, en su dominio, entonces se puede aplicar su función básica para beneficio de un individuo, como el caso de los “influenciadores”, quienes son el claro ejemplo de que el manejo, agrado y exposición adecuada de la imagen puede resultar en un beneficio. Ellos comienzan exponiéndose poco a poco, publicando videos, fotos y textos de interés público, es decir, orientados a lo que a grandes rasgos resulta agradable y necesario.

Cumplen una función de *punctum*, o sea, logran conseguir seguidores en grandes cantidades por el efecto que causa, además, se crea un patrón de popularidad en el sentido que, a esos espectadores les agrada ver haciendo actividades cotidianas a personas comunes y corrientes, resulta más entretenido porque no los actores no se definen como celebridades inalcanzables. Por esa razón es que se desató en 2012 el apogeo de querer volverse un “youtuber” o “videoblogger” para lograr conseguir popularidad como los que han visto, es decir, les da valor el ver que una persona común logre fama.

El conseguir poder a través de la imagen resulta más simple de lo que se cree, no se nace con la cualidad, se construye; una buena imagen provee buena reputación y genera

concepto de uno mismo en cada persona, pero para eso es necesario crear un rasgo, un signo que cree un gancho que llame la atención que defina la personalidad, que diferencie del resto como un característico estilo vestir, un buen sentido del humor.

Tampoco se trata de exponerse haciendo cualquier cosa con tal de llamar la atención, sino de medir, de planificar la cantidad y tipo de contenido a publicar en las redes, la forma de vestir y actuar en la vida real; se trata de regular lo que se proyecta a través de la imagen a los demás, de forma que, se logre enlazar una guía entre los espectadores y el sujeto que desea adoptar poder mediante el manejo de su imagen. Se debe crear una estrategia de comunicación tomando en cuenta todos los elementos que propone Barthes para una estructura de imagen estéticamente y semiológicamente correcta. Es una situación como la siguiente:

Por otro lado, para proyectar una imagen idónea, requiere de cierto modo involucrar el “mito” y no como una falsedad negativa (aunque algunos casos, sobre todo, en lo político y medios de comunicación sea así) en cuestiones personales, de imagen individual se requiere para comunicar esa idoneidad que no se puede lograr naturalmente a partir de mostrar rasgos totalmente reales y cotidianos, tan solo una pequeña parte para denotar coloquialismo.

Para ejemplificar el “espectáculo” que debe mostrarse al público respecto a la imagen, se puede ejemplificar con el “Catch” de que Barthes plantea en “Mitologías”, se trata puramente de darle al público lo que desea: entretenimiento, es un aparente deporte, como la lucha libre que se ve en televisión. El punto importante, es resaltar la importancia de un buen espectáculo que guste a las multitudes, pero que tampoco resulte en algo negativo sino un punto de enganche.

Barthes ejemplifica el fenómeno del “Catch” en referencia con el arte marcial japonés “Judo”, en cuanto a las proyecciones que realizan los contrincantes, en cuanto el hombre cae y trata de rodar sobre sí mismo; hace cualquier maniobra permitida para evitar su

derrota. En el mundo del Catch, el hombre permanecería ahí tendido y performingo algún drama exagerado para enlazar la atención del público, (Barthes, 1999, p.p. 8 y 9).

Se trata de acentuar e incentivar la atención, pero no recaer en la ridiculez e inmadurez, se trata de dar un espectáculo intenso, que no se olvide y se vuelva rutinario para el público. El Catch se vuelve adictivo porque incita, tiene ese material inicial que diferencia, que provoca un *punctum*, como: el deseo de desquite, pasión, afición, crueldad refinada; lo que interesa al público es la esencia de la pasión dentro de la imagen, no la pasión como tal, (Barthes, 1999, p.10).

En todo caso, se puede contextualizar con el hecho que Barthes define que el “mito es un habla despolitizada”, es decir, algo que no se rige por normas regulatorias, entonces se puede construir en beneficio a determinada acción, se compone un metalenguaje que se comprenda como un estilo propio de comunicación y definición de lo que se desea proyectar sobre sí mismo para ganar poder, beneficio en cualquier ámbito, “el mito restituye una imagen natural del real histórico”, (Barthes, 1999).

El mito es un metalenguaje porque “no niega las cosas, su función, por el contrario, es hablar de ellas; simplemente las purifica, las vuelve inocentes, las funda como naturaleza y eternidad, les confiere una claridad que no es la de la explicación, sino de la comprobación”, (Barthes, 1999, p. 129). Un metalenguaje en su concepto más simple se trata de un lenguaje que explica otro, entonces es posible afirmar que se puede construir un mito a favor de la imagen para obtener poder, porque esto genera a su vez respeto y buena reputación que también sirven para ejercer.

Además, con la exposición pública tan amplia que ofrece la red para la imagen virtual resulta mucho más simple poder llamar la atención, tener un itinerario para publicar, controlar y organizar correctamente las páginas es más que suficiente, expuesto gratuitamente ante millones de personas a nivel internacional.

8.4. Redes sociales: una amenaza para la imagen

La virtualidad provee de herramientas que facilitan el desarrollo social y cultural, sin embargo, resulta nada más como una fundación bajo el pretexto de beneficio, mientras su función oculta es la recopilación masiva de información de todo tipo, que de forma mucho más eficiente permite generar registros de identidad mediante patrones de cada uno de sus usuarios para incentivar las estrategias de mercado, investigación, mantener la actividad económica y laboral a flote, convirtiéndose en un instrumento de control social.

La imagen, se constituye por signos que están ligados a interpretaciones con base en la cultura que es una convención social, institucionalizada, por lo tanto, su significación está ligada a la ideología generalizada, masificada. Resulta sencillo promover una identidad aparentemente aceptable para ser reconocido, para convertirse en una figura pública por deseo y voluntad propia del sujeto que desea atención.

El peligro reside en la cuestión que, la “Big Data” es el cerebro del ciberespacio, del internet, resguarda una cantidad incontable de datos que se almacenan como patrones codificados de cada usuario, y solo a través del trabajo de “programas informáticos” (Bots) para extraer solo ciertas partes y realizar registro de identidad para mostrar al usuario específico lo que debería comprar, pensar y ver en materia de contenido cibernético multimedia.

El ser humano está expuesto a una serie de amenazas constantes por el hecho de estar sobreexpuesto a una gama demasiado amplia para él, para poder manejar sus datos e imágenes denotadas y controlar las connotaciones, aún si no fueran las deseadas, depende de cuánto se adapte a las culturas coexistentes y defina su “yo” dentro de un espacio mucho más masificado.

Se ha definido ya que el habla y la lengua es un mito, que está fundamentada para poder contrarrestar el razonamiento de las masas, de lograr un control, son parte de la mitología

de las clases dominantes para preservar poder y orden social. ¿Por qué es tan importante la imagen? Pues, es la representación física visual que proyecta al ser en el mundo ante los demás, es igual en el mundo coexistente del ciberespacio. La cultura son sistemas de costumbres generalizadas, es decir definidas por los grupos sociales sobre lo que se decide por mayoría y que, durante el transcurso del tiempo se van tipificando, normalizando y acoplando a ellas.

Por lo tanto, ilustrando con el típico caso relacionado al “ciberacoso”, una chica que comparte sus fotos íntimas a su pareja, a cualquier persona cercana en la que ella confíe, y luego esta otra persona comparte la fotografía y por supuesto se viralice rápidamente por incitar al morbo, así como lo que le sucedió a Melo con el mensaje para su novio; ambos casos forman parte del peligro que representa para la imagen (denotada hacia la reputación) la exposición pública globalizada que proveen las redes sociales.

Aunque las medidas de seguridad y privacidad provean una supuesta seguridad, no la tiene, la huella digital guarda los datos, estos siempre están expuestos, los servidores pueden almacenar datos previos a la navegación e incorporar programas espía, los cuales son monitoreados por agencias dedicadas al mercadeo, incluso el gobierno por medio de las “cookies” o galleta informática, para las que usualmente al ingresar a un sitio, notifica si se le da acceso al uso de ellas.

La red es un campo minado, y todo es posible porque es anónimo la mayor parte de plataformas, una página web, por ejemplo, puede resguardar los datos de su administrador; en resumen, es inevitable pasar desapercibido en la web, ya se ha definido como una especie de “reflector”, un “Gran Hermano” mucho más poderoso que el tradicional, porque, incluso se provee la información personal voluntariamente.

Esas fotos que se guardan en la nube, a veces automáticamente, ya son parte de la huella digital, los sistemas ya las tienen resguardadas, es decir, ya no se tiene vida privada, al menos tan solo ciertas cosas en relaciones interpersonales en lugares cerrados y de acceso

limitado, pero ahora todo es público; incluso se tiene la intención de comunicar los deseos y fantasías más profundas. “La vida privada no es más que esa zona del espacio, del tiempo, en la que no soy una imagen, un objeto. Es mi derecho político a ser un sujeto lo que he de defender”, (Barthes, 1990, p. 48).

La imagen es la representación visual cognitiva del “yo” existente hacia los demás, el recrearse como un individuo que coexiste con otros y es diferente en rasgos, dentro de un código étnico, cultural y social. Es que las redes sociales virtuales, tan solo han logrado que le ser dé ese paso fácil hacia lo que en realidad quiere por naturaleza, ser reconocido y aceptado por los demás, y en un espacio tan amplio la fantasía se cumple y se vuelve en algo adictivo el recibir esa atención.

La imagen no es un signo, pero su composición sí contiene signos, es el receptor o “espectador” quien le da sentido, quien juega la parte definitiva para interpretar; el emisor tiene intencionalidad, pero a veces no puede definir certeramente, ni siquiera razona en ocasiones sobre qué va provocar el contenido que difunde, qué concepto se le dará su imagen, es el que percibe el que descodifica el “mensaje simbólico, cultural o connotado”, (Barthes, 1977).

Los medios y el internet son extensiones de los sentidos humanos, mientras el ser es un ente cultural de imagen y sentido, de relaciones y conexiones, un ser red en el mundo real y virtual. Por lo tanto, se intenta explicar mediante la siguiente infografía los peligros interconectados de distintos autores, quienes se han influenciado unos a otros en las predicciones de la sociedad expuesta al surgimiento del ciberespacio y la pérdida de la vida privada.

El ser humano se transforma en un “ser red”, no solo por convivir con la ciber sociedad y seguir costumbres de una cibercultura coexistentes a la real, sino porque la real también es una red de interconexiones, en la que nunca se puede escapar de las relaciones que someten

a cada individuo a representar un nodo (un punto de unión en común con los demás), además expuesto al público voluntariamente.

Sin embargo, exponerse no resulta mal se hace de manera regulada, puesto que igualmente este mundo líquido avanza a velocidades significativamente rápidas, todo cambia repentinamente y todo el desarrollo se ve orientado hacia los avances tecnológicos, entonces solo queda orientarse hacia la virtualidad y acoplarse a ella y determinar lineamientos de uso, de grado de exposición. Es un campo tan amplio, una sociedad virtual tan globalizada que resulta imposible definir normativos que rijan su uso, que regulen el contenido, esa saturación tan solo irá en aumento, el ser humano poco a poco perderá su noción de responsabilidad, de definición sólida.

Sin duda, se puede concluir que la vida privada está en la recta final de la existencia, cada vez las máquinas controlarán todo lo que se usa, y el intelecto, y fuerza de trabajo del ser humano se irá devaluando, la imagen virtual tendrá mayor validez y aceptación de los demás que la real, será mucho más validada, porque a través de las redes para cualquiera resulta fácil opinar, comentar y exhibirse.

Reflexiones finales

La lengua y el habla forman parte de la institución social, de una convención cultural para el dominio de las masas y procurar orden, puesto que la comunicación regula la conducta y relaciones entre los seres humanos, lo que conlleva a generar costumbres, a imitar los ideales mayoritarios, quizá resulta un defecto anatómico biológico, puesto que las “neuronas espejo” tienen la función de reproducir lo que hacen otros seres, se encargan de transmitir cultura.

La imagen, en la modernidad toma un papel mucho más generalizado, aunque esto Barthes lo define como “la fotografía es generalizada, para que no pueda ser excepcional”, además,

los dispositivos son automáticos y no requieren de ningún esfuerzo para capturar una imagen. El “operador” (*operator*) puede tomar el papel de emisor, si él mismo se toma una fotografía, y el “espectador” (*spectator*) tiene el papel de interpretador, de receptor, es quien el que consume el contenido, es importante porque es quien decodifica el mensaje que transmite la imagen que ve.

El “*punctum y studium*” son elementos que están ligados con la subjetividad, con la connotación de la imagen, forman parte importante en el momento de interpretación, pues el primero es el impacto, es la marca que deja una fotografía, mientras el segundo refleja el “me gusta o no” según parámetros culturales. Además, la “pose” constituye el arte de exhibición voluntaria por parte del objeto, quien no es sorprendido por el fotógrafo, sino él mismo construye su imagen y la intención con que la va a transmitir.

Es decir, se define lo que quiere proyectar, qué es lo que quiere que la gente vea en él, muestra su versión mejorada del “yo”, análoga de la real para que su imagen virtual, en donde el alcance de visibilidad es alto y construye a su vez un “mito” un metalenguaje que marque la diferencia ante los demás.

Por último, la imagen como tal no es un signo, pero en ella sí contiene y cada uno se interpreta mediante su sistema individual de significación, por lo tanto, al proyectar la imagen debe tomarse en cuenta todos los elementos propuestos para dar lugar a una interpretación positiva y promover una imagen correcta dentro de la red virtual.

Capítulo 9

Profecías de la “Aldea Global” de Marshall McLuhan

En este capítulo se analizan las teorías del sociólogo Marshall McLuhan respecto al futuro de la comunicación en el mundo. Él acuñó el concepto de “Aldea Global” para referirse a la manera integrada como estaría comunicándose la humanidad en el futuro, con relación a la que le correspondió vivir al teórico. Por su acertado análisis proyectivo ha sido calificado como un futurólogo. Las teorías de McLuhan tienen amplia explicación con la aplicación de sus postulados al mundo de la “Sociedad red” actual.

9.1. McLuhan: un futurólogo

Marshall McLuhan, más que un sociólogo, experto en la intervención de los medios de comunicación en los procesos cognitivos de interpretación de mensajes, fue una especie de “futurólogo”, porque predijo el desarrollo de esos medios y su impacto a lo que hoy constituye el internet, no solo a las cuestiones técnicas sino al desarrollo mismo de las sociedades. La comunicación interviene intrínsecamente en el funcionamiento del mundo, y esto a partir de la exteriorización de la información que recoge el cerebro, lo que conllevó a que el hombre creara medios e inventos que tienen relación con los sentidos.

A partir de la primera Revolución Industrial y su origen en la máquina de vapor, se desata una serie de cambios socioculturales y económicos que conforman el inicio de la globalización, mientras que los inventos resultan nada más en una evolución a través del tiempo que tan solo los sofistican y los vuelve más versátiles a conveniencia de las exigencias que dispongan las sociedades, es por esta razón que McLuhan dictamina que “el medio es el mensaje”, porque el ser humano los crea para beneficiar su existencia.

Desde el hombre primitivo se da la situación en que, cuando este descubre que puede utilizar la materia existente en el entorno para su beneficio, lo transmite al resto de personas

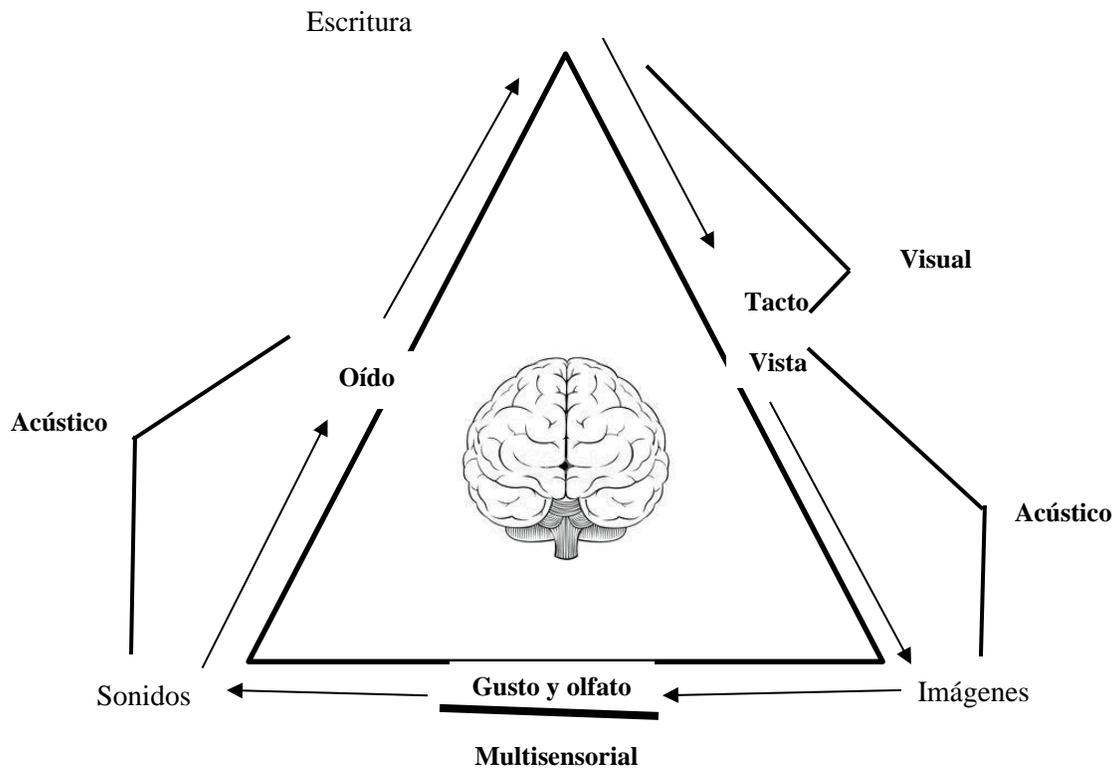
con los que tiene relación, y posteriormente se propaga esa información y se comienza a tener una noción de lo que representa el objeto mismo dentro del entorno y lo dota de un significado. Por consiguiente, evoluciona no solo el proceso de comunicación y la creación de “medios” sino también, el ser se vuelve organizado y mecanizado, además de incrementar su deseo natural de ser visto, del reconocimiento de su existencia.

De esta cuenta surge una de las teorías de McLuhan respecto a las eras que comprenden el desarrollo de los medios dentro de la civilización: prealfabética (oral), alfabética (escrita) y electrónica (Aldea Global).

La primera a la comunicación en la era prehistórica que tenía sus bases en los sonidos, lenguaje articulado e imágenes (sentido auditivo y visual), la segunda con bases en el origen de las palabras escritas con la escritura cuneiforme y sistemas escritos iniciales, y la invención de la imprenta por Johannes Gutenberg, en la que se plasman los mensajes (sentido visual), y, por último, la electrónica conformada por el hipertexto, red, interconexiones, en resumen a una comunicación virtual no física. Se rompen los esquemas de contacto directo físico entre los individuos, más, los reúne aún más; se homogeniza.

Lo interesante de esta primera profecía cumplida, es que evidencia el avance incontrolado de los medios, su base es la comunicación y sentido humano en la existencia, más cambia su funcionamiento, se intensifica y simplemente mejora. La escritura, los sonidos y las imágenes conforman los elementos básicos para el entendimiento humano, una surge de la otra, son bases de la comunicación; es todo un sistema que conforma una base principal.

Esquema 18: Ciclo de percepción



Fuente: elaboración propia.

Respecto a las facultades humanas de realizar actividades y resolver problemas, no podrían efectuarse de no ser por las bases anteriormente mencionadas, sin comunicación no habría medios que conformaran un registro y sin él no se podrían haber conformado las estructuras que permiten el funcionamiento del mundo, constituyendo a su vez mecanismos de supervivencia que es el fin primario del ser humano.

Los medios como extensiones del ser humano modifican la manera de ser y de pensar, sobre todo, la manera en la que este se desenvuelve dentro de ese contexto social que él mismo ha definido a través de la historia. Cuando esas condiciones cambian, el ser también lo hace, (Marshall McLuhan, 2009, p.41). Con esto se sustenta la cuestión que son los medios los que cambian, más no el discurso, el mensaje mismo; tan solo avanza y cambia en apariencia y no en fondo.

Ahora bien, el problema moderno, consecuencia de la globalización, surge con la intervención del televisor como un aparato que logra intercomunicar a las sociedades del mundo a partir de la concepción que “la conciencia viaja a través de la electrónica” y ahora a un efecto colateral mucho más extenso que es el internet libre, accesible y gratuito; sobre todo, el factor “tiempo” que presenta la información actualizada y en tiempo real, además de permitir una retroalimentación y conectar a los usuarios a partir de una identidad virtual.

Ese fenómeno masivo de globalización provoca en las sociedades una reestructuración, los lleva a reagruparse para conformar una sociedad unificada en un solo espacio, ese salto que propone McLuhan desde la televisión hasta la globalización del internet conforma una “ciber sociedad y cibercultura” porque reúne a las conciencias y al relacionarlas se crean opiniones y costumbres en común; lo que resulta en lo que define como “Aldea global”.

Además, Pedro Sempere en su libro “*McLuhan en la era de Google*”, define: “La unificación supone la desaparición de la privacidad individual y social, que es reemplazada por una privacidad total a escala mundial”, (Sempere, *McLuhan en la era de Google*, 2007, p.53). Pero esa “privacidad total” hace que el ser humano no pueda definirse como un individuo, ni que tenga una identidad real y única, sino una reproducción de los estereotipos que se han definido de antemano por la sociedad, y aunque muchos quieran romper con ellos, la conciencia globalizada, la información recibida y retenida en el cerebro respecto a la realidad ya tiene casi por “default” características definidas, y tan solo se imitan, resultan en un ciclo repetitivo.

Gracias a los medios creados, se ha logrado masificar poco a poco a los grandes grupos humanos y, por tanto, se logra fácilmente a través de ellos mantener un orden; ese es el fin primordial. La “Aldea global” moderna, se traduce en el “ciberespacio”, pues concentra a millones de conciencias en él y resguarda los patrones que definen su comportamiento y personalidad virtual en una memoria central (Big Data). En pocas palabras, los medios

inventados por el hombre se reducen a: controlar, facilitar y mejorar las comunicaciones y convivencia social.

Por tal razón, McLuhan afirma, que las sociedades son y seguirán siendo moldeadas por esos medios creados por el hombre, más que por la información que se transmite por medio de la comunicación condicionada, (Marshall McLuhan, 2009, p.6). Se puede deducir entonces que los seres humanos resultan en víctimas de sus propias creaciones, y entre más evolucionan, van quedando aún más fuera de su control.

Por ejemplo, la inteligencia artificial y programas informáticos que realizan tareas a velocidades increíblemente rápidas, podrían superar en ese escenario entonces las máquinas a las facultades y habilidades motoras humanas y al cerebro mismo. Además, se sabe que el internet, la informática, sistemas de circuitos como los que conforman una computadora, resulta en un medio como extensión del sistema nervioso central.

Por otra parte, también resulta en una vigilancia sofisticada, aunque esto en el sentido social, puesto que desde la perspectiva individual deja por completo fuera de su lenguaje la “privacidad”, deja cada vez menos lugar a que las personas se reconozcan como individuos únicos dentro del tejido social, además de contar con una vida privada real y no aparente, aunque esto se pierde también por decisión propia de los individuos al compartir contenido sobre su vida, además con el simple hecho de contar con teléfono móvil que da acceso a la ubicación geográfica, cámara y micrófono integrado, resultan como en una especie de “espía personal”.

Las secuelas del espacio abierto y accesible que ofrece el Internet repercuten en la identidad individual de las personas, porque al haberse constituido en grupos humanos (sociedades) a partir de la “Revolución Neolítica” en donde el ser deja de ser nómada y se vuelve sedentario y perteneciente, además de incrementar sus deseos de poder sobre los demás, el mundo se convierte en una estructura dividida en la vida real y concentrada en un mismo espacio en el virtual. “Todas las configuraciones que han hecho de Internet el medio de los

medios, un medio inteligente que completa el desarrollo de las capacidades humanas”, (Sempere, McLuhan *en la era de Google*, 2007, p.142).

A partir de lo anterior, surge la incógnita sobre cómo es que el ser humano puede haber creado los medios con el fin de proteger su existencia, y terminar por perder el control de su evolución, al punto de generar desequilibrio. Aunque McLuhan también explica que se debe a que los cambios en los medios, en el sentido cognitivo, se ven a través de un “espejo retrovisor”, “nuestra cultura oficial está luchando por forzar a los nuevos medios a hacer la tarea de los viejos”, (Marshall McLuhan, 2009, p.49).

O sea, los medios cambian sin cesar, pero las bases más esenciales siguen siendo adaptadas a las antiguas, los efectos surgen de los nuevos cambios, pero no se sabe con antelación qué va a pasar. Tal vez esa es la razón porque la que la “Revolución digital” todavía no se ha asimilado por completo, y que de las nuevas tecnologías resulten más cosas negativas que positivas.

La tecnología se interpone entre el hombre y su primitiva capacidad orgánica. Es evidente que la ropa o la vivienda han narcotizado la capacidad humana para resistir el frío. Cuando se va en coche, en cierto sentido, se sufre una amputación de las piernas. La automoción ha ablandado la resistencia para caminar. Las armas han atrofiado la fuerza física para la acción guerrera. Las máquinas calculadoras han producido un olvido de la aritmética, (Sempere, McLuhan *en la era de Google*, 2007, p.177).

Las extensiones del hombre, en ese sentido, provocan un debilitamiento de las habilidades humanas primitivas que trae por naturaleza para sobrevivir. Es decir, busca quizá inconscientemente facilitar la vida en respuesta a cuestiones antropológicas y filosóficas, incluso motoras y anatómicas. A esto Sempere y McLuhan denominan como una “metáfora de la tortuga” que a partir de la “externalización de nuestros órganos convertidos en extensiones tecnológicas, ablandan nuestro caparazón, lo que produce un aumento de la conciencia física y una disminución de la conciencia mental”. (Sempere, McLuhan *en la era de Google*, 2007, p.178).

Sin embargo, llega al punto en el que consume la percepción lógica de quienes forman parte de esa “Aldea Global” del Internet, entran como novatos y no tienen ni la mínima idea

de las funciones más básicas para una exitosa exploración en la red. Se puede realmente afirmar sin dudas que el Internet surge como un medio, principalmente, con una función de vigilancia global; es fácil porque surgieron sus bases como un proyecto militar como medio de comunicación con base en una red de computadoras interconectadas para evitar ataques a tiempo.

Aunque en los 90 saliera al mercado como un medio a fin de entretenimiento y traslado de información, no deja fuera ese principal fin, solo se le dio forma por los grupos interesados, sobre todo del sistema económico capitalista, construir una sociedad en un solo espacio y tener acceso a datos de miles de posibles consumidores. Comienza un “hiper capitalismo” que influye en millones de personas y las grandes empresas lanza a gran escala nuevas modas, y esto provoca también, que esa sociedad cibernética sea mucho más globalizada, homogenizada, sin identidad individual.

Asimismo, evidencia el efecto tortuga y vivir el presente bajo prospectos del pasado, y, por ende, no poder comprender a primera instancia cómo funcionan estos nuevos medios, por eso es que con tanto entusiasmo las sociedades modernas acceden aún a Internet pretendiendo que sus datos realmente estarán protegidos o que su identidad virtual es genuina, reconocida por otros como propia y que al compartir sus datos en su perfil personal e interactuar en su dispositivo sigue siendo una figura privada, que goza de intimidad en su espacio virtual “personal”, cuando en realidad el ciberespacio es como una habitación con la puerta abierta.

“El medio es el mensaje”, resume la misma idea de un modo más gráfico; los medios manipulan a los receptores, los mueven, conforman su personalidad y su conciencia y todo ello incluso por encima de los contenidos que puedan transmitir”, Marshall McLuhan, 2009, p.165). El Internet como medio ha impuesto un nuevo modelo de orden social, cultural, de control y mediático informativo, de modo por su reciente auge, aún se encuentra en la transición inicial como cuando la imprenta se usaba para divulgar únicamente la biblia, y al menos la civilización popular no sabía a ciencia cierta qué hacer

para que funcionara... aunque para los sistemas económicos, políticos y de poder resultan en una herramienta maravillosa.

Por otra parte, la cuestión sobre los “medios calientes y fríos” y la “temperatura de los medios”, dista hasta cierto punto de la realidad actual porque el Internet provee de herramientas y aplicaciones que involucran una mezcla de todos los sentidos, puesto que se relaciona con sistema nervioso central, el cerebro humano mismo y su gran potencial.

Por ejemplo, la televisión se considera un medio frío porque involucra varios sentidos porque es de baja resolución, presenta factores que requieren de atención multisensorial. Mientras la radio o el cine son considerados medios calientes porque sus mensajes se transmiten en alta definición, evocando la atención de un solo sentido porque no el receptor no puede interactuar con ellos, así como el libro, y cualquier cuestión lineal que no dé lugar a la interacción del receptor.

Según Pedro Sempere, todos los medios que conforma la “Era Electrónica” son fríos porque conllevan una a una interacción entre millones de participantes. Por ejemplo, los canales de YouTube pueden tener interacción entre los interlocutores, aunque no sea un video en vivo, cuenta con un espacio para comentar y el autor del video puede responder en cualquier momento.

Además, “Internet es la extensión del hombre por excelencia y se define por dos características: su interactividad, con el usuario, y su interconectividad, con la red. En realidad, el medio es el usuario porque es el que transforma en información todo lo que el medio transporta”, (Sempere, McLuhan en la era de Google, 2007, p. 251).

Aunque el Internet provea la información en alta calidad e inmediata, junto con la posibilidad de interactuar, lo que representa las cualidades de un medio frío según la teoría de la temperatura de McLuhan, sin embargo, también puede presentar características de los medios calientes por la situación de la alta definición, ¿realmente funciona esta teoría en la actualidad y en el futuro de los avances de las tecnologías? Es una cuestión que puede perdurar durante largo tiempo, mientras no se sabe qué exactamente será de ellas.

Al menos, las radios en línea modernas, que tan solo cuentan con una página web para transmitir las emisiones siguen siendo un medio caliente, aunque si se transmiten en vivo por medio de Facebook en sus páginas pueden considerarse como un medio frío. La digitalización, el acceso a Internet y las redes sociales abren dos espacios que probablemente imposibiliten determinar su temperatura, esta varía; tal como los periódicos que tienen su versión análoga y digital, obras de arte digitalizadas en páginas y en redes sociales.

McLuhan también define a los medios como dominantes, que ellos “conforman la sociedad”, además de ciclos culturales, en donde los primeros representan los medios dominantes que influyen en las sociedades y los segundos marcan las épocas culturales cuando esos medios manifestaban su auge. Por ejemplo, el libro, que corresponde a al ciclo cultural de la “Galaxia Gutenberg”, es totalmente diferente a la transformación del libro en la Era Electrónica, puesto que ahora el contenido incontable que proveen los buscadores, sobre todo Google, contrarresta el deseo de tener algo nuevo como era en su auge, el libro impreso.

Además, en las redes sociales se podría encontrar fortuitamente al autor del libro y poder comentar con él acerca de su contenido, los formatos digitales de los libros permiten también copiar y extraer los mensajes fácilmente, y distribuirlos como se desee. En esta era de facilidades e interacción incesante, no se puede definir realmente la temperatura de un medio, puesto que son activos y sus efectos bastante efímeros, existe un exceso de información que imposibilita crear juicios sobre temas de forma concreta.

Incluso, la televisión, existen las llamadas “Smart TV o televisores inteligentes” que cuentan con conexión a Internet y sirven como ordenadores, además se pueden contratar paquetes de señal digital en alta definición. En fin, los medios posmodernos cambian constantemente y esos cambios, provocan en los seres humanos confusión, puesto que este

aún no se encuentra preparado, está estancado aún en la asimilación de los cambios iniciales, de las facilidades.

Por último, respecto a las teorías de McLuhan y sus profecías cumplidas en relación con las tecnologías de última generación: “las Tétrades”, que consisten en modelos del razonamiento humano y las estructuras que conforman las sociedades posindustriales, las funciones del hemisferio izquierdo y derecho, respecto a la percepción del ser humano y sus posibles interpretaciones. Es decir, una gráfica visual sobre la forma en la que el razonamiento humano interpreta mensajes y las bases por las cuales implementa los medios. “Los tétrades cumplen los dos grandes criterios que exige cualquier ley científica: pueden ser probados y verificados; y permiten hacer predicciones”, (Sempere, McLuhan en la era de Google, 2007, p. 343).

El determinar qué funciones tienen ambos hemisferios del cerebro para entender los registros de información y la formación de juicios que le dan sentido y significado a los objetos y realidad en su totalidad por parte de cada individuo, para que después se pueda determinar el efecto que un nuevo medio pueda tener en ellos. En el caso del Internet a grandes rasgos, se podría formular la siguiente téttrade con base a las cuatro leyes generales que plantea McLuhan:

Cuadro 5: Tétrade del Internet

<ul style="list-style-type: none"> - Información en tiempo real y variada - Accesibilidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Disminución del intelecto - Aislamiento - Obsesión
<p style="text-align: center;">Comunicación</p>	<p style="text-align: center;">Internet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Medios tradicionales de información - Bibliotecas

Fuente: elaboración propia, según modelo propuesto por Pedro Sempere, (Sempere, McLuhan en la era de Google, 2007, p.345).

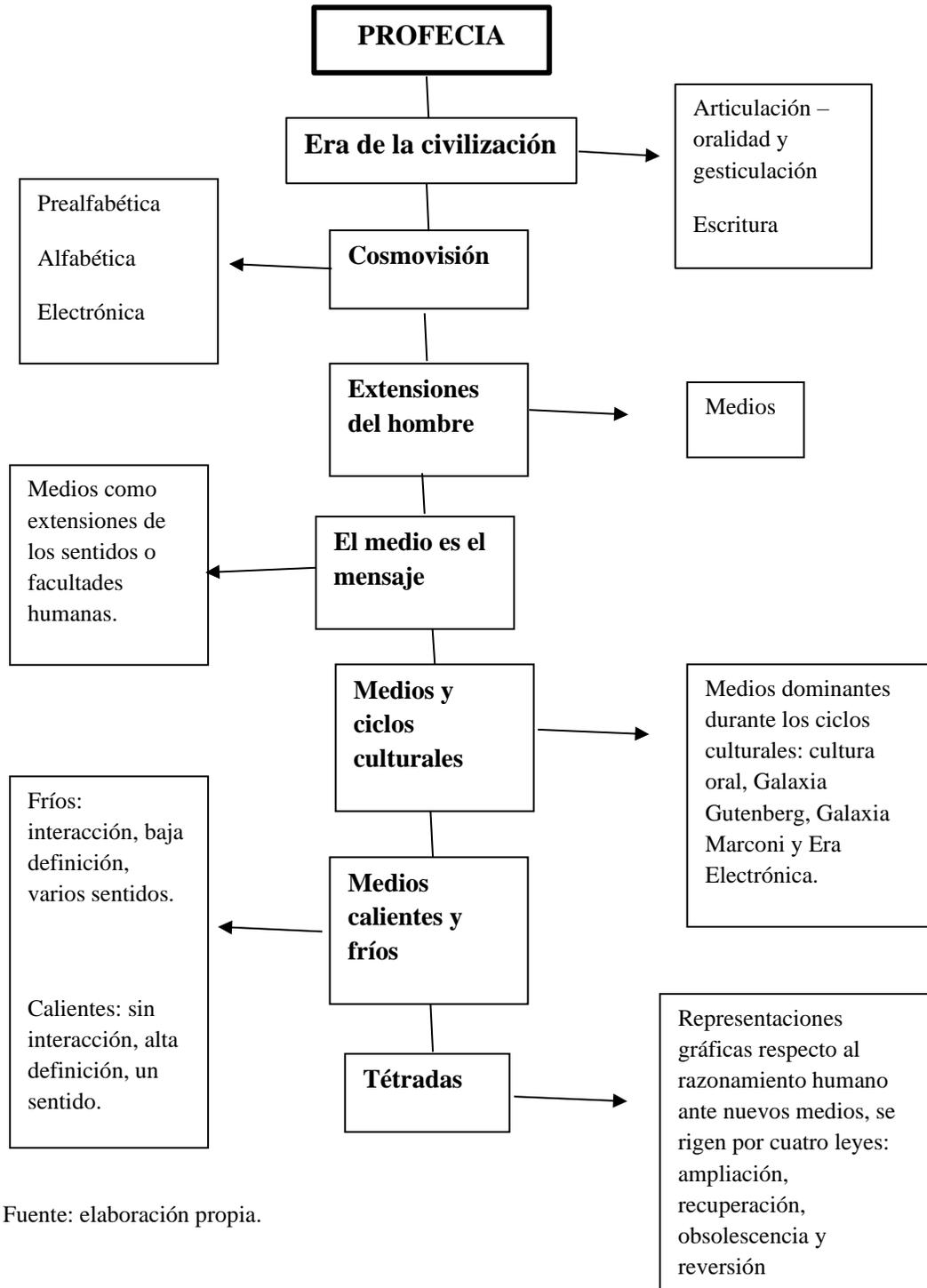
Como función de la primera ley, de la “Ampliación”, se propone a la información en tiempo real y variado, y accesibilidad por la cuestión de que es lo que equivale a una “mejora o extensión de la facultad del hombre o la tecnología”. La segunda ley, de “Recuperación”, la ocuparía la comunicación, puesto que el Internet predispone de un espacio de interacción e interconexión entre miles de usuarios, recupera la intención de una comunicación más fluida, aunque no sea personal.

La tercera ley, de “Obsolescencia”, la ocupan los medios de comunicación de información tradicionales análogos y las bibliotecas porque el Internet los despoja por su inmediatez y cantidad en tiempo real, además de ofrecer espacios gratuitos dentro de la “World Wide Web o red informática mundial”, más las redes sociales para difundir contenido fácilmente a todas horas.

Por último, la ley de “Reversión”, los efectos contrarios los provoca la obsesión, disminución del intelecto y el aislamiento, porque al estar conectado e interactuando en un espacio con amigos y conociendo gente nueva sin salir de la comodidad del hogar, sin tener contacto físico con las personas y obtener todo tipo de información desde ese mismo espacio. La comodidad provoca la obsesión y aislamiento de la realidad de poder mostrar sus datos al mundo sin ser visto personalmente, la red provee de cierto nivel de anonimato. Además, disminuye el intelecto, porque con la facilidad de información, disminuye también la actividad cerebral, el cerebro se vuelve más perezoso.

Para sistematizar los aportes de McLuhan, se aporte el siguiente mapa:

Mapa 1: Profecías cumplidas más importantes de Marshall McLuhan



Fuente: elaboración propia.

9.2. La Aldea Global

La última profecía de Marshall McLuhan respecto a la globalización de las sociedades es la definida “Aldea Global”, que se ha conformado gracias al efecto masificador del Internet, el cual ha conformado un espacio virtual en donde durante las 24 horas del día, millones de usuarios interactúan a través de los navegadores, y, sobre todo, a través de las redes sociales en las que esos grupos humanos pueden publicar información personal para compartir con amigos en la vida real o nuevos que han conocido en esas redes.

Esa interconexión, unifica las creencias e ideologías en una sola para conformar también una cultura cibernética o “Mass Media Culture”, no como representación de la realidad sino como un anexo a ella, una coexistencia, y aunque esto ya se sabe, es importante resaltarlo para comprender el porqué del término acuñado por McLuhan. Esa “Aldea Global”, significa una reestructuración del tejido social, de la cultura, del comportamiento mismo del ser humano como individuo, porque a tal grado de masificación que impone, este llega a un nivel extremo de carencia de identidad personal, porque el mismo sistema lo orilla a ser un código, un usuario más, lo hace irreconocible a gran escala y eso lo limita.

Además, el Internet como extensión de los sentidos del ser humano, del cerebro específicamente, contiene una base del razonamiento básico y primitivo, como asimilar el Internet como un medio de beneficio, como una percepción condicionada a las estructuras clásicas sociales. El ser humano, desde su sedentarismo ha venido una constante esclavización, simplemente es que el capitalismo y ahora el hiper capitalismo, impone ideales que conllevan a tomar decisiones unificadas, similares, las sociedades están mecanizadas.

Esa mecanización o robotización, es lo que constituye al internet como un medio masivo de control, más su parte de “beneficio” para las sociedades puede resultar nada más en una máscara para mantener “felices” a las mayorías. Tiene un efecto avasallador tal cual lo tuvo las conquistas de Europa en América, que significó un cambio radical en las civilizaciones

naturales y una expansión comercial, aumento de riquezas y de territorios para la parte conquistadora.

McLuhan, además, propone las representaciones gráficas para evaluar los efectos de un nuevo medio o algún cambio que los antiguos impongan, al final de cuentas los nuevos cuentan con las mismas bases que los viejos, tan solo evolucionan sus apariencias y eficacia. Afirma que el ser humano no puede confiar en sí mismo en relación con sus propios artilugios. En este punto el tétrede tiene la función de exponer los efectos subliminales de cualquiera de estos en trasfondo y detalle, (McLuhan & Powers, Aldea Global, 1995, p.107).

El tétrede sirve para determinar el impacto en la percepción humana, de forma que puede identificar y separar lo que el ser perciba y analice por su hemisferio derecho e izquierdo, puesto que ambos en sincronía relacionan patrones, y se reduce finalmente en un juicio general que determina una visión de trasfondo entre el hemisferio derecho (acústico) y el izquierdo (visual) en cuanto a la vida de la idea o artefacto, (McLuhan & Powers, Aldea Global, 1995, p.35). En resumen, analiza en términos puntuales los efectos positivos y negativos ocultos que tendría cualquier medio nuevo o el avance de alguno existente.

Las velocidades increíbles en las que se transmite la información a través de la red imposibilitan, sobre todo a las masas populares, poder interpretar y canalizar la información recibida, de esta cuenta surgen: las noticias falsas, la posverdad, los mitos políticos y culturales e infinidad de falacias que confunden y mantienen en un estado de desinterés a las sociedades para poder someterlas y controlarlas con mucha más facilidad.

Es irónico porque, al menos contar con un perfil en Twitter y Facebook, que son las redes sociales que permiten la interacción y compartir mensajes en masa, le proveen al usuario una sensación de seguridad, confianza y libertad extrema para emitir sus opiniones; es tal la cantidad de personas que opinan sobre un tema y tan poco el hábito de la lectura, que muchos usuarios al ver una noticia controversial o cualquier contenido se van directamente

a los comentarios y se dejan llevar por las opiniones mayoritarias para emitir su propia opinión.

Eso es el efecto la “infoxicación” se le puede llamar, a esa saturación, es tanto contenido y tan poca capacidad y “ganas” de razonar que las personas se dejan llevar por lo generalizado y superficial, por esa razón también es que las sociedades modernas son totalmente emocionales. Por ejemplo, el tema del feminismo, la diversidad sexual, religión, fútbol, política y también inclusión social, son los que mayor alcance, polémica y confusión provocan, es cuando se da ese efecto de imitación masivo; una persona emite una opinión emotiva respecto a uno de los temas y obtiene muchos “me gusta” o “reacciones”, más comentarios positivos respecto al texto.

Por consiguiente, otra persona que ve esa publicación, igualmente lo interpreta con emotividad y comparte, o bien, formula una nueva opinión al respecto con la misma carga emocional, y así sucesivamente todos los demás individuos con el ánimo de ser aceptado y reconocidos como sobresaliente a ese efecto masificador del que no caen en cuenta conscientemente; comparten y emiten opiniones, aunque sea erróneas, del tema determinado. Ocurre que, el ser reproducido pierde su identidad personal privada, sin embargo, se convierte en una gremial, (McLuhan & Powers, Aldea Global, 1995, p.47).

Quiere decir que, en la red cada individuo pierde su identidad reconocible personal y privada para construirse una pública, esta concepción es indicada para describir por qué el ser se convierte en figura pública al exponerse a la realidad virtual, se despoja de la poca intimidad de la realidad física, para exponer sus datos a un espacio en donde no puede escapar, aunque las aplicaciones aseguren que los datos están seguros, el simple hecho de tener un dispositivo con conexión a internet y GPS activado, es una exposición.

El perfil de Facebook es parte de la identidad pública porque está en una red abierta y cualquiera tiene acceso a ella, es una red social, es de interacción, por ende, resultará en una exposición de datos personales a una gran cantidad de personas. No importando si se

configura la página como privada o para que la vean solo amigos, se expone a un público afín, por lo que la privacidad no tiene razón de ser; ese es el efecto del medio Facebook. McLuhan aclara que la relación que existe entre la respuesta social o individual y el artefacto es tal cual el eje y la rueda. Constituye la psicología de la forma en cuanto a la interacción humana y la transformación del artilugio, de figura-fondo, (McLuhan & Powers, Aldea Global, 1995, p.47).

En otras palabras, en el tétrede de Facebook, se define esa configuración puramente social y pública de la identidad e información de una persona, conforma una identidad virtual, complementa una parte de la persona real. Por añadidura, Facebook reemplaza las cartas por correo, las aplicaciones de citas, cualquier medio anterior que exponga datos al público de las personas. También evoca en los usuarios cierto nivel de recuperación de identidad, o al menos alimenta su deseo de ser reconocidos y no quedar excluidos, puesto que las “reacciones” al contenido que publican, reflejan la aceptación que tienen hacia los demás y a sí mismos.

A todo esto, viene la cuestión que plantea McLuhan sobre las funciones de los hemisferios del cerebro y su intervención en los efectos de los medios. El hemisferio derecho es el encargado de percibir y procesar la información respecto a las imágenes poéticas o acústicas, que resultan en subjetividades respecto a sus creencias y su realidad individual, íntima y cultural propia, mientras que el hemisferio izquierdo se encarga de recolectar en orden lógico y resguardar información que percibe naturalmente, es decir, una realidad objetiva sobre el entorno.

Entonces, si se tiene en cuenta que las sociedades son puramente emocionales para descodificar y difundir mensajes, el ser una figura pública no resulta en algo negativo para el individuo con crisis de identidad por la masificación excesiva y se cumple con un razonamiento de McLuhan, respecto a que el humano occidental tiende a tener dificultad para renuncia a lo visual, esto sin importar que está guiándose desmañado en el entorno acústico, (McLuhan & Powers, Aldea Global, 1995, p.50).

El ser humano posmoderno, desarrolla mucho más el hemisferio derecho del cerebro, por lo tanto, es generalmente errático, subjetivo en las decisiones y emocional. “En la actualidad, se está acelerando el cambio de las tecnologías del espacio visual a las del espacio acústico”, (McLuhan & Powers, Aldea Global, 1995, p.65).

Esto resulta, principalmente, del exceso de información y la facilidad que brinda el Internet para acceder a información y demás facilidades para vivir que ofrecen los nuevos medios, es toda una catarsis de efectos respecto a la aceleración de la evolución humana, tanto que no se puede controlar, cada vez se encuentra más cerca del límite del ser porque sobrepasa la capacidad del cerebro a estructurar la información recibida, al final de cada día tan solo logra recopilar cierta parte y resulta en conclusiones confusas, aunque no sean perceptibles.

“Para una sociedad que acepta una de las modalidades (acústica o visual), resulta en una preferencia sensorial cultural, si esta la acepta, será la base sobre la cual reconoce su propia percepción de la cordura”, (McLuhan & Powers, Aldea Global, 1995, p.67).

Al menos, la mayor parte de las sociedades posmodernas, a consecuencia de los efectos de globalización, han definido ya concebir la realidad desde la modalidad acústica, puesto que, con base a patrones abstractos por la cantidad excesiva de información, resulta más fácil de registrar para su cerebro, por es con base a lo cualitativo (sincrónico) no requiere de un orden sistemático.

En este sentido, las sociedades modernas emocionales, contradicen al concepto de Platón respecto al dominio del hemisferio izquierdo sobre el derecho (angelismo) con relación al conocimiento. Por lógica y circunstancias, resulta sumamente difícil esquematizar la información contenida en Internet, aunque se busque algo en específico.

El buscador muestra una cantidad incontable de información, de mensajes con diferentes enfoques y escrita para distintos grupos objetivos, por lo que se tiende a extraer datos

indefinidos sobre intereses y experiencia propia, por eso resulta en una especie de análisis cualitativo; no se usan técnicas exactas. “El campo de la experiencia se ajusta constantemente. Todo fondo, nada de figuras: el modo acústico”, (McLuhan & Powers, Aldea Global, 1995, p.91).

McLuhan atribuye a la propaganda y publicidad el efecto en las sociedades de lo visual del hemisferio izquierdo, en el sentido que las estrategias e imposición de ideas se hace a partir de evocar ciertos conocimientos previos en el receptor, pero generar un efecto emocional, “todos los medios electrónicos como una nueva configuración o fondo dan importancia solo al hemisferio derecho. No hay forma de cuantificar el hemisferio derecho, que enfatiza los aspectos internos y cualitativos de la experiencia”, (McLuhan & Powers, Aldea Global, 1995, p.99).

La disputa entre el dominio de un hemisferio sobre otro ya no tiene lugar, puesto que la crisis de identidad y “infoxicación” no deja lugar a la elección, incluso no muestran interés en las cuestiones básicas lógicas sobre el manejo de su imagen y datos en la red, no se resisten a pertenecer al público, “la cultura del hemisferio derecho no tiene lugar para el individuo privado”, (McLuhan & Powers, Aldea Global, 1995, p.100). Además, McLuhan agrega a modo de explicar razones por las que el hemisferio derecho domina en las sociedades modernas...

En la actualidad, la paradoja es que el fondo de las últimas tecnologías occidentales es electrónico y simultáneo, y, por lo tanto, estructuralmente del hemisferio derecho y oriental, y oral en su naturaleza y efectos. La razón de esto es que la mayoría de las tecnologías occidentales retienen, a veces de manera innecesaria (como la computadora) una devoción incontrolada de una sola cuestión a la vez, lo cual es una especie de retraso cultural del siglo diecinueve. La abrumadora norma de procedimientos en el mundo occidental sigue siendo lineal, secuencial y conectada en instituciones políticas y legales y también en la educación y el comercio, pero no en el entretenimiento o el arte: una fórmula para el caos total, (McLuhan & Powers, Aldea Global, 1995, p.103).

La explicación confirma lo que ya se ha descrito con anterioridad, el dominio del hemisferio derecho resulta mucho más práctico: primero para el control y mantener ideologías robotizadas, orientadas al sometimiento, y, segundo, procesar la información

diversa de forma no sistemática sino enumerando cualidades e identificando emociones; manteniendo una visión definida por Platón como angelismo, porque es un enfoque ingenuo, sin fondo.

Asimismo, en el mismo contexto, el asunto de los efectos ocultos fuera del control de los seres humanos sobre los medios que han inventado para complementar el transcurso de su vida y necesidades naturales, efectos de la evolución humana; con tal razón McLuhan los define como extensiones de los sentidos y facultades humanas, porque todo lo que se ha inventado, su estructura consiste en un funcionamiento también parecido al del cuerpo humano: la combustión de un vehículo, los circuitos integrados que componen un sistema que computa y realiza tareas, hasta un espacio virtual que recrea una realidad física, pero mucho más unificada y masificada que conforma también una sociedad.

Esos efectos ocultos nacen a partir de la percepción, producto del razonamiento efectuado por el hemisferio derecho, puesto que evalúa bajo parámetros subjetivos y experimentales, genera patrones abstractos, empírico, emocionales.

Los medios virtuales poseen una estructura específica para ser percibida y analizada por el hemisferio derecho, creativo y sin secuencia lógica, abierto y libre para utilizarse como el usuario “quiera”, pero expuesto al público, al “reflector” que ofrecen los espacios cibernéticos. Se prolonga a la “identidad privada (extensión del ser como fragmentado y abstraído del grupo)”, (McLuhan & Powers, 1995, p.109), que resulta de ese deseo que presentan los individuos actualmente por la masificación descomunal en el ciberespacio.

Sin embargo, resulta importante mencionar que, los sistemas básicos del proceso de comunicación bajo cualquier circunstancia y contexto, es más, la mayor parte de las estructuras lógicas que rigen el funcionamiento del mundo tienen base en el modelo trídico de Aristóteles: quién (persona que habla), qué (discurso), quién (persona que escucha). Más, la “causalidad aristotélica” de cuatro partes que presenta McLuhan como referencia a la interpretación de la realidad en cuanto a la naturaleza y los artefactos

(medios): causa material (materia pasiva y útil), causa formal (la forma que da el individuo), causa eficiente (compulsión externa de los cuerpos) y la causa final (objetivo final por el que se efectúa un proceso).

El occidental alfabeto enfoca el estudio del medio en términos de movimiento lineal o de transporte secuencial de imágenes como figuras independientes (contenido), en cuanto al hemisferio derecho, su fijación se orienta hacia el fondo de los efectos de los medios en el medio. En este punto de nuestra discusión, en el contexto de la figura-fondo, llegamos al centro de la cuestión en lo referente a los estudiantes de los medios de comunicación. La base de todas las teorías de comunicación occidentales contemporáneas (el modelo Shannon-Weaver) es un ejemplo característico de la propensión lineal del hemisferio izquierdo, (McLuhan & Powers, 1995, p.111).

Ese modelo lineal representa el proceso de comunicación a grandes rasgos y es base del proceso en cualquier contexto, incluso en las redes sociales y el uso del ordenador. Se escribe una publicación en cualquier red social con base a la intencionalidad del emisor (usuario), se publica (discurso), finalmente, el receptor interpreta e interactúa con el mensaje inicial, reacciona. Se tiene en ese mismo proceso, una causa material (ordenador), una formal (lo que quiere transmitir el usuario al público, sabe que el ordenador es materia que tiene acceso a internet y puede utilizar o sirve intrínsecamente para ese fin), causa eficiente de un ordenador es el usuario, quien lo hace funcionar y la causa final es que se transmite el mensaje deseado, se ejecuta la acción final que causará reacción.

Como último punto, una de las características principales, secuela de las sociedades en las que predomina el hemisferio derecho es: el robotismo, una forma para definir a los individuos que conforman la “Aldea Global”, como conciencias concentradas en un mismo espacio masificado, otra forma de llamarle a la “identidad virtual”. “El robotismo, o el pensamiento del hemisferio derecho, es la capacidad de ser una presencia consciente en varios lugares al mismo tiempo”, (McLuhan & Powers, 1995, p.121).

En esta parte, figura la cuestión del “angelismo” propuesto por Platón, en la que se ve solo lo que está en la realidad sin el fondo, lo superficial por lo que los juicios lógicos o silogismos quedan fuera, se cree lo que sea que se presente. Por lo cual, el hiper capitalismo

hace creer a la gente que debe ser diferente para valer y por fin reconocerse como seres únicos, no como masas definidas por códigos numéricos.

Por ejemplo, la nueva corporación de telecomunicaciones multiportadora, dedicada solo a mover todo tipo de información a la velocidad de la luz, generará de manera continua productos y servicios hechos a medida para consumidores individuales que señalaron sus preferencias con anterioridad a través de una base de datos continua. Los usuarios se convertirán en productores y consumidores en forma simultánea”, (McLuhan & Powers, 1995, p.121).

Esa predicción responde exactamente a lo actual, las empresas comerciales internacionales, utilizan patrones de datos extraídos de la Big Data (base de datos continua), a través de reacciones a la publicidad en las redes sociales, estas muestran un recuento ya hecho sobre el alcance del contenido publicado. Además, las plataformas de ventas en línea como Amazon, OLX, o bien, Marketplace en Facebook; fomentan la venta de personas particulares la participación de pequeños empresarios, y, a su vez, pueden ellos también consumir a través de las mismas plataformas.

Además, da lugar a que el sistema económico promueva el comercio y tenga acceso a perfiles de consumidores para fijar, planificar y crear productos más adecuados para la venta e imposición de tendencias. Las redes sociales permiten publicar fotos de los lugares turísticos de un país, de mercados específicos de forma gratuita para su promoción y atraer a muchos más clientes. Así como, ayuda a generar más empleo, aunque esto es mucho más complejo, puesto que no se puede generalizar.

McLuhan retoma en esta parte lo mencionado anteriormente, la Aldea Global como un medio de vigilancia masivo. “El espionaje se convierte en una forma de arte. La cultura se vuelve organizada como un circuito eléctrico: cada punto en la red es tan central como el siguiente”, (McLuhan & Powers, 1995, p.133). La centralización, la reunión de tantos usuarios y la accesibilidad provee de un método de control social con un alto porcentaje de efectividad y exactitud, es parte del porqué es tan inmenso el efecto masivo, solo Facebook cuenta con casi 3 mil millones de usuarios activos.

El ordenador, el satélite, la base de datos y la naciente corporación multiportadora de telecomunicación separan lo que quede del viejo genial con orientación hacia lo impreso al disminuir el número de personas en el lugar de trabajo, destruyendo lo que quede de intimidad personal, y desestabilizando desde el punto de vista político o naciones enteras a través de la transferencia de información sin censura a través de las fronteras nacionales por medio de infinitas unidades de microondas y satélites interactivos, (McLuhan & Powers, 1995, p.134).

Exactamente ocurre lo predicho por McLuhan, la Era Electrónica contrarresta las funciones y dominio de las sociedades por el hemisferio izquierdo, sino fomenta el derecho bajo una reacción emocional, que también provoca que sean masas más dóciles para los grupos de control; son sociedades angelinas, inocentes, ingenuas y adormecidas. Los medios, extensiones de los sentidos del ser humano, evolucionan a la misma vez que ellos mismos, más, los primeros avanzan y los segundos retroceden en cuestión de razonamiento. “Un hombre logra traducir su sistema nervioso central a un sistema de circuitos electrónicos, se encuentra en el umbral de exteriorizar su conciencia a la computadora”, (McLuhan & Powers, 1995, p.135), pero al lograrlo se ha limitado él mismo sus propias facultades.

Al mismo tiempo, destruye por completo la poca privacidad que el entorno natural provee al ser, puesto que expone a esa base de datos su información personal y el contar con un perfil virtual, hacer compras, ingresar en una página institucional el Código Único de Identificación (CUI) provee de todos los datos necesarios para conocer todo sobre determinada persona.

Las sociedades tercermundistas, poseen actualmente una preocupación constante respecto a cómo los ven las sociedades más fuertes o vecinas, sin embargo, McLuhan plantea lo que sucedió durante la invasión comercial de Estados Unidos, en específico en Guatemala por medio de la empresa bananera “United Fruit Company”, en la que, según él, esas sociedades manipulan a las fuertes a través de las infiltraciones; violentando, por decirlo así, el conservadurismo y haciéndose ver.

Cuando las Repúblicas bananeras comenzaron a desestabilizarse por las reformas de la tierra en la década de 1920 y 1930, la reacción de los Estados Unidos fue como la de un abogado agresivo, llamaron a los militares para que pusiera a esos centroamericanos en su lugar, (McLuhan & Powers, 1995, p.137).

McLuhan describe la absolución del impulso estadounidense a una mitigación con una efectividad total, y se atribuye a la cuestión de qué razonamiento del hemisferio derecho y su emotividad da lugar un actuar compulsivo y de juicios espontáneos, es reactiva; es tribal, por sentido de pertenencia a un grupo definido. Aunque, incluso el gobierno actual pretende intimidar por medio de tácticas militares para la represión o supuesto adoctrinamiento, es un sistema bastante conservador.

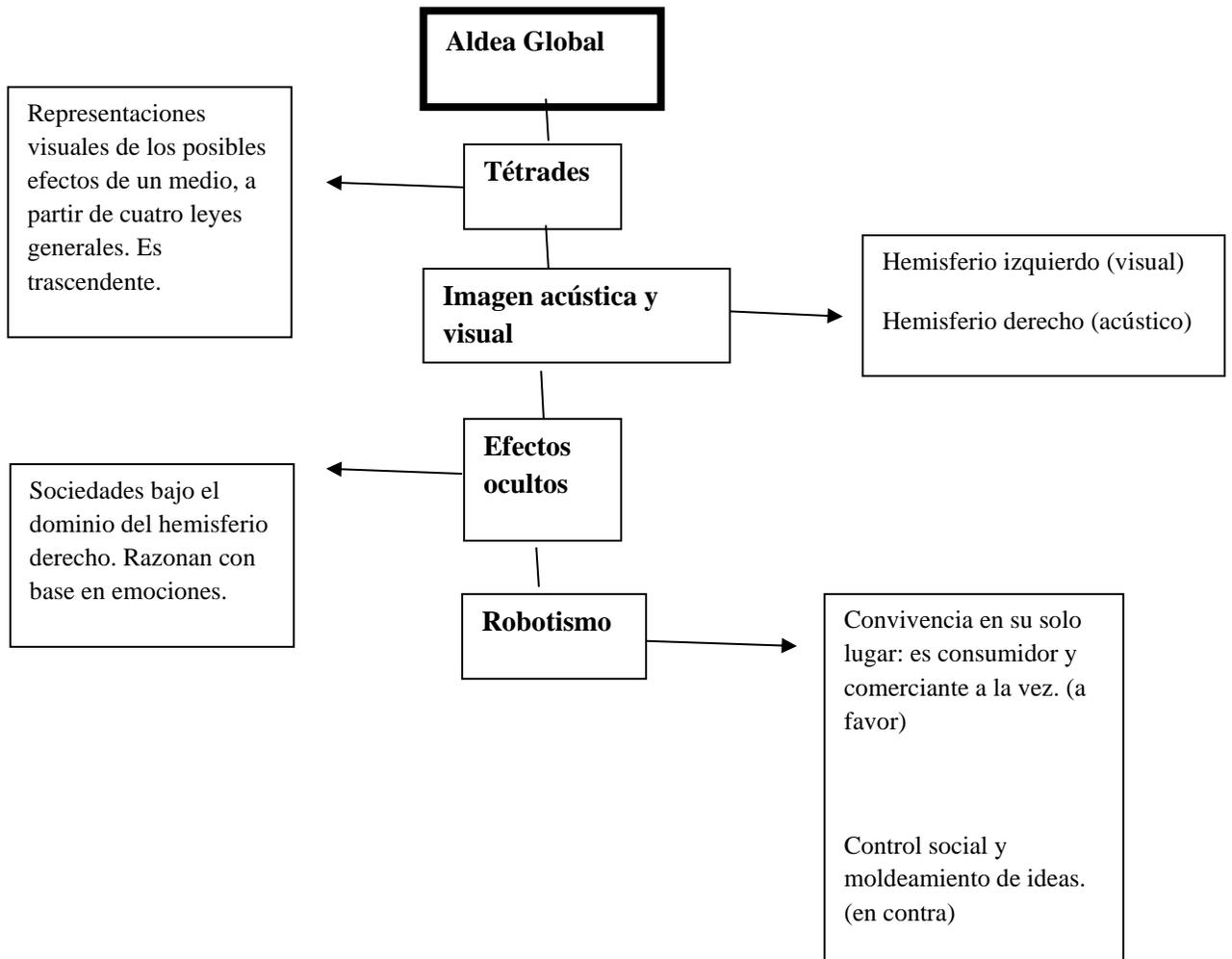
En fin, la Aldea Global compone la profecía más acertada de Marshall McLuhan, se puede afirmar que por completo concuerda con la realidad actual de las tecnologías de última generación, sobre todo, con los estándares de comunicación, el razonamiento humano y la pérdida por completo de la identidad privada y ser indiscutiblemente una figura pública y construir una imagen corporativa.

La acumulación de grandes y sofisticadas bases de datos a fines del siglo XX producirá servicios de información planetaria hogar/comercial de alta velocidad que usan los individuos privados para obtener datos y utilizarlos con fines personales directos. La información recibida le dará al usuario un sentido ilusorio de una identidad bien definida (suponiendo que la combinación de información no está disponible de la misma forma para otro ser humano). Esto representa algo positivo. Lo negativo, es que todas las personas entiendan o no los procesos de transmisión de datos computadorizados a alta velocidad, perderán sus viejas identidades privadas, (McLuhan & Powers, 1995, p.175).

Lo que deja en evidencia la realidad actual, al estar en mismo espacio millones de personas y el acceso fácil a sus datos permite hacerles creer que se conforman perfiles de preferencias personalizados, mientras solapadamente se vende y se implantan los mismos ideales con tal de mantener un orden y a las masas sumidas en una disyuntiva interminable para definir su verdadera identidad. El ser humano se ve en la ingenuidad de la realidad implementada y en constante cambio dentro de la Aldea Global, condicionado al igual que la real a formar parte del colectivo.

Además, se presenta un mapa con la intención de sintetizar las bases principales que fundamentan la “Aldea Global” y sus impactos reales en la actualidad.

Mapa 2: Elementos de la Aldea Global



Fuente: elaboración propia.

9.3. Globalización de las comunicaciones

Los principales efectos de la Aldea Global es el proceso de masificación a grandes cantidades de personas que coexisten en ese espacio, lo cual constituye a globalizar los procesos de comunicación, aunque en trasfondo la base sea la misma: lineal, propia del hemisferio izquierdo. Como la transición respecto a la economía de las compras en línea, “bitcoins” (monedas virtuales), tarjetas virtuales; interacción virtual, reducción del razonamiento, pérdida de la identidad y vida privada, y estrategia comercial de marketing a partir de datos recolectados de bases de datos.

Pero la Aldea Global, tal como fue formulada y como se ha desarrollado, más bien ha creado un contrapoder, un antiambiente en forma de conciencia global nutrida por lo caudales de la comunicación sin fronteras, sin otra lealtad que la ética social e individual que reconoce los automatismos de las fuerzas globalizadoras, (Sampre, McLuhan & Powers, 1995, p.61).

Es decir, el efecto globalizador del Internet y formación del ciberespacio conforma de las estructuras más sofisticadas de control de todos los tiempos, pues provee de una facilidad y rapidez que permite controlar e influir mucho más en las sociedades emocionales, adoctrinadas. La transformación de los medios en plataformas más accesibles, inmediatas, que generan cada vez más condescendencia porque contrarresta actividades humanas y facilita tareas cotidianas.

Pedro Sempere (1995), plantea que la Aldea Global no solo globaliza, sino que resulta también en un globalismo en una especie de analogía que relaciona la masificación en un sentido individual, el cual propone como características la centralización hacia el individuo, la Aldea Global misma, intereses personales, sociedad de individuos y comunidades, de diversidad, igualitarismo, mercado retroalimentario, microeconomía, libertad, conciencia global y comercio justo. Aunque esto resulte en algo contradictorio, puesto que un grupo humano tan grande no podría actuar correctamente en conjunto.

La situación converge en el hecho que el individuo al formar parte de un grupo incuantificable de miembros, el ser carece de una identidad única, en sentido de imagen, lo que provoca que surja un deseo de ser visto y reconocido, sin importar el contenido de lo que decida publicar. Además, motiva a los usuarios emotivos a crear un perfil que refleje su mejor versión y compartan quiénes son en realidad, pero con datos modificados a conveniencia, por eso es por lo que Sempere menciona la cuestión de intereses personales; de eso se deriva la actividad en la red y la interacción de los individuos.

Por ejemplo, también, el salto de la televisión a las plataformas “streaming” como: Netflix, YouTube, HBO Premium, Fox Premium, Spotify entre otras., las cuales conforman espacios de interacción y de propaganda masiva e imperceptible, como en YouTube y los famosos “influencers”, las películas que fomentan la diversidad de género y el control de consumo de sustancias que alteran los sentidos, toda la información fluye en mayor cantidad, con puntos en común, sin un grupo objetivo definido. La comunicación va hacia lo virtual y al marketing desmesurado.

Además, la invención de aplicaciones que resulten como apoyo a cualquier actividad humana: transporte, deporte, entretenimiento, pareja, alimentación; se han inventado ya bastantes herramientas que contribuyen en resumen a facilitar la vida humana, el ser quizá llegue a un punto en el que ya no tendrá contacto con la naturaleza o la materia físicamente.

A medida que el hombre tecnológico corre hacia su totalidad y carácter inclusivo, en la primera época, ya no tendrá una experiencia de la naturaleza, como "la naturaleza al natural". Habrá perdido el tacto y hasta ese momento se dará cuenta que el tacto no representa sólo una presión en la piel sino la captación de todos los sentidos al mismo tiempo, una especie de "tactilidad". Cuando perdemos la naturaleza como una costumbre directa, se pierde, además, cierta estabilidad que marca lo esencial de la ley natural. Lúcido o no, el cerebro se inclina a flotar libremente hacia una zona peligrosa de abstracciones, (McLuhan & Powers, 1995, p.100).

Al escribir un tweet, por ejemplo, no se tiene contacto con la naturaleza, tan solo razonamientos generalmente como una imitación o pensamientos sin sentido exponiendo estados de ánimo e intimidades con el fin de tan solo agradar y exteriorizar, se graban

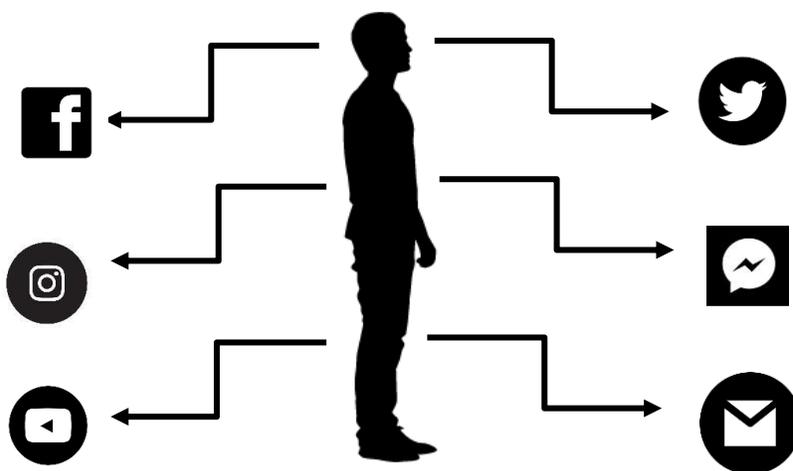
videos solo con fines laborales, fotos para mostrar atributos, ya no se encuentra un fin genuino y productivo para la difusión de contenido.

“La naturaleza fundamentalmente interactiva de algunas tecnologías relacionadas con el vídeo producirán las normas sociales dominantes del hemisferio derecho durante el próximo siglo”, (McLuhan & Powers, 1995, p.90). El control social, ejercido a las grandes masas de la Aldea Global, cobra sentido respecto a la publicidad comercial, en el sentido que las grandes empresas mantendrán las tendencias consumistas en el mismo nivel.

En resumen, la globalización en la comunicación como proceso lineal, comprende a las redes sociales como medios para interactuar con usuarios de todo el mundo, las radios y televisión en línea, conexión a Internet por medio de una “Smart TV”, dispositivo móvil como herramienta personal y difusión de contenidos diversos, con diferentes enfoques sobre un mismo tema, forman parte de la evolución tecnológica e incremento del efecto globalizador, además de confirmar la profecía de Aldea Global propuesta por McLuhan, lo cual, se sintetiza en el siguiente mapa:

Mapa 3: Globalización de las comunicaciones

(Extensiones del ser humano virtual)



Fuente: elaboración propia.

9.4. Sociedad red: el resultado de las predicciones de McLuhan

“Sociedad red” es a “Aldea Global”, en común los puntos que las unen como términos análogos, es que ambas constituyen a dictaminar el espacio en el que convergen cientos de sociedades y diferentes culturas en un mismo espacio sin contacto físico, sino a través de una identidad virtual. “La extensión eléctrica de los procesos de la conciencia colectiva, al propiciar una conciencia sin paredes, lleguen a dejar obsoletos los muros de los idiomas. Los idiomas son expresiones tartamudas de los cinco sentidos en proporciones y longitudes de ondas variables”, (McLuhan & Powers, 1996, p.145).

La “Sociedad Red”, constituye una red interconectada de conciencias que interactúan si no entre ellas, con la red y su contenido diverso, además de las aplicaciones individuales que cumplen alguna función relacionada con las necesidades humanas, puesto que también cuentan como medios, como parte de la extensión de los sentidos. Contribuye a que el individuo tenga que tomar cierta responsabilidad sobre los otros, porque intrínsecamente debe participar en el colectivo, se está casi obligado al compromiso y participación, (Marshall McLuhan, 2009).

Los usuarios se identifican en nodos que representan su ubicación, el cual queda registrado en la memoria cibernética (Big Data), que guarda información que representa una “huella digital”, es decir, no importa si en algún momento se decide desaparecer del ciberespacio, esa huella queda ahí para siempre, a menos que ocurrirá un problema a nivel general. Además, significa una reestructuración del tejido social y cultural; también político y económico.

Sin embargo, es importante resaltar que las nuevas generaciones se enfrentan un fenómeno mayor de masificación. “El niño de hoy está creciendo absurdo, porque vive en dos mundos y ninguno de ellos le impulsa a crecer. Crecer; esta es la nueva tarea, y ella es total. La mera instrucción no basta”, (Marshall McLuhan, 1995, p.18). No se puede determinar un

tétrade respecto al futuro porque avanza tan rápido, que ni siquiera los que han utilizado las tecnologías desde sus inicios se han logrado adaptar a los cambios, incluso en el sentido psicológico.

Los medios tradicionales masivos han migrado hacia lo digital, como Prensa Libre que fue el primer medio impreso en crear su página web en 1996, no obstante, ha generado una crisis financiera y de creatividad, porque al globalizarse cada vez más el Internet, exige mucha más precisión y originalidad en el contenido. Ya no se cuenta con un grupo objetivo determinado, al menos en la web, todo se unifica; no se ha resuelto esa cuestión, ya que es imposible reducir o coordinar a miles de medios de comunicación alrededor del mundo que cuentan con una página de Facebook, Twitter e Instagram, además de una web; a la que cualquiera puede tener acceso, aunque todas presentan un enfoque distinto.

Las características de la “Sociedad Red” o “Aldea Global” recaen en la simple situación que cada vez el Internet reúne a muchas más sociedades y culturas, con diferentes códigos comunicacionales, de vestimenta, cualidades que las marcan como un grupo definido y al centralizarse junto con demás países en el ciberespacio deben conformar una sola cultura y puntos en común para su convivencia. No se puede dictaminar así una línea ideológica determinada a gran escala, por el momento solo concuerdan en que coexisten en un espacio cibernético y traslada sus conciencias a un nodo que los identifica.

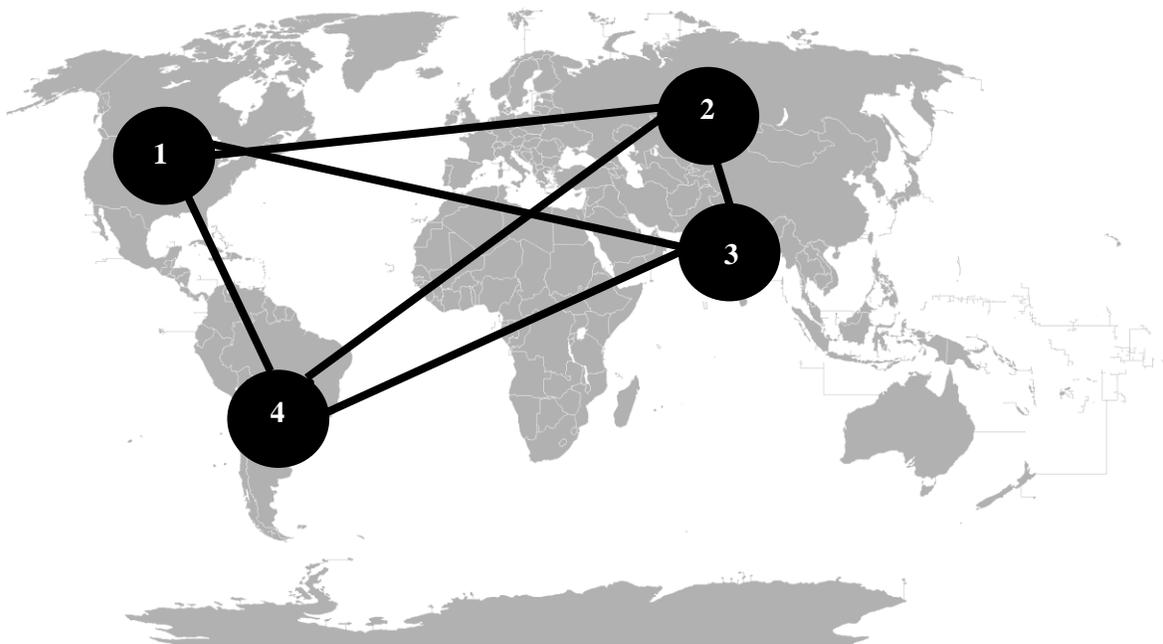
Otro punto importante que resalta McLuhan respecto a la “Sociedad Red” es que, “nuestras sociedades altamente alfabetizadas se quedan perplejas al encontrarse con las nuevas estructuras de opinión y sentimiento que resultan de la información global e instantánea”, (McLuhan & Powers, 1996, p.346).

El exceso de información provoca confusión, pero como el hemisferio derecho es el predominante, se crean patrones a partir de cualidades y nociones subjetivas y personales para razonar la información, son altamente emotivas; el cerebro humano aún no está en condiciones aún de computar a gran velocidad datos sucesivos, este solo resguarda lo que

considera importante según su registro a lo largo de su vida, principalmente, para la supervivencia.

Se concluye que, la centralización que propone la red interconectada seguirá avanzando y no se sabe con seguridad si el ser humano será capaz de acoplarse a los medios, que incluso ahora no tiene bajo su control, lo han superado ya hace mucho tiempo, sus propias expectativas y cumplimiento de necesidades sobrepasan los límites de sus habilidades.

Mapa 4: Sociedad Red o Aldea Global



Fuente: elaboración propia.

A partir de nodos (usuarios) se interconectan al convivir en el ciberespacio, es decir, al tener una conexión a internet. Por lo que, juntos esos nodos conforman la “Sociedad Red” o “Aldea Global”.

Reflexiones finales

Las profecías formuladas por Marshall McLuhan hace casi 60 años respecto a las secuelas que tendrían los avances de los medios impuestos por el ser humano como extensiones de los sentidos o facultades, cobran vida a partir de la globalización del Internet en los años 90, aunque lo predijo desde el auge de la televisión y su impacto en el comportamiento humano en aspectos socioculturales, hasta su evolución a la convivencia en un mismo espacio sin requerir la presencia física, a esto le llama una renuncia a la identidad privada.

Los medios se van conformando desde que el hombre primitivo descubrió que podía utilizar objetos de su entorno a beneficio propio, y a partir de la “Revolución Neolítica” es que se van modificando para conformar sociedades, grupos de poder y sistemas económicos que se conocen hasta la actualidad. Sin embargo, es interesante cómo es que los medios siguen evolucionando rápidamente, más no el ser humano, este seguramente va a ser superado por sus propias creaciones.

La razón por la que los superan es que son creados a fin de contrarrestar el razonamiento y la actividad física humana, es decir, que buscan facilitar la vida. Se ha descrito que cada medio disminuye una habilidad motora, como el vehículo a las extremidades y actividad física, los buscadores web a las bibliotecas y técnicas de investigación análoga, las calculadoras a la aritmética, los libros digitales a los impresos, la computadora a las agendas y grabadoras de voz, correo, telegramas. Poco a poco a la actividad cerebral en su conjunto.

El ser humano, por efecto del avance tecnológico, terminará por dejar a un lado sus habilidades en comunicación interpersonal, aceptará que al proveer sus datos a la red renuncia a su privacidad, que se convierte en una figura pública, sin importar si son personas que conoce en la vida real, el fin del medio en el que crea su perfil virtual es hacer pública la vida de una persona. Además, con el paso del tiempo perderá contacto con el entorno natural, llevará sus relaciones de forma mecanizada o incluso ni tendrá, puesto que todo carece de bases sólidas con el avance imparable de la tecnología y por el hecho que estas están superando algunas habilidades del ser.

PARTE IV: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Capítulo 10

Presentación, análisis de resultados y tesis

Por tratarse de un estudio documental, los resultados y análisis que se presentan no forman parte de un estudio de campo. Son el resultado de la búsqueda bibliográfica y de la experiencia personal del sustentante en el tema de la comunicación virtual. De tal manera que, en este capítulo, se parte de la tesis que sustenta el autor sobre el hecho de que todos los ciudadanos están expuestos a convertirse en figuras públicas debido a la pérdida gradual de la privacidad por efecto de los múltiples dispositivos de comunicación con que se cuenta actualmente.

Se entrevistó a tres profesionales expertos en comunicación virtual: M.A. Jairo Rafael Alarcón Rodas, quien aporta al análisis filosófico de la concepción de la comunicación virtual; Dr. Edgar Barillas, provee desde el conocimiento histórico de la comunicación y su transición, y, Dr. Carlos Interiano, desde el marco puramente de la comunicación.

Asimismo, la tesis respondió a todos los objetivos planteados en el marco metodológico, los cuales se sustentan dentro del contenido capitular de la tesis, y se desglosan de la siguiente manera:

Evolución de las redes sociales, como antecedentes del estudio de la privacidad y las figuras públicas.

La historia no contada de las redes sociales, en cuanto a la reestructuración del tejido social y relaciones humanas, constituyendo una sociedad paralela a la real dentro del ciberespacio. Esto comienza a transcurrir a partir del año 1990 cuando el Internet se comercializa globalmente, y toma mucha más fuerza en 2004 cuando sucede el “boom” de las redes sociales virtuales conocidas principalmente: Facebook, Twitter e Instagram.

Bases para una “Epistemología de las redes sociales”, presentando los primeros intentos por buscarle un objeto de estudio, para poder explicar el fenómeno de la luz de la comunicología.

Teniendo como origen una iniciación al estudio de las redes sociales humanas, desde que el hombre primitivo se conformó en grupos, se convencionalizó el proceso de comunicación, la invención del lenguaje como herramienta de control de comportamiento y mantener orden a través de la cultura y puntos en común en cuanto a percepción y significación de la realidad. Hasta la consolidación de redes sociales virtuales, gracias a la comercialización del internet en los noventa, se busca definir el objeto de estudio desde la comunicología en el sentido de poder definir si se han impuesto con fines sociales o de comunicación, dando lugar a una serie de reflexiones para poder estar preparados ante un choque entre la inteligencia artificial de las máquinas y el razonamiento humano.

De forma paralela transcurre también una “ontología de las redes sociales”, en cuanto al papel del ser humano dentro de las redes sociales como individuos expuestos al foco público a voluntad propia. Estas redes están constituidas como una extensión del ser, por una parte, material y otra inmaterial, el humano y la máquina como la parte inmaterial de la que es preso. La ontología de las redes sociales tiene como objeto estudiar al ser virtual dentro de esas plataformas virtuales de interacción social, dentro de otro mundo paralelo al real, donde se coexiste y desarrolla de diferente manera; la consciencia se manifiesta en ese mundo virtual.

Conceptos de masa, público y anónimo, que son sustituidos por el término altamente impuesto.

El internet ha provocado un fenómeno de homogenización, es decir, reúne a millones dentro de un solo espacio, constituyendo una masa globalizada dentro de la web que es un espacio virtual público, en donde los datos que cada usuario provee quedan resguardados y

se analizan para obtener perfiles especializados de manera mucho más amplia gracias a la Big Data. Ahora bien, el usuario construye, a su vez, una identidad paralela a la real, una virtual, en donde al encontrarse dentro de un determinado espacio-tiempo y contexto sociocultural, puede interactuar de manera que los demás usuarios no lo vean físicamente, eso le dota de valor moral y anonimato que permite que este emita opiniones de cualquier tipo sin importar el contexto de los demás; reina el individualismo.

Principios y fundamentos de las relaciones sociales en la era de la social media.

Las relaciones humanas con sus elementos comunicacionales que la constituyen como tal, cambia a partir de que existen dispositivos móviles y máquinas que intervienen en la comunicación. Esta teoría se fundamenta con el sociólogo, Zygmunt Bauman, quien afirma que quien posee estos aparatos es porque está en movimiento, y en lugar de relaciones, se conforman “conexiones”, puesto que la interacción entre cada nodo depende de que se mantenga en línea, y así, se maquille cualquier complejo de inseguridad y soledad; esas conexiones son efímeras, vienen y van, y se puede desligar con mayor facilidad.

Propuestas de Eco que las redes sociales han venido a empeorar la comunicación de masas, en lugar de servir como un nuevo canal de comunicación.

Los aportes de Umberto Eco que sustentan de manera específica este objetivo son: “La máquina del fango” y “el ejército de idiotas”, ambas postulaciones recaen en aspectos como: primero, que el anonimato que provee el contar con una identidad virtual provee de valor y seguridad a las personas, lo cual incide en que este pueda emitir opiniones sobre cualquier tema, aunque no sea experto, validando cualquier ideal, aunque sea falaz. Segundo, las redes sociales como las protagonistas de los engranajes que hacen funcionar la “Máquina del fango”, la cual genera información basada en la posverdad y vigilancia extrema con base en descalificación, noticias falsas, datos de usuarios y de consumo que son filtradas por las redes y la Big Data; exponiendo lo peor del ser humano.

Estudios de Roland Barthes como la base desde la cual se construye la imagen de figura pública.

La imagen en la era posmoderna virtual ha tenido un cambio significativo en cuanto a su percepción y esencia dentro de su entorno. Barthes en “Cámara lúcida” y “Mitologías” desglosa de manera magistral lo que es la imagen, no solo desde la fotografía, sino como se proyectan los demás dentro de una realidad mitológica, en el sentido de convencionalizada, en la que se naturalizan conceptos para que todos los interpreten de forma similar como parte del orden social. Además, los elementos semióticos que componen la imagen, la denotación y connotación, la parte emocional y acústica; mezclados esas imágenes tienen un significado dentro de un contexto social.

Ahora bien, la imagen de figura pública en la virtualidad ha consumido a la privada, en cuanto a que el ser mismo desea posar prolongadamente hacia el objetivo que es su perfil virtual personal para ser visto, para ser aceptado dentro del espacio social virtual. Este, ha separado la concepción que propone Barthes sobre la imagen, en cuanto a su significado real, ahora toma un sentido en su versión virtual, ahora tomar una fotografía no resulta costoso, ni difícil de conseguir; se pueden tomar 500 con un móvil y guardarlas en la nube o perduran dentro de un perfil, cualquiera puede verlas y tomarlas como propias, son gratuitas y sin restricciones.

Las fotografías públicas ya no son solo propias de celebridades, deportistas, políticos, quienes eran plasmados en los periódicos y revistas impresas, y televisión; ahora desde un perfil público se puede exponer la imagen de cualquiera, en tanto, todos son figuras públicas.

Estudios de Marshall McLuhan sobre la construcción de un canal único de comunicación del mundo, y entender sus luces y sombras.

De los aportes principales de McLuhan, se reduce principalmente a un eje principal que sustenta el estudio de las figuras públicas, y es que el ser humano dentro de la red representa un nodo que se interconecta con millones en tiempo real y se conforma una: “Aldea global”, en donde esa interacción entre usuarios constituye, a su vez, una cibercultura, no existen las barreras internacionales. Esa concepción se generó en los años cincuenta y en la posmodernidad, ante el surgimiento del internet en los noventa y las redes sociales en 2004 se vuelve una realidad. Dentro de ese contexto, también se menciona la importancia del concepto “el medio es el mensaje”, el cual afirma que todos los medios que utiliza el hombre para su desarrollo resultan en extensiones de él mismo, e incluso podrían llegar superarlo.

Es importante agregar, que la tesis per se, es un aporte académico que genera conocimiento acerca de lo que depara para la humanidad en cuanto a un proceso total de virtualización. Esta constituye también, un aporte significativo para el mundo estudiantil y profesional en relación con la temática, por tal razón, la tesis se posiciona como la base para la elaboración de un libro como aporte en la sociedad sobre “Figuras públicas en la social media” por el autor de la tesis.

Ahora bien, retomando la parte esencial de la tesis, en el transcurso del capítulo se hará un análisis de los conceptos básicos, tales como: figura privada y pública, el problema social y humano de pérdida de la privacidad y los diferentes enfoques generados a partir de la social media. Se analizarán algunos casos paradigmáticos.

10.1. Figura pública versus figura privada

A continuación, se hará un análisis sobre los conceptos de figura privada y pública, los cuales son claves para el abordaje de este tema, y que constituye uno de los ejes centrales de esta investigación:

10.1.1. Figura privada

En el marco de la privacidad, surge la protección de los eventos y deseos íntimos del ser humano desde que este tomó conciencia sobre lo que le pertenece, cuando se volvió sedentario y se estableció en tierras fértiles que le ayudarían a sobrevivir, la constitución de la familia y grupos de convivencia, desde este punto se comienza a perfeccionar la protección de lo privado a partir del establecimiento de la propiedad privada, la cual cobra sentido y se regula socialmente desde la Revolución Industrial.

Surge de lo anterior, el derecho privado como una forma de regular no solo desde la posición individual sino colectiva, y, además, como una herramienta de preservación de poder desde el ámbito político. Desde la comunicación con la protección de derechos de autor, y las políticas de privacidad, uso de cookies que surgen como normativos jurídicos respecto a privacidad y uso de datos en línea. De acuerdo con Helen Nissenbaum en “Privacidad amenazada”, quien plantea el fundamento del derecho de la privacidad en la dicotomía público/privado, y propone un análisis respecto a la información que se puede considerar como íntima y la que puede estar expuesta sin afectar al individuo.

Aunque Nissenbaum asevera que, “limitar el alcance del derecho legal a la privacidad a los aspectos personales o íntimos de la vida está determinado en gran medida por la convención social y cultural o el orden social prevalecientes”, (Nissenbaum, 2010, p.p.126 y 127) Esta cuestión recae en las convenciones sociales establecidas en la cultura, en lo institucionalizado, por tanto, los individuos definen o consideran como privadas las cosas que creen que deben ser así; lo que incide en la disyuntiva actual respecto a lo que se desee publicar o no.

El derecho en sí se ha establecido como una institución social que regula el comportamiento individual y el funcionamiento de las sociedades. La privacidad en la red se considera desde el punto de vista individual más que colectivo porque, incluso en las políticas de privacidad de las redes sociales principales: Facebook, Twitter e Instagram se

especifica que todos los datos que las aplicaciones utilizan se extraen de lo que el usuario provee, es decir, que cada una de las personas decide qué quiere hacer público sobre ella misma, qué datos de su vida dejan de ser privados.

Dado que el derecho a la privacidad impone a los demás obligaciones y restricciones, es importante que ese derecho sea circunscrito en forma no arbitraria. Este es, sin duda, un requisito importante para que el derecho a la privacidad pueda incorporarse a la política pública, la ley y la regulación de la tecnología, o usarse como guía para distinguir acciones y prácticas moral y políticamente problemáticas de otras aceptables o que merecen ser adoptadas, (Nissenbaum, 2010, p.83)

Pasa lo que Zygmunt Bauman resalta en “Vigilancia líquida”: “Sacrificamos nuestro derecho a la privacidad por propia voluntad”, refleja el cambio en tejido social que resulta del efecto de la virtualidad porque cambia la perspectiva de lo que es privado, con tan solo el hecho de que las redes sociales resultan en un conjunto de aplicaciones de interacción social propone que los usuarios expongan sus datos “personales” para que los demás puedan conocerlos. Incluso, entre los datos que Facebook expone en sus políticas de privacidad, está el analizar los contactos y mensajes de texto para relacionar a personas que probablemente se conozcan, se autorizan permisos para que la plataforma pueda obtener datos de los dispositivos que se utilizan para la conexión.

En el contexto individual, se considera también que, tomando en cuenta que las sociedades posmodernas son más emocionales que analíticas resulta en que por la necesidad de ser vistos, se llegue a ser capaz de publicar hasta lo más íntimo que consideren pertinente para atraer la atención del foco público. Nissenbaum considera que las “intimidades de la identidad individual”, tiene que ver intrínseca y principalmente a un derecho legal a la privacidad, en el sentido que representa cualquiera de las actividades que cada persona realice y sus deseos secretos en torno a la vida en general.

Además, también involucra a la delicadeza de la información, que se remite al deseo de las personas por compartir datos personales que consideren pertinentes de ser reconocidos para fomentar una mejor imagen. Se ha descrito con anterioridad que el individuo muestra una versión mejorada, o sea, la mejor versión de sí mismo en su identidad virtual con el fin de reconocer su “yo” ante los demás como único y diferente, lo cual es secuela también del fenómeno de la pérdida de privacidad.

No se remite el tema únicamente a temas que el ser ha determinado que debe considerarse como privado, sino también a la cuestión que se requiere de una validación individual y propia para ser transmitida a los demás y crear conscientemente una imagen pública con el único fin de ser reconocido como un ser distinto a los demás.

En ámbito privado de lo institucional, la imposición del internet como una plataforma de acceso universal, gratuito y simple da paso a una estrategia de los grupos de poder por obtener información respecto a las personas que acceden en tiempo real a ese espacio y este cuenta con una memoria que recopila una serie de datos que conforman un patrón de actividad con la que cualquiera que necesite esos datos, este pueda tener acceso y recrear un perfil para controlar no solo a masas como el método tradicional, sino desde la parte individual y es por eso que el derecho privado tiene sus bases en la particularidad.

Esta información individual que se tiene corresponde, según Nissenbaum a la considerada trivial pero que de todas maneras no es de la incumbencia de nadie más, por ejemplo, cada cuanto se lavan los dientes, cuánto pesa, dónde compra sus víveres; aunque incluso esos pequeños detalles mínimos personales, tienden cada vez más a ser expuestos, tal como jóvenes que publican sus hábitos de ejercicio y alimentación, se toman fotografías o videos mientras conducen, hábitos de higiene personal presentados como tutoriales, aunque puede ser en el fondo que no sean ciertos, sino parte de esa imagen ideal que se desea proyectar sobre sí mismos.

Bauman, en este sentido, afirma que la acepción moderna de la privacidad es, como manifestación, externalización y afirmación de una 'verdad interna', de la autenticidad del 'yo', el fundamento de la individualidad y de la privacidad individual. En la práctica, sin embargo, el surgimiento de la actual sociedad confesional constituye un asunto ambivalente; la privacidad invadió, conquistó y colonizó el ámbito público; pero a costa de perder su derecho al secreto, que es su característica definitoria y su privilegio más querido y ferozmente defendido, (Lyon, 2013, p.18).

Es decir, que la privacidad cada vez se encuentra mucho más en peligro de no ser más una especie de secreto, las únicas cosas que el ser quizás podría no exponer son actividades o situaciones que no sean de su entero interés, o que él crea que no le interesa a los demás. Sin embargo, cada vez se tiene la costumbre de mostrar muchos más detalles sobre sí mismos, tanto que la cuestión de la invasión de la privacidad no resulta en un problema grave o al menos real para todos.

La plataforma Twitter, ofrece una política de derechos de autor, puesto que ha nacido como predeterminada que cambió la elaboración de mensajes tradicional, porque propuso una estructura breve y clara para expresar pensamientos, en tanto, se propone protección específica en torno a los pensamientos y fotografías publicadas.

Por otro lado, en Facebook se concentra sobre todo en la imagen, información personal, reacciones, visitas a páginas o perfiles, compra y venta; es la plataforma que reúne mucha más información que se considera privada de las redes sociales principales. Asimismo, Instagram, la cual se rige bajo las normas de Facebook, aunque enfatiza sobre todo en imagen, configuración de hashtag; en resumen, todo tipo de datos que el usuario va a proveer voluntariamente, quedando en la incógnita sobre qué se hará con esa información.

En definitiva, en el ámbito jurídico, la virtualidad también cobra sentido definiendo una reestructuración en torno a lo privado, puesto que, no sólo cada individuo expone su información voluntariamente al aceptar los términos y condiciones de las políticas de privacidad que ofrecen las plataformas, también resulta un sujeto jurídico como único responsable del contenido e información que difunde, recayendo sobre él todas las obligaciones que surjan respecto a ello.

Las empresas de telecomunicaciones se desligan de toda obligación jurídica por la cuestión de que el usuario acepta sus condiciones de uso, lo que origina que las obligaciones sean sólo para los cibernautas, y que estos respondan a todas las responsabilidades civiles, penales y administrativas que se generen, (Ángeles, 2015, p 403).

Además, la transición del derecho privado tradicional y el masivo que se impone en la red con el fin de regular esa sociedad paralela, en el sentido que, prácticamente no se dispone de una regulación totalmente real respecto a las propiedades individuales que se pueden considerar como privadas, al menos dentro de ese ámbito.

En este contexto, Elisa Ángeles en su investigación "*Los conceptos jurídicos fundamentales en la era del internet*", resalta que en el ciberespacio la identidad del sujeto jurídico tiende a ser dispersa, porque este puede escudarse bajo el anonimato que provee la red, o bien, robar una identidad para poder realizar actos que perjudiciales sin que el propietario real sepa que esto ocurre. Incluso, ese robo de identidad corresponde a una violación de privacidad, un robo de propiedad, y a su vez, refleja lo propensa que resulta la información y contenido que se difunde en cualquier plataforma virtual.

Es decir, en el mundo virtual el derecho a la privacidad es prácticamente nula, no solo por el hecho que las obligaciones jurídicas son masivas y diversas, sino porque el individuo está expuesto a una extensa cantidad de información que limita su capacidad analítica.

En el espacio cibernético o virtual la relación jurídica secundaria se multiplica, esto debido a que si bien es cierto que existe una relación principal, la cual se origina de los sujetos del hecho o acto jurídico, también es cierto que el espacio virtual requiere de la celebración de la relación principal y el momento en el que se originan, por ejemplo: la relación entre el usuario y el proveedor de internet, entre los proveedores de internet y los de redes sociales, (Ángeles, 2015, p.402).

Además, las relaciones respecto al contenido de las páginas web, siguiendo en la línea jurídica, se establecen relaciones en torno al derecho privado como la relación entre cibernautas y propietarios de la propiedad industrial que ha sido vulnerada o entre los cibernautas, a quienes se les ha vulnerado sus derechos universales como son la privacidad, datos personales, dignidad, honor, imagen entre otros, en el espacio virtual.

Todo lo anterior depende intrínsecamente de las decisiones del usuario en torno a lo que considere como algo privado, las mismas tendencias actuales conducen a los usuarios a publicar sus pensamientos o actividades más íntimas con la intención de ser reconocidos, y estos no percibir que se violenta su privacidad. En este tema, también es importante la masificación que ha producido el avance del internet y redes sociales, “por lo que concluimos, el hecho jurídico tiene los mismos elementos en el espacio físico y en el virtual, el hecho es solo una representación producida por un sistema informático”, (Ángeles, 2015, p.404).

Las relaciones jurídicas en el ciberespacio no solo son complejas, tendenciosas y masivas, también son efímeras como efecto de la “Sociedad líquida” que expone el sociólogo, Zygmunt Bauman, responde a la inconsistencia en las bases que definen el funcionamiento y costumbres de las sociedades modernas porque carecen de cotidianidad, de trascendencia, por lo tanto, los mecanismos de control también sufren este fenómeno en el que todo es efímero.

Además, no solo sucede porque las condiciones cambien, sino porque los sujetos son la mayor parte del tiempo anónimos, así como cuando se denuncia una página que puede que contenga ataques y fotografías de una persona, aunque se denuncie, Facebook considera limitadas características para proseguir a eliminar esa página.

Bauman plantea el anonimato como el producto de la multiplicación de los medios sociales, de las cámaras de video de los móviles baratos, de los servidores gratis para almacenar fotos y vídeos, y quizá lo más importante, de un cambio de lo que la gente considera que debe ser público o lo que debe ser privado, (Lyon, 2013, p.31).

El planteamiento resulta reflejo de las relaciones jurídicas en torno a las obligaciones del usuario en línea y el desligamiento de las plataformas a partir de que el primero acepta sus condiciones de uso, y, por tanto se renuncia a que la información que éste provea a la página, incluyendo sus actividades que antes consideraba más íntimas.

Es importante entender el fenómeno de la “licuefacción” que define Bauman al estado constante de cambios, de transformación incesante, resulta como base para comprender lo importante que resulta para el futuro de la comunicación social. Es parte también para comprender la complejidad de los fenómenos sociales que surgen de ese cambio, tomando otro ejemplo, las contrataciones en línea, las bancas electrónicas, tarjetas de crédito virtuales, espacios corporativos laborales como LinkedIn; infinidad de plataformas que resguardan datos que consideraban privados, o al menos expuestos de forma limitada.

Aunque los mecanismos análogos también recopilan datos, no llegan a la efectividad que provee la enorme base de datos cibernética, la cual supera en alcance global, no obstante, la facilidad que ofrece la virtualidad orienta a las personas a que arriesgan, pero obtienen algo a cambio y es la facilidad de entrar en un mundo en que pueden realizar todo tipo de actividades o trámites desde la comodidad de sus hogares, sin tener que asistir personalmente.

Por ejemplo, las contrataciones en línea, las entrevistas se realizan por una videollamada en Skype, o bien, WhatsApp; cualquier aplicación de mensajería electrónica en tiempo real, de ser aceptado, el contrato se envía de forma electrónica para firmarlo de forma también electrónica con aplicaciones creadas para este fin.

Los efectos de la liquidez conllevarán a los medios sociales a transformarse constantemente y la información fluir con rapidez, por lo tanto, a la opinión pública a un abismo de constante cambio y aunque la Big Data provea de datos de los usuarios con facilidad a los grupos de dominio, resultará mucho más difícil determinar exactamente las decisiones que las masas puedan tomar, puesto que cada individuo que la conforma carece de una identidad definida.

El derecho a la privacidad considerada como una necesidad humana, un derecho natural del ser humano para preservar su información y actividades de su núcleo familiar o respecto a él mismo, dentro de lo que no compete a externos; es en palabras simples, el derecho que

tiene cada persona para determinar la información que proveerá para un número indeterminado de personas, o sea, recae sobre la decisión de cada uno a revelar sus datos.

El reconocimiento jurídico de la privacidad como derecho fundamental y su inclusión entre los bienes jurídicos tutelados, logra garantizar al individuo un poder jurídico sobre la información personal inherente a él. Es decir, que sea susceptible de captación por particulares, entes públicos y privados, sin embargo, esta garantía encuentra como límites los restantes derechos y libertades fundamentales, y bienes jurídicos constitucionales protegidos; así como las protecciones a la seguridad nacional y orden público. (Chavarría, 2014, p.29).

Lo importante de la referencia es que, no solo importa la sensibilidad de los datos que las personas proveen a través de los medios sociales virtuales, sino del uso que otros hagan de ellos, y que los proveedores puedan tener una base legal en la cual respaldarse para poder controlar su información y evitar daños personales. Sin embargo, este derecho no se regula dentro del ciberespacio, y no porque sea una tarea difícil, más bien, es porque se requiere de una identificación exacta de las personas que filtran los datos, empresas, entre otros factores que puede conducir al mal uso de la información proporcionada.

(Chavarría, 2014) asevera que una normativa para regular el uso de información privada que proteja el derecho de la privacidad o intimidad surte efecto en que se ha determinado debido a los nuevos aparatos que produce la moderna tecnología, estos hacen temer la vigencia práctica de este valor jurídico, a tal punto que en opinión del Secretario General de las Naciones Unidas provocan un vacío jurídico porque las salvaguardias jurídicas que se realizan en temporadas en la que esos dispositivos no existían, tal vez ni siquiera lo tomen en cuenta.

Además, resalta que, “siendo Guatemala un país que se ha integrado a los avances tecnológicos, en el campo del tratamiento del derecho a la privacidad se encuentra rezagado en comparación con los demás países, especialmente los del continente americano”, (Chavarria, 2014, p.78). En el Guatemala tan solo se regula la privacidad en torno a temas puntuales y análogos que nada tienen que ver con el mundo virtual, es legislación inoperante por la falta de especificidad.

En Guatemala, además de que no existe ningún normativo que regule la protección de la privacidad, al menos existe el Artículo 23 de la Constitución que regula la “inviolabilidad de la vivienda”, también el Artículo 24 “inviolabilidad de correspondencia, documentos y libros”. Ambos tienen bases en nociones que aún se tienen de la vida privada como el hogar, en donde nadie más que los propietarios y las personas allegadas pueden entrar; el segundo respecto a documentos que no pueden ser revisados por cualquiera: “se garantiza el secreto de la correspondencia y de las comunicaciones telefónicas, radiofónicas, cablegráficas y otros productos de la tecnología moderna”, (Constitución Política de la República de Guatemala, 1993, p.5).

No obstante, aún no existe un normativo universal que regule la violación de privacidad en línea, puesto que se debe considerar al ciberespacio, cibernación y cultura tal como una “Aldea Global” (McLuhan) o “Sociedad Red” (Castells), se conforma una nueva organización social globalizada y reúne todas las sociedades del mundo en un mismo espacio, por tanto, promover la legalidad virtual no estaría de más. Después de todo, la ley ha sido creada para el control de masas, organización política y económica, y la concentración del poder mundial. Jürgen Habermas, es quien define el asunto de manera adecuada al contexto en *“Historia y crítica de la opinión pública”*: “El derecho privado garantizaría a los capitalistas un poder de dirección públicamente dirigido”, (Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, 1994).

Habermas, plantea a grandes rasgos que las sociedades han sido conformadas como una simple organización que facilitara el control, y estos mecanismos nada más van cambiando conforme evolucionan los medios que ha inventado el ser humano para subsistir. El razonamiento está fundamentado bajo su “Teoría de la acción comunicativa”, la cual postula que los procesos argumentativos de dar razones mediante el lenguaje no son ajenos a los procedimientos democráticos de seguir y aceptar normas y reglas, (Habermas, 1992).

Entonces, con lo anterior se reafirma la idea de que todo lo existe, toda la interacción humana colectiva surge de un proceso de institucionalización, a través de la cultura,

procesos cerebrales de imitación, miedo a estar solos; en una sinergia se crea un proceso en el que la privacidad se fusiona con la escena pública en todos sus diversos aspectos. Todo, teniendo como base estructuras universales de comunicación y el lenguaje para constituir todos los conceptos que guían hacia acciones determinadas, las cuales, por supuesto, surten efecto en colectividad.

Si se considera lo anterior, se puede contrastar con la intencionalidad de crear normas, o al menos una que proteja los datos que se provean en las plataformas virtuales, y que, al ser violentadas, se pueda proseguir con una denuncia formal y con valor jurídico para nivelar el descontrol y posible desaparición total de la privacidad.

(Acabal, 2017), propone como análisis primordial para la propuesta de una norma universal de control de datos virtuales, los programas informáticos “cookies”, los principales “Bots” que se encargan de extraer la información básica del usuario que ha accedido a cualquier página, en resumen, vendrían a ser una especie de espías que trasladan los datos a la Big Data o van directamente a la base datos principal de la página para que, por ejemplo, empresas puedan obtener datos para generar contenido de interés.

Acabal, citando al doctor Omar Barrios en su folleto de autoformación “*Introducción de las nuevas tecnologías en el derecho*”, menciona la garantía jurídica “Habeas data”, quien señala que la es la garantía que tienen todas las personas en relación con su privacidad e individualidad, aplicable al registro documental, y material público que este provee. Sin embargo, para protección de datos que las personas proveen en línea, información que no queda registrada formalmente dentro del sistema, no dicha garantía, (Acabal, 2017, p.11).

Es decir, que al solo ser una garantía no significa que la información no se conozca por terceros, más bien, se trata de la manipulación adecuada de datos personales. “Esto permite impedir los abusos y corregir los errores involuntarios en la administración y publicación de estos”, (Acabal, 2017, p.12). Sin embargo, este antecedente solo sirve como base de las pocas acciones que se toman respecto al manejo de datos personales considerados privados.

Un dato más actual que se podría considerar como un modelo inicial para un normativo universal, es el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), creado por la Unión Europea (UE) con el fin de proteger los datos que provean usuarios para que empresas que estén a la UE no los puedan utilizar de manera erróneos. El RGPD, entró en vigor el 25 de mayo de 2018, y por el incumplimiento se pueden llegar a imponer multas, hasta por 20 millones de euros, (Europea, 2018).

Más que rellenar el vacío normativo respecto a la protección de datos, no solo en Guatemala, sino a nivel mundial como parte de una imposición jurídica dentro del ciberespacio, es la cuestión que, si las personas han decidido gracias a las tendencias y el discurso persuasivo que transmiten las empresas a una sociedad individualista que vive en una posverdad; resulta complicado sacarla de esa especie de sueño que los ha mantenido adictos a las facilidades de la virtualidad.

10.1.2. Figura pública

En el contexto de la esfera pública en su amplia descripción, esta se ve involucrada y casi fusionada a la esfera privada, sobre todo, desde la implementación del internet comercial, público y gratuito y el boom de las redes sociales en 2004. Además, es importante la cuestión de la comercialización de la información, en esta era esta vende mucho más que antes con los medios análogos, el internet ha evolucionado todo, por lo que se considera una Revolución Digital porque reestructura el tejido social en todos los ámbitos.

Aunque, para proveer datos históricos, desde la existencia de los medios análogos globalizadores como la televisión, surgen las figuras públicas en sí como personajes reconocidos por todo el mundo, y sus vidas quedan expuestas al ojo público sin más, es decir, ellas pasar por el filtro de los medios, renuncian a su vida privada y son vigilados constantemente. Esas personas, resultan interesantes porque los medios transmiten información que resulta del análisis social de lo que a esas mayorías les interesa, y, sobre todo, se respalda en el morbo por percibir que se expone la vida privada de una persona.

Por otra parte, que a través de la historia la esfera pública, es decir, que engloba la vida social del ser humano y del proceso de institucionalización que lo social ha traído consigo se ha fusionado cada vez más a la esfera privada cada vez más. Esto, sobre todo, desde la imposición de los medios de comunicación social como la prensa, la publicidad, radio; de forma que, hasta la implementación como red virtual global, la frontera entre lo público y lo privado es cada vez más borrosa.

Las intervenciones del Estado en la esfera privada permiten apreciar que las amplias masas -aceptadas ahora para la gestión política- traducen los antagonismos económicos a conflictos políticos: a veces se realizan las intervenciones en contra de los intereses de los económicamente más débiles, a veces en su defensa. Por lo general, puede decirse que las intervenciones estatales, aun si están enfrentadas a intereses “dominantes”, actúan en provecho del mantenimiento del equilibrio del sistema, equilibrio que no puede ser garantizado en el plano del mercado libre, (Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, 1994, p.176).

Es decir, que, durante la Edad Media, cuando los señores feudales eran quienes tenían control absoluto sobre los espacios públicos, sobre la esfera pública; tuvo inicio esa desaparición de los límites entre lo público y privado. Desde ese punto el control de los grupos dominantes que forman parte de esa esfera pública ha invadido casi por completo, el señor que detentaba el poder lo “representaba” públicamente (en el sentido escénico de “representar”) al ser considerado como encarnación de un poder supremo.

Por tanto, (Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, 1994) definía la “publicidad representativa” a este tipo de práctica porque en ella reúne aspectos de la persona que ejerce dominio como: insignias, hábitos, gestos y aún la retórica misma de la alta Edad Media; lo clasifica como la construcción del “espacio público” burgués.

Surge una cuestión en relación al interés de los seres humanos por lo que le sucede al otro, y no solo es empatía, sino que puede ser la ausencia total de ella, porque al final de cuentas el fin último del ser es sobrevivir y al ver en decadencia o en cualquier situación a otro ser, provoca en él una especie de reacción en la que se ve a sí mismo en las condiciones, en jactarse de que está bien o en imitar acciones del otro. Tal cual lo describe Sigmund Freud

en “Psicología de las masas y análisis del yo”, “si los individuos que forman parte de una multitud se hallan fundidos en una unidad, tiene que existir algo que les enlace unos a otros, y este algo podría muy bien ser aquello que caracteriza a la masa”, (Freud, 2013, p.10).

Ese enlace que se plantea, son las características culturales e instintivas en común que conducen al ser a preocuparse de lo que hace el otro, también cobra sentido, en la cuestión de las neuronas espejo; en el sentido que, estas influyen directamente en la empatía y entendimiento de los demás, Marco Iacoboni en su libro “Las neuronas espejo” asevera que estas neuronas juegan un papel importante en los procesos comunicacionales porque no solo permiten la imitación, sino la comprensión de los demás en un proceso mental que involucra la percepción y el movimiento.

Estas se activan al percibir un movimiento que, aunque no sea idéntico, al ser realizado logra una respuesta similar. Resultan del significado que tienen para el ser humano que ve lo que otro hace, de forma que se identifica, se remarca por un código cultural condicionado, (Iacoboni, 2009, p. 35, 36 y 37).

Es por esa razón biológica que el ser humano por naturaleza imita a los demás, y esto repercute en la organización social y la evolución de los mecanismos de control. En la red este fenómeno se vuelve mucho más fácil de absorber por el alcance que tiene el ciberespacio al interconectar a millones de conciencias en tiempo real.

De esta cuenta, surge que las facilidades de la tecnología, sobre todo, del internet y redes sociales han conducido a las masas a tomar la decisión final de hacer públicos los datos que en la era análoga consideraban íntimos, personales o privados; se ha roto el límite, se ha tornado en una moda o tendencia el revelar todo lo que se realiza en la cotidianidad, en publicar datos personales en páginas para no tener que asistir presencialmente a algún lugar.

Ahora ya no es por alguna hazaña que las personas desean darse a conocer, y pararse bajo el reflector público, lo hacen por voluntad propia. Se podría asegurar, sin ninguna duda que la privacidad ya no resulta un tema predominante para el ser humano, al menos no dentro de la “Sociedad red”, cada usuario muestra la mejor versión de sí mismo para ser aceptado socialmente.

La virtualidad provoca una apertura a las decisiones de cada ser humano para que este encuentre una escapatoria a la monotonía de tener una carrera, o cualquier logro impuesto como algo ética y moralmente bueno para ser visto y reconocido, se puede ahora fabricar una vida tal cual los demás envidiaría y se reconocería la persona ante ella y los demás como alguien de éxito. El efecto psicológico de ser público y ya no tener siquiera una mínima parte de vida privada es la cuestión del reconocimiento del “yo” como un ser único y su relación con los otros, sin embargo, el individuo perdura respecto a la existencia de los demás.

Es decir, como se planteó anteriormente en referencia a la “Sociedad red”, lo virtual ha destacado la individualidad sobre lo colectivo, se conforma una sociedad mucho más concentrada y amplia, pero cada ser quiere resaltar y que se tome su opinión como única, como la que desata que los demás imiten sus acciones, ser diferente al resto. Bauman resalta que en la dicotomía del individualismo y el ser social, el dividir la vida entre dos mundos: online y offline, conectado y desconectado; resulta fácil en cuanto a enfrentar los verdaderos problemas de la vida como hacer amigos, interactuar con otros seres que también forman parte de esa red.

Esa situación, prácticamente elimina los problemas de la vida real a los que se ha venido enfrentando el ser a través del tiempo, antes de estar expuesto al ciberespacio y convivir en esa sociedad globalizada, el ser ya no siente su soledad; no la canaliza porque este tiene cientos de contactos (amigos) con los que puede comunicarse todo el tiempo, y si le aburren o le deja de interesar, simplemente corta esa comunicación eliminándolos de sus amigos en las redes sociales y bloqueando su contenido del perfil virtual.

Ocurre lo contrario en la vida real, en esta la gente cercana estará siempre abierta a entablar un diálogo o a reconocerse por quiénes son y se les atribuye una identidad dentro de la realidad de cada uno de ellos, es decir, siempre será el vecino, el vendedor de la tienda, el de seguridad, una amiga de la cuadra; se otorgará siempre una identificación, aunque siempre será una diversidad de personas extrañas, transeúntes, quienes no serán reconocidas fácilmente sin entablar una relación interpersonal directa, en persona.

Y estas relaciones no resultan nada fáciles, en cuestión que se debe enfrentar el hecho de que las personas son diferentes, que cuando se inicia un diálogo nunca se sabe cómo va a terminar. Tal vez, en lugar de demostrar que se es sabio y todos los demás son estúpidos, se termine por demostrar que otros son sabios y el individuo que señala es el estúpido. Bauman asegura que una persona entre más independiente sea, es menos capaz de poder detener su independencia y reemplazarla por una interdependencia.

El deseo del ser humano en la era de la virtualidad de ser visto, de ser reconocido como un ser único surge de la interacción continua y su efecto en la definición del “yo”, porque puede reemplazar continuamente esa interacción que ni siquiera es cercana o personal. Lo virtual permite que las personas estén solas en un determinado espacio y tiempo, y, a su vez, puedan establecer relaciones que remedian esa soledad o que simplemente funcionan como una especie de placebo, una ilusión momentánea.

La liquidez se caracteriza quizá por ese rasgo, ese cambio constante es el producto de que la interdependencia que han provocado las redes sociales en cuanto a las relaciones interpersonales ha provocado que los problemas a los que se enfrentaba el ser como individuo se ve resuelto en pequeños momentos lúdicos, como escapatorias, distractores.

Todas las facilidades que ofrece la tecnología han servido como un medio que distrae de enfrentar situaciones personalmente, introduce en una fantasía entre estar solo y a la vez poder romper con esa intimidad. El tema del individualismo, del “yo”, y la soledad humana

es intrínseca en el análisis del porqué repentinamente se quieren exponer la información que se consideraba privada, y al hacerlo se convierte en una figura pública.

Las personas “comunes”, o más bien, las mayorías que tienen acceso a internet, a partir del auge de las redes sociales en 2004, tienen la posibilidad de ser públicas por la simple cuestión que estas plataformas ofrecen un espacio para exponer sus datos personales, su vida cotidiana y ser vistas por millones de personas externas con las que, de no existir la red, jamás hubieran podido tener contacto.

Por ejemplo, un usuario publica: “acabo de tener un accidente y estoy en x ubicación” (puede que la comparta o no), pero la expone y automáticamente esta forma parte de la información pública que se resguarda y si este usuario tiene configurado su perfil para que las publicaciones sean públicas, cualquiera podrá verlo y saber en dónde está, además de que sepan quién es.

Puede ser que cada persona decida el nivel de exposición que desea en las redes, pero nunca logra escapar del reflector, puede ser expuesta de cualquier forma. Incluso el caso de las madres jóvenes, expuestas en “realitys” que promueven sus vidas íntimas, aunque resulte en una farsa, pero estos programas han tenido un impacto importante desde los inicios de la televisión en los públicos; todo porque presentan la intimidad de personas en situaciones similares a la vida real. De la misma forma ocurre con los actuales “YouTubers” o “Videobloggers”, quienes exponen sus vidas para que el público se sienta identificado con ellos.

En este contexto, también entra la cuestión de las neuronas espejo, de la imitación; es en resumen la razón por la que tienen tanto éxito. La información globalizada dota al ser de entrar en un espacio en el que cree que puede generar algo distinto, “las redes son el elemento fundamental del que están y estarán hechas las nuevas organizaciones, y son capaces de formarse y expandirse por todas las calles principales y los callejones traseros

de la economía global porque se basan en el poder de la información, proporcionado por el nuevo paradigma”, (Castells, 2005, p. 231).

Ese nuevo paradigma, tiene sus bases en el antiguo que ha sido impuesto por el sistema capitalista, de consumismo. Se ha mecanizado a las masas a creer que necesitan marcar su diferencia ante el resto con posesiones materiales y estatus financiero, profesional, moral; el sistema que hasta hoy perdura y resulta como el más efectivo.

Sin duda, la estética personal y la relación con el cuerpo también están relacionadas con la cultura del individualismo y el narcisismo, pero el planteamiento higienista de nuestras sociedades le da un decisivo giro instrumental (de hecho, suele vincularse con el rechazo a la conversión del cuerpo de la mujer en un objeto, (Castells, 2005, p. 526).

Es esa cuestión la que se relaciona con la dicotomía entre el individualismo y el ser social, se pierde la interacción humana real por la virtual porque esta última permite en primer lugar mostrar la mejor versión de cada ser, segundo la interacción no personal y la recompensa ilusoria a los problemas de la vida real, además de reemplazar fácilmente cualquier tipo de relación.

La interconexión también incentiva el individualismo, porque los contenidos expuestos en el dispositivo de cada uno presentan información que está “supuestamente” interpuesta selectivamente a cada uno por los datos que quedan resguardados en la memoria virtual. “La ‘sociedad’ se ve y se trata como una ‘red’, en vez de como una ‘estructura’ (menos aún como una ‘totalidad’ sólida): se percibe y se trata como una matriz de conexiones y desconexiones aleatorias y de un número esencialmente infinito de permutaciones posibles”, (Bauman Z., 2007, p.7).

El establecer a la sociedad como una “red” supone que cada nodo es un usuario y que juntos se interconectan, pero no corresponden a lo mismo y que no provocan cambios juntos, sino que cada uno tiene su propia actividad. Gilles Lipovetsky plantea la cuestión del individualismo producto de la virtualidad en “Los tiempos hipermodernos”, donde

menciona que la posmodernidad es en donde se centraliza porque se encuentra una generación que nace con la tecnología y la disfruta en todo su esplendor.

Con la difusión de la lógica de la moda en todo el cuerpo social entramos en la era posmoderna, un momento muy concreto que asiste a la ampliación de la esfera de la autonomía individual, a la multiplicación de las diferencias individuales, a la destrascendentalización de los principios reguladores sociales y a la disolución de la unidad de los modos de vida y de las opiniones, (Charles, 2006, p.20).

Y en la cuestión de la autonomía, Bauman aclara que los miedos y problemas que se enfrentaban antes de la tecnología difieren de los actuales porque solo se rebelan en último análisis los problemas privados individuales y bastante íntimos, hace una referencia al salto de lo análogo hacia lo digital, partiendo desde el *Ágora* como primer punto de reunión para que las masas interactuaran con los “talk show” de televisión, entrevistas y realitys en los que personas comparten sus más íntimas experiencias.

Supone que en el comienzo de la “Revolución Digital” parte desde esas revelaciones y se posicionan como si en el *Ágora* repentinamente las personas comenzaran, una por una, a confesar sus más íntimos secretos, deseos o situaciones; cosas que en lo análogo resultaban la personificación de la privacidad. Desde lo individual se comenzó con la naturalización de exponer situaciones del ser humano que se consideraban como privadas, de las que solo él mismo tenía conocimiento o consciencia, ese proceso puede respaldarse también en el mito que plantea Barthes, desde el punto de vista que se constituye un campo de significación entorno a ese proceso de normalizar.

El mito se caracteriza a grandes rasgos por configurar a partir de ideologías una verdad indiscutible, se le asigna como natural un significado a elementos o situaciones de la realidad, es: la ideología de la cultura de masas moderna, Barthes propone al mito como un lenguaje. Entonces, se puede deducir a partir de esta concepción que exponer lo más íntimo al público es una tendencia digna de ser imitada y que no incurre en nada grave para el ser.

Y, aunque todo recae en la cuestión de sentirse solo, de lidiar con la propia conciencia, “sentirse abandonados son los grandes temores de estos tiempos de individualización”, (Bauman Z., 2016). Menciona que Zuckerberg, sin importar que fuera el inventor real o plagiado de la red social Facebook, se dio cuenta que la peor pesadilla de los seres humanos es sentirse solos, de perder contacto con la vida que los rodea, de mantener contacto con las personas, cualquiera que sea; mantiene abierta la comunicación en cualquier momento.

Mientras Twitter satisface el anhelo de estar en la escena pública, puesto que se puede tan solo presionar un botón y en 180 caracteres escribir pensamientos, mensajes diversos, opiniones que están disponibles para todo el mundo, están actuando en la esfera pública. Quizá esta sea la aplicación que más se aproxima a la concepción de Umberto Eco respecto a la “legión de idiotas”, porque más que contenido multimedia, se publica lo que cada usuario piensa respecto a cualquier tema y este cree que tiene la razón o espera a que esta sea validada.

Las personas esperan que esos mensajes que emiten sean considerados por lo demás como referencia a sus propias opiniones, es como ha funcionado la mecánica de la moda desde tiempos remotos, quien logra simpatizar a muchísimas personas, comienza a llevar una vida expuesta al público; ahora esta tendencia no es solo para deportistas, cantantes, pintores, artistas con un gran talento o personas que buscan sus minutos de fama frente a una cámara, ahora cualquiera quiere ser parte voluntariamente de ese foco público.

Es decir, no solo se es una figura pública por exponer datos que antes se consideraban íntimos como el número de teléfono, fotografías personales, huella digital; ahora cualquiera busca de qué forma llega a serlo con cualquier tontería que les parezca a las masas atractiva, esto resulta del efecto de la emotividad. Cada vez más los contenidos variados a los que están expuestas las masas, las hace cada vez más susceptibles a imitar acciones generalizadas creadas por las grandes empresas a través de estrategias del mercado.

Ese miedo a la soledad es lo que ha motivado a las masas a proveer sus datos para ser vistos y ser aceptados socialmente se debe no solo a la inseguridad sino a otro efecto que la virtualidad trae consigo: la comercialización de todo. El usuario mismo no pasa solo a ser una figura pública al exponer voluntariamente sus datos a al ciberespacio, sino también se vuelve él un producto que es consumido, es contenido y al estar en la red forma parte de esa información que otros, a su vez, consumen.

Según Bauman, es por la cultura de consumismo que las relaciones se consideran “inversiones provechosas”, una especie de garantías de seguridad y resolución de problemas internos. La soledad es relativa a soledad, y en ese caso, aunque se tenga una relación, esa poca seguridad le hará sentir al individuo igual como si no tuviera una, asegura que, solo cambian los nombres que pueda darle a su ansiedad, (Bauman Z. , 2007, p.p. 31 y 32).

Las relaciones resultan importantes, en el sentido que no solo determinan el actuar y toma de decisiones con base a la interacción con terceros, sino también con la que se tiene consigo mismo. La inseguridad surge como se ha descrito antes por la validación que se requiere de otras personas, aunque cada usuario requiera que esta tenga una noción tal cual él la imagina, es decir, que vaya ligada a sus expectativas y su forma de ser.

Este fenómeno respecto a la adicción que han desarrollado las sociedades posmodernas a las facilidades de la red se convierte en un peligro a tal grado que sería casi imposible sobrevivir si los avances tecnológicos que hasta el momento se han conseguido dejaran de existir. Por naturaleza, el cuerpo humano está diseñado para enfrentar cualquier tipo de cambios a nivel físico, emocional y cognitivo para sobrevivir, pues este es su fin último.

“Ahora ya somos casi incapaces de sobrevivir sin la electricidad”, resalta Nuria Oliver, (2015), quien es doctora en Ciencias de la Computación por el MIT y también directora científica de Telefónica. El gran peligro en este punto es que esas facilidades puedan llevar a la humanidad a un punto en el que la evolución del razonamiento y capacidad física

humana retrocede porque las máquinas realicen esos trabajos que hacen que el humano mejore sus condiciones.

Dentro de cien años es difícil prever qué pasará exactamente, puesto que, si se llega a tener la misma capacidad cerebral, no cambiará nada y será todo automatizado como si todo fuera una simulación como 'Matrix', aunque sí se va a seguir consumiendo contenido multimedia, por supuesto sin importar el formato, desde mi punto de vista lo importante creo que sería terrible si perdiésemos el deseo de aprender, lo que hace quienes somos como especie humana. (Oliver, 2015, p.29).

El ser humano, apenas está adaptándose a los medios tradicionales y su funcionamiento, a cualquier invento posindustrial que ha significado una evolución total para las sociedades, por tal razón es que las máquinas podrían superarlos, en la red el usuario pierde el control sobre las acciones que realiza dentro de ese espacio. Es más, ni siquiera es consciente de lo que realmente ocurre en aproximadamente un 80%, confía totalmente en las posibilidades y tan solo se guía respecto a lo que esté en tendencia.

La virtualidad ha impuesto una nueva “organización social, una nueva forma de sociedad, formada por configuraciones concretas de redes globales, nacionales y locales en un espacio multidimensional de interacción social”, (Castells, 2009, p.44). Un nuevo modelo de sociedad coexistente a la real conduce a cambios en el desarrollo de la conducta humana, el contar ahora con una identidad extra a la real, en donde no se necesita el estar presente físicamente, dota al individuo de adoptar nuevas conductas y a alterar su personalidad, además de revalidar lo que es privado o no, y lo que merece la pena hace público para ser validado por internautas terceros.

La esfera pública se ha tornado desde entonces como si fuera un agujero negro que succiona todo lo que se consideraba como privado, puesto que por más que parezca que ciertos datos aún quedan como material íntimo, tal como estados de cuenta, los víveres que se compran en el supermercado; en la actualidad se conoce cada movimiento que se realiza. Es más, la teoría caótica de George Orwell en su obra “1984” respecto al “Gran Hermano” que está siempre vigilante como un ente omnipresente, se vuelve cada vez más real.

En tanto, las nuevas generaciones, quienes nacieron junto con la transición hacia lo virtual, han adoptado sin mayor revuelo el hecho que su privacidad ha quedado prácticamente disuelta y su vida se encuentra todo el tiempo bajo el reflector de la escena pública; incluso ellos mismos lo han buscado y han convertido su identidad real en una farsa, tras la cual se oculta tras un perfil que muestra la mejor versión de sí, aunque ella no tenga nada que ver con su verdadera personalidad. La gratuidad de la red, su alcance masivo y sus opciones diversas para corregir defectos del “yo” a uno que resulta aceptable para el resto.

Ya no se necesitan unos cuantos minutos de fama y ser parte de un “reality”, basta con grabar videos en donde se establezca una charla cualquiera o hacer boberías de mal gusto que resulten atractivas o graciosas para los demás. Con notificar que se está comiendo en un restaurante y se comparta la ubicación exacta, compartir una foto familiar, compras en línea. La virtualidad impone una pérdida casi total de los pocos aspectos que aún quedaban de la vida privada, y mediante una estrategia de mercado se cree ingenuamente que cada uno tiene sus opiniones propias, su ropa personalizada y original, fotografías originales y de buena calidad.

Se ha abierto un espacio en donde cualquiera que lo desee puede exponerse ante el reflector público que mantienen encendidas las redes sociales, y los que no deseen estar bajo ese reflector, será difícil poder escapar porque de cualquier forma los pasos están monitoreados.

10.2. El problema social y humano de la pérdida de la privacidad

La exposición desmesurada que han introducido las redes sociales a las sociedades constituye un problema social en el sentido que, las personas deben adaptarse a esa reestructuración en el tejido social a nivel psicológico y social. Aunque no solo provoca dificultades a nivel individual respecto al “yo”, también podría desaparecer ese catalizador análogo que caracteriza al ser social: la comunicación interpersonal, la virtualidad reduce poco a poco la interacción humana en la vida real.

De pronto todas las relaciones se van a establecer desde el hogar y a través de una pantalla, se convertirá totalmente en un proceso de transferencia de la conciencia como la que describe Marshall McLuhan en “El medio es el mensaje”, de que esta se traslada a través de la de electrónica, se podría realmente llegar al punto de realizar conferencias, foros, interacciones grupales en empresas por medio de hologramas en tiempo real.

Sin embargo, mientras se genera un proceso de transformación en la que se pueda salir de eses sistema monótono de comunicación virtual (no personal) en donde la escritura juega un papel importante porque los mensajes textuales transmiten toda la carga significativa para el receptor, el lenguaje verbal queda en segundo plano solo en la foto de perfil y si se dan conversaciones por medio de videollamadas. El punto es que el contacto físico, orgánico no cuenta en esta cuestión, se transfiere la comunicación personal a una virtual, y esta trae consigo facilidades que solo tienen un camino por delante.

De hecho, Bauman propone que las relaciones interpersonales son ya tan solo una salida de una soledad insoportable, puesto que las personas consumen cada vez más todo desde sus propios espacios, de forma que no tienen bases fuertes y mucho menos reales. Se puede tan solo establecer conversaciones en línea, cualquiera, y con cualquier persona para simplemente pasar el tiempo y nunca sentirse realmente solo, ya no se va en busca de un café con alguna persona cercana; basta con tener conexión en el celular para que se establezca comunicación, pero no puramente “interpersonal”.

Lo anterior porque a esa comunicación que se le puede denominar “virtual” carece del factor humano de la cercanía del cuerpo y mente que conectaba de forma directa con los demás, la socialización que requería. Ahora incluso se puede tener una cita personal y estar conectado conversando al mismo tiempo con otras personas, o incluso compartir algún contenido de interés a la misma persona con la que se está en ese momento. Se puede establecer relación con cualquier usuario mientras se está en cualquier lugar.

Bauman resalta respecto a lo anterior que, cuando se chatea, se tienen camaradas con quienes poder establecer comunicación virtual. Esos camaradas o compinches van y vienen, con estos se establecen conexiones efímeras y todas sus bases se reducen a si está en línea o no, y en mensajes vacíos, cortos y sin contenido con una carga emocional humana importante, el mundo solo está conectado en el ciberespacio, (Bauman Z., 2007, p.54).

Ese concepto reafirma lo descrito con anterioridad, los chats dejan fuera muchísimas de las características que tiene la comunicación interpersonal, en línea no se establece totalmente todas las conexiones que provee una conversación cara a cara, desde lo sensorial y cognitivo hasta el contacto físico.

Asimismo, las relaciones laborales también sufrirían un efecto intenso y es que ya lo hacen, algunas, sobre todo, internacionales realizan los procesos de selección a través de llamadas en Skype, chats y las contrataciones las hacen línea. Sin embargo, aún se deben firmar físicamente y completar el proceso de forma presencial, incluso está regulado en el Código de Trabajo desde el Artículo 18 hasta el 50.

Incluso existen empresas que ofrecen trabajos desde casa con una remuneración bastante aproximada al salario base de una plaza común, o incluso más si se trata de servicio al cliente en inglés, como “call center”, rellenar encuestas en línea, incluso ser modelo a través de Instagram y recibir pagos por parte de empresas para promover sus productos. Todas esas facilidades desde casa o cualquier espacio, no necesariamente deberá el usuario movilizarse para poder trabajar.

La unión entre las personas se mantiene por el flujo de información entre ellas, sin importar el canal, a través de la llamada, mensajes de texto, de la conexión; el silencio es lo que representa la exclusión, (Bauman Z., 2007, p.54). En realidad, a la gran mayoría de las sociedades posmodernas realmente no le interesa a un nivel elevado cuán expuestos están al foco público, sin embargo, los efectos son imparables porque

(Oliver, 2015), argumenta que en el futuro será factible comunicarse con el pensamiento, se podría lograr una comunicación de ese tipo si cada persona portara un chip en alguna parte del cuerpo, o incluso en la ropa para poder tener acceso a la ubicación de cada persona, saber cómo estará vestido en algún día determinado, en qué tienda ha comprado, la marca, la frecuencia, entre otros datos exactos respecto a factores fisiológicos; tal como si se implementara un pequeño espía que se inmiscuye en la vida de cada uno a toda hora y lugar exacto. Significa una pérdida total de la privacidad que aún queda, y puede parecer absurdo, puesto que hasta se tendría registro de cuándo se va al baño y cuántas veces, hasta síntomas de posibles enfermedades, un control particular incesable.

A este asunto, (Lyon, 2013) plantea que no es para absurdo que la vigilancia avance a una velocidad imperceptible, y de “carácter altamente sofisticado” porque el flujo de información varía en las diversas organizaciones como una puede ser de importancia de seguridad nacional, o bien, una competencia por posicionarse en un estatus alto del ámbito comercial. El mundo postpanóptico que propone por medio del concepto de la liquidez consiste en esa cuestión particular de la voluntad del ser para proveer sus datos siquiera sin tener una mínima noción del peligro al que puede estar expuesto.

Y si bien la pérdida de privacidad es la primera cosa en la que pensamos cuando se trata de vigilancia, la privacidad no es probablemente la pérdida más significativa. No se pueden ignorar los problemas que plantean el anonimato, la confidencialidad y la privacidad, pero éstos están relacionados con otros aspectos como la imparcialidad y la justicia, las libertades civiles y los derechos humanos, (Lyon, 2013, p.10).

En este punto, las profundas consecuencias sociales y políticas de lo planteado por Bauman resumen que es el individuo quien renuncia a su privacidad por una existencia en el ciberespacio, una oportunidad para constituir una identidad virtual que puede modificarla a su antojo y conveniencia para mostrar una versión mejorada de sí mismo. Esas consecuencias resultan de gran ayuda para las grandes organizaciones de control social para obtener datos sin tener que realizar maniobras difíciles de conseguir, realmente lo tienen al alcance.

Bauman asegura que la vigilancia se a constituye desde tiempos remotos como una institución social, la cual es “clave de los tiempos modernos, comparte algunas formas y algunos elementos con las formas emergentes de la modernidad que considera líquida, los patrones nuevos se deben explorar cada uno de sus vínculos con la modernidad líquida.

Los efectos sociales de la pérdida de privacidad comenzaron, sobre todo, cuando se comercializó el internet y se volvió una plataforma gratuita, y cada vez más accesible para todas partes del mundo, los proveedores de servicios de telecomunicaciones incluso ofrecen paquetes a precios económicos para poder tener un paquete de navegación de línea local con una velocidad y capacidad aceptable para pasar horas conectado. La esfera pública no podría estar más fusionada con la privada que nunca.

De hecho, según la investigación “Lo saben todo sobre usted” de la revista “El país semanal” por parte del autor Luis Miguel Ariza, resalta que existen empresas que ofrecen sus servicios a otras empresas un sistema de pago para la búsqueda de información de personas con base en los “metadatos” o “Big Data”.

La información se puede extraer a partir de un número de teléfono, correo electrónico, nombres de usuarios, dirección domiciliar, cualquier dato básico que se encuentra dentro de la base de datos del sistema social, incluso desde los antecedentes judiciales o policiacos, (Ariza, 2015, p. 44). Existe suficiente evidencia para demostrar que realmente se está expuesto a la esfera pública, sobre todo, porque se cree que todavía quedan algunas cuestiones de la vida privada intacta, mientras prácticamente, desde el inicio de la digitalización ha sido así.

Todo lo digital queda resguardado en una base de datos, con la tarjeta de crédito o débito en la del banco, en la página o tienda donde se realizó la compra, incluso la empresa que fabricó el producto puede llevar un control tomando como referencia el “código electrónico de producto” para buscar a qué tienda directamente se envió, y posterior saber quién lo

compró. Para Oliver, resultaría adecuado que estos chips estén en el vestuario, incluso en la ropa interior para que tenga contacto directo con la piel, (Oliver, 2015, p.27).

Estos mecanismos de control han existido desde la antigüedad con los registros personales que realizan las instituciones públicas del Estado, bancos, cámaras, seguro médico; tan solo es que los efectos que provocan los métodos digitales es que acaparan a millones en un mismo espacio, es un espacio globalizado y en él se debe considerar a todos sus miembros tal como pasa en la vida análoga. “Los chips implantables ya existen y se están usando con fines médicos, el más antiguo es el marcapasos”, (Oliver, 2015, p.27).

(Oliver, 2015), considera que para tan grandes avances que pueden terminar de una vez por todas con la privacidad es: la transparencia con la que se manejan los datos que serán extraídos de cada persona, y la decisión de los usuarios respecto a cómo desean que se utilice esa información. Reafirma que la tecnología es una herramienta, y con tal, es quien las utiliza el que decide de qué forma va a hacerlo.

Bauman también destaca que lo paradójico de este asunto de la voluntad de los usuarios de exponer voluntariamente sus datos, consiste en que la seducción del consumismo es el resultado de la vasta vigilancia sistemática globalizada. “Si este hecho no resultaba obvio con las anteriores bases de datos orientadas al marketing, la aparición de Amazon, Facebook y Google muestra cuál es la situación actual, pero aquí, nos estamos anticipando”, (Lyon, 2013, p.12).

De modo que, aunque exista educación sobre cómo utilizar correctamente la red, o se advierta de los peligros a los que el individuo estará expuesto al revelar sus datos personales, privados; al final de cuentas ese egoísmo que se desprende del individualismo que explica Bauman, a las mayorías les importa poco porque de igual forma, es tan complejo que no se puede comprender a gran escala. Es parte del problema también ese asunto del exceso de información, tal, que el cerebro humano promedio no es capaz de procesar, al menos no correctamente y con coherencia una magnitud semejante de datos.

De esto, también surge por qué se han implementado herramientas que utilizan la “Inteligencia Artificial” para que puedan realizar tareas que a los seres humanos ya les resulta imposible de hacer por sí mismos, es por tal razón que se afirma que los propios medios que el hombre ha desarrollado para su beneficio y existencia lo están superando en aspectos mecánicos, lógicos y casi podría decirse que de habilidades empáticas y sensoriales.

A esto, Nuria Oliver responde, “vamos por un momento o a prescindir de los humanos. Pasaremos de una sola vez al internet de las cosas, a la relación solo entre máquinas, y los humanos quedarán excluidos de esa función, a una red en la que solo existirán máquinas quienes la controlarán por completo los datos que circulan en ella, (Oliver, 2015, p.28).

Es el punto quizá que representa más peligro para los seres humanos en esta era digital, porque más que la privacidad, el ya no poder realizar actividades básicas que permiten la evolución del razonamiento humano, el establecimiento de relaciones interpersonales que son el producto de lo que son las sociedades, la familia; podría provocar hasta su destrucción, porque, qué le daría sentido a la vida.

10.3. Todos somos figuras públicas en la social media

La reestructuración del tejido social a causa de la denominada “Sociedad red” y la convivencia en tiempo real de los individuos, más la cuestión de tener una identidad virtual que resulta ser una proyección mejorada de la versión real, pone en riesgo las pocas características de las que predispone cada uno en torno a su privacidad, sobre todo, respecto al uso que las páginas en las proveen sus datos hacen sobre ellos; se puede asegurar que, en todo caso si las personas publican detalles íntimos de su vida en la red, estos datos serán parte del espacio virtual, y, en todo caso material público.

El poder ha tomado representación dentro del espacio global, pero la política, la que tiene la función de juntar los beneficios públicos y privados sigue siendo local y poco capaz de

tomar un control universal, lo cual provoca que los políticos se vuelvan irrelevantes para solucionar los temores y problemas de las personas, (Lyon, 2013, p.6).

El contenido gráfico como los memes, las nuevas estrategias publicitarias en donde los productos son promovidos por personas comunes y corrientes, quienes cuentan con una cantidad considerable de seguidores y esa característica los convierte automáticamente en alguien “influyente” sin tomar en cuenta el contenido que publica y la plataforma por la que transmite; se convierte en una forma de comercializar la imagen de un individuo. La sociedad define a estas personas como “figuras públicas” sin tomar en cuenta que el simple hecho de estar expuestos en la red que es tan amplia y universal lo convierte también en una.

La atención mediática que desean los usuarios, más que eso, las herramientas que no fueron casualmente implementadas con el fin de “interacción social” resultan en mecanismos de control implícitos. “Hablabamos del hecho evidente de que hoy en día la gente está dispuesta a hacer cualquier cosa con tal de aparecer en la pequeña pantalla, aunque solo sea como el imbécil que saluda con la manita por detrás del entrevistado”, (Eco, 2018, p.20).

Ahora no solo se es el imbécil, el simple hecho de vestir bien, siguiendo tendencias de moda, saber maquillar, peinar, hacer incluso boberías; cualquier actividad banal que provoque simpatía logrará posicionarse como figura pública, el simple hecho de tener en tiempo real un perfil activo con datos personales, que expone los rasgos físicos, dónde reside, qué estudia. No importa qué tanto se configure la privacidad, de todas formas, la “nube” almacena todo y prácticamente queda permanentemente el registro para lo que reste de vida el ciberespacio.

“La aparición en la pantalla es el único sucedáneo de la trascendencia, y es un sucedáneo al fin y al cabo gratificante: nos vemos (y nos ven) en un más allá, pero en cambio en ese más allá todos nos ven aquí, y aquí estamos también nosotros”, (Eco, 2018, p.21). No importa qué sea lo resulte de estar expuesto y sea atractivo para los demás, el punto es la respuesta

de los demás: el “qué bien te ves”, “interesante contenido”; cualquier mensaje positivo que se lea en un comentario provee de mucha felicidad, aunque sea momentánea.

En este punto, se puede retomar la reformulación que hace Bauman respecto a la máxima de Descartes, Eco también formula una en relación con Twitter: “Tuiteo, luego existo”. Propone que este espacio, especialmente para transmitir opiniones, es como es bar local de cualquier pueblo, y en él se discuten ideas buenas y malas, sin embargo, terminan por no ser más que eso; de pronto cambia el tema y sucesivamente se repite un patrón de mensajes indefinidos, perdiéndose las bases lógicas que pueden constituir una idea colectiva. “Con franqueza, no acabo de entenderlo, alguien debe de haberles convencido de que todo vale con tal de fidelizar a una gran cantidad de usuarios en la web”, (Eco, 2018, p.24).

En resumen, las redes sociales abren una especie de Ágora en donde reunido todo el mundo, se vive en una eterna disputa sobre quién es mejor, pero cada evento no perdura y sigue incesantemente, todo esto producto de la inseguridad de las sociedades posmodernas, producto de la globalización extrema y el adoctrinamiento del mercado, hace que las personas crean que deben ser reconocidas para ser aceptadas y diferentes al resto.

Se acreditan ese valor, Lipovetsky le atribuye a esta característica el nombre de “hipernarcisismo, época de un aparente responsable, organizado, eficaz, aceptable, y, sobre todo, maduro Narciso que fracciona así con el Narciso de los años posmodernos, amante del placer y las libertades”, (Charles, 2006, p.27). Es decir, que los individuos hipermodernos están más informados y desestructurados, cuanto más avanzan las acciones responsables, estos se vuelven más irresponsables; terminando por ser una sociedad insegura, indecisa y solitaria que encuentra consuelo en las facilidades de la virtualidad que en tanto podría superar al ser humano.

El factor clave para exponerse voluntariamente al reflector público, es el miedo es más temible cuando es difuso, disperso. Las sociedades posmodernas desarrollan inseguridad en torno a sus relaciones interpersonales, la virtualidad les da seguridad en el sentido que no

deben entablar cercanía física a sus interlocutores, lo que interesa es que buscan ser reconocidos para solventar la soledad y poder superar aparentemente ese miedo e inseguridad porque evitan tener que enfrentarse realmente a esa realidad.

Ese miedo, reúne temas variados, sobre todo individuales e intransferibles, los cuales se solapan con la alegría de poder ser reconocido por muchas personas, la aceptación a gran escala deja en segundo plano, a modo de distraer al ser del verdadero problema. Bauman, atribuye ese tema con el modelo panóptico de la modernidad líquida, “con la pesadilla panóptica (nunca estoy solo) ahora refundida en la esperanza de ‘no volver a estar solo otra vez’ (abandonado, ignorado y olvidado, boicoteado y excluido), el miedo a ser observado ha sido vencido por la alegría de ser noticia”, (Lyon, 2013, p.16)

Las generaciones que nacen junto con la tecnología globalizada, generación X, Y; la actual Z, sin tomar en cuenta aún a las que vienen, tienden a privilegiar el uso de la tecnología, se replantean sus valores en torno a lo existente. Para estas generaciones el acceso a internet sin limitaciones y su gratuidad es algo extraordinario y se torna a la fascinación por los relatos cortos, la libertad, el humor sarcástico, lo cotidiano, el presente; la tendencia de sobrevalorar la estética, además de generar valores como la afectividad, novedad, gratuidad y cualquier cuestión efímera.

La modernidad líquida que plantea Bauman recoge esos valores para establecer una nueva línea ideológica y evolutiva para el ser humano y su entorno social. Desaparece el ser social para buscar establecerse y también ser reconocido como individuo dentro de un espacio colectivo. Como parte del efecto globalizador del internet y formación del ciberespacio, se crea una condescendencia porque la facilidad que ofrecen las plataformas virtuales neutraliza las habilidades humanas, sobre todo comunicativas y a nivel intelectual; en resumen, facilita las tareas cotidianas a tal punto de crear una interdependencia.

Pedro Sempere, define en este sentido a la Aldea Global no solo como un efecto de la globalización, sino que centraliza al ser humano dentro de una esfera individual, donde predomina el individualismo sobre lo colectivo. En donde solo valen los intereses

personales, la libertad, conciencia global, igualitarismo; un establecimiento de valores globales, pero que, a su vez se tomen en cuenta en primer lugar el valor de cada nodo, es decir, del individuo por sobre la masa.

El individuo desea formar parte de un grupo, ser aceptado, tener seguridad de que no será excluido. Sin embargo, al carecer de una identidad única por la cantidad millonaria de usuarios en línea, que homogeniza mucho más el entorno social, aviva aún más en el ser ese deseo de ser reconocido, y este también motiva a los demás a crear un perfil que muestre su mejor versión, por tal razón, las tendencias en la red son tan efímeras.

Existen tantos usuarios y cada uno quiere que su contenido sea visto y utilizado para que su identidad sobresalga del resto, y como el ser ha sido desde tiempos prehistóricos un ser de imitaciones y proyecciones, tiene a terminar recreando acciones que ha visto en otros que le parecen adecuados para su beneficio. “La promesa de una visibilidad más amplia, la perspectiva de ‘estar al descubierto’, a la vista de todos y visto por todos, encaja con la búsqueda más ávida de pruebas de reconocimiento social, y mediante ellas de existencia válida, esto es significativo”, (Lyon, 2013, p.16).

Los individuos se interconectan a partir de nodos y su dispositivo, cualquiera que este sea, es uno entre millones que se encuentran activos en la ciber sociedad, este nodo equivale a su identidad virtual y se identifica a partir de su dirección IP (Internet Protocol), su código que lo diferencia del resto, pero no deja de ser más que una numeración entre millones. Sin embargo, la Big Data resguarda todo lo que este servidor ejecute mientras está en la red, deja su “huella digital” lo cual es el registro que quedará guardado para siempre en ese espacio.

Resulta como cuando en la vida real se hace alguna tontería que daña la reputación, jamás se olvida por su grado de sensibilidad, lo mismo ocurre en la red virtual, pero esta información si se borra no queda explícita, solo se encontraría a partir del tratamiento de los patrones de datos que resguarda la Big Data en cuanto a la identidad virtual. Esta cuestión

sostiene en gran parte la razón por la que la exposición al público de las redes sociales resulta en determinar a todos (sin importar su cantidad de seguidores o su popularidad) como figuras públicas.

El ser humano, por efecto del avance tecnológico, terminará por dejar a un lado sus habilidades en comunicación interpersonal, aceptará que al proveer sus datos a la red renuncia a su privacidad, que se convierte en una figura pública, sin importar si son personas que conoce en la vida real, el fin del medio en el que crea su perfil virtual es hacer pública la vida de una persona. Además, con el paso del tiempo perderá contacto con el entorno natural, llevará sus relaciones de forma mecanizada o incluso ni tendrá, puesto que todo carece de bases sólidas con el avance imparable de la tecnología y por el hecho que estas están superando algunas habilidades del ser.

No hay duda de que la identidad virtual genera una exposición del individuo y lo vuelve susceptible al mundo, se generan prejuicios virtuales con base a los reales, se debe desarrollar una actividad aceptada por los demás, o a fin a los principios de una persona. Las tendencias se siguen incontrolablemente, sin reparos, se le asigna un valor emocional a la actividad en las redes, como, por ejemplo, si alguien no contesta un chat significa que algo anda mal.

Se le da prioridad a la imagen, se compete por quién tiene la mejor foto, quién tiene más “me gusta” en sus publicaciones, quién tiene más popularidad. Se hace burla de asuntos importantes al hacer memes y no importa si son ofensivos, lo importante es el sarcasmo con el que los elaboren. Se le ha asignado una importancia mucho mayor a la vida virtual que a la real, todas estas cuestiones engloban el restablecimiento de valores importantes en las acciones dentro del espacio virtual.

El dispositivo móvil ha pasado a ser más que una herramienta, un acompañante, la identidad virtual andando junto con la real. Se ha aceptado voluntariamente a la exposición virtual, el mismo deseo interno de ver vistos facilita a los mecanismos de control el obtener

información fácil sobre cada uno de los usuarios. “Tener toda nuestra persona, con lo bueno y lo malo, registrada y accesible al público parece ser el mejor antídoto profiláctico contra la exclusión, y así como una poderosa vía para prevenir la posibilidad de expulsión”, (Lyon, 2013, p.p. 16 y 17).

Bauman resalta, además, que pocas personas con vidas sociales frágiles podrían resistirse. Y esas pocas personas, buscan a como dé lugar quedar al margen de toda la Revolución Digital, evitan los teléfonos celulares que dispongan de conexión a internet, no usan computadora, ninguna plataforma, estas buscan escapar de ese efecto de “Gran Hermano”, del ojo público y no solo porque no logran adaptarse, sino porque en el fondo son conscientes de los peligros que representa entregar prácticamente su vida a la esfera pública de la que el internet forma parte.

Ahora bien, el mundo virtual tiene la misma importancia que real en cuanto a promover la imagen, la personalidad y características personales que pueden ser expuestas para que los demás puedan tener un juicio sobre ellos. En la red, los usuarios venden su imagen, y el contenido que publican se vuelve producto mismo para que las empresas y personas interesadas puedan extraerlo, es por eso que el comercio de la información está más activo que nunca. Aunque de esos miles de amigos en Facebook, seguidores de Twitter e Instagram, diversas plataformas de interacción social, no se conocen ni siquiera a la mitad de ellos personalmente, o si establecen contacto virtual en la vida real ni siquiera se saludan.

Esa parte de lo que ofrece la exposición pública es interesante desde el punto de vista que, las personas tienden a perdurar más en una relación cualquiera que sea virtual y no a la real. Es decir, se puede ser muy amigo de una persona (compinches como lo describe Bauman) pero esta persona en la vida real no se toma en cuenta para nada, solo se da valor a la interacción virtual, esto gira en torno al valor emocional que recae sobre la comunicación virtual y también a la inseguridad de los usuarios; se toma mucho más valor en la red.

Como resultado de la masividad, dentro de las plataformas virtual se facilita la visibilidad para reconocer a quienes realmente les agrada el contenido publicado, con cuánta frecuencia lo consulta y el alcance, siempre y cuando esa red social disponga de acceso a datos estadísticos, así como ocurre cómo las “Fan Page” de Facebook. Basta con publicar una fotografía o comentario sobre cualquier actividad cotidiana para que un contenido tenga suficiente interacción como para que el sujeto se sienta satisfecho.

Se debe tener en cuenta que toda la información se remita a la web, pasa a ser parte del dominio público, pues nada regula que esos datos no puedan ser utilizados o diga que se deben utilizar de cierta formal, todo se reduce a la responsabilidad, y es por esa razón que el ser mismo decide ceder a ser una figura pública al exponer sus datos a las redes sociales y red en general, a formar parte de la ciber sociedad y cultura.

Tampoco se trata de que la decisión sea solo del usuario, también tiene que ver con la evolución, lo digital va en desarrollo y mejorando, todos los ámbitos de la vida van en esa dirección. Quizá aún dependa de los humanos, pero poco a poco lo va superando en habilidades racionales y lógicas, y su complejidad dificulta para el ser poder tener control sobre ellos. Se debe lograr establecer normas universales, educación y organización de datos para que las futuras generaciones no teman, sino sepan utilizar ese nuevo paradigma, y que no solo sirva como instrumento sofisticado de control.

Por el momento, se es cada vez más público, menos individuo porque las publicaciones que se hacen quedan en un reporte grabado en la Big Data y utilizado sin consentimiento por las grandes empresas comerciales para la manipulación ideológica de consumo, además de entidades gubernamentales en cuestiones de investigación privada, cámaras, registro de huellas digitales y reconocimiento facial. Se trasciende de ser inidentificable a estar expuesto públicamente ante millones de personas quienes forman parte de la sociedad virtual, en cualquier momento, lo que antaño se consideraba privado definitivamente ya no lo es, y lo que queda en algún momento corre el riesgo de ser público.

El internet constituye un espacio público, abierto al debate social, político y económico; todo esto gracias a su característica masiva en tiempo real, se ha convertido en una sociedad confesional. “Esta sociedad confesional ha marcado el triunfo final de la privacidad, un invento esencialmente moderno, aunque también el principio de su vertiginosa caída desde la cima de su gloria”, (Lyon, 2013, p.18).

El asertividad no tiene efecto cuando el individuo mismo decide publicar sus datos, se pierde la privacidad, en este caso no resulta importante que los contenidos lleguen directamente solo a las personas deseadas, no se cae en la cuenta de que pueda llegar a desconocidos. La exposición en la social media de mensajes privados que incluyen fotos, sonidos o videos, tiene como fin reclutar miles de seguidores, y esto no solo afectan a una persona o grupo, sino a todo su entorno familiar, aportando también a la ruptura del tejido social.

El ser una figura pública indiscutiblemente significa renunciar a la privacidad, a la característica humana de la comunicación interpersonal, de forma que incluso la discreción desaparezca, ya no interese la propia intimidad, puesto que el ser se podría llegar a acostumbrar a la situación; provocando una secuela de efectos catastróficos que podrían conducir a perder el control de las sociedades y de comunicación cercana, física, personal.

La constitución del ser como individuo que preserva su privacidad, su estabilidad económica, y el orden social respecto al poder tener control sobre las máquinas debe perdurar. Esto se lograría tomando conciencia sobre su relación del “yo” con el entorno social, conservarse como un ser social y sus experiencias reales superen a las virtuales, de forma que la identidad virtual represente nada más un anexo, una sustitución de ser necesario, se debe comprender que al perder los valores que definen al ser social, se entrega totalmente a ser un ser masa.

Uno de los mecanismos que serviría como base para preservar al ser social y definirse realmente como individuo que defiende su entorno, es promoviendo un nuevo modelo

educativo en torno al funcionamiento de la web, aprender a no confiar y definirlo como la salida de sus problemas internos, y de sus miedos más profundos. Más bien, como una alternativa, un apoyo a sus quehaceres reales, la evolución humana con un obstáculo tan grande como que el ser se limite porque confía plenamente en la “inteligencia” de los aparatos, en la información que circula; este ser no tendría un futuro prometedor.

La búsqueda de la plenitud humana en torno al individuo consiste en que el verdadero valor se oculta tras los datos que recoge una memoria virtual que cree conoce mejor a cada usuario más que él mismo, y aunque este no resguarde toda la experiencia real que contiene el cerebro forma parte de una experiencia en torno a lo virtual, el cual quedará como una maleta cultural de la vida en la red y pasará a los descendientes de cada uno.

Esa gran base de datos tiene ese registro le da vida al administrador que propone Orwell, es ese “Gran Hermano”, quien es anónimo, pero vigila a cada uno todo el tiempo, cree conocerlos mejor que sí mismos, les impone ideas y formas de comportamiento para que sea tal cual este lo desea, es un ente omnipresente que puede intervenir en la vida de todos a través de cualquier medio, y ahora electrónico, resulta como un espía a todas horas.

En la actualidad, no nos asusta tanto la posibilidad de traición o violación de nuestra privacidad como lo contrario: que no existan vías de conocimiento de esta. El área de la privacidad se ha convertido así en un lugar de confinamiento, y el propietario de un espacio privado es sentenciado, condenado y abandonado a su suerte: entregado a una situación caracterizada por la ausencia de oyentes ávidos por conseguir información y descubrir los secretos escondidos tras las murallas de su privacidad, para exponerlos al público y convertirlos en propiedad compartida, una propiedad que todos quieren compartir, (Lyon, 2013, p.19)

La pérdida de la privacidad realmente es lo que menos interesa a los usuarios, se constituye una tendencia a revelar secretos, a incentivar el morbo y la curiosidad. Además, queda registro de todo en la Big Data, y queda un registro completo sobre quién se es en el ciberespacio, resulta en algo etéreo, “en donde miles de servidores se apilan en armarios descomunales”, (Ariza, 2015, p.42).

Todos los usuarios del espacio virtual se vuelven figuras públicas, y cuentan con su dispositivo móvil con conexión a internet que sirve como enlace para estar vigilado todo el tiempo y que esos datos extraídos puedan ser visto o utilizados por cualquiera. “Su teléfono sabe dónde está con un margen de error de menos de un metro, los smartphones no funcionan a menos que la compañía sepa dónde se encuentra exactamente el usuario”, (Ariza, 2015, p.43).

Se encuentra el ser en una encrucijada que presenta al menos dos salidas: ceder a la virtualidad o preservarla fomentando modelos educativos y defendiendo el valor de la vida social real, la educación para comprender que la tecnología es para solventar problemas es sumamente importante implementarla desde la actualidad, (Oliver, 2015, p.29).

10.3.1. Enfoque ético

La ética desde el punto de vista humano, análogo, tiene relación mucho más con la parte pública en relación con el individuo, más que este con ese entorno. Es decir, el comportamiento humano actualmente tiene que ver con los contenidos a los que este se expone al navegar por la red, se constituyen nuevas personalidades y procesos para tomar decisiones. El alcance de la red da lugar a situación como el acoso, revisión de perfiles a terceros, o, en resumen, hasta dónde llega el límite del uso de los datos proveídos a la plataforma virtual por externos.

Según Bauman, la ética establecida o normativa funciona para tratar con las realidades de la vigilancia moderna, respecto a lo cual establece:

La escala de posibles consecuencias de la acción humana superó desde tiempo atrás la imaginación moral de los actores. Consciente o inconscientemente, nuestras acciones afectan territorios y momentos demasiado distantes para los impulsos morales “naturales” que luchan en vano por asimilarlos, o de plano han abandonado la lucha, (Bauman Z., 2009, p.p. 250 y 251).

Las sociedades posmodernas, han desarrollado mucho más que antaño, una tendencia narcisista, egoísta y totalmente individualista no sólo en torno a su “yo”, de acuerdo a

Bauman se debe a que no se logra comprender las acciones de una escala semejante ni prever cuáles serán las repercusiones, “la imaginación individual, sin ayuda, no puede comprender acciones de una escala semejante ni vislumbrar cuáles serán sus repercusiones más lejanas, la conciencia moral se queda satisfecha cuando la responsabilidad para nuestros seres queridos se ha cumplido”, (Bauman Z., 2009, p.p. 250 y 251). Además, asevera que el ser no siente responsabilidad natural por acontecimiento ajenos a su entorno social, a su núcleo familiar y asuntos privados.

Para responder a los límites que permite la ética en cuanto al manejo de datos privados que recopila la red, (Oliver, 2015) resalta que se deben tener claros los principios éticos y códigos de conducta que se deben seguir de acuerdo al desarrollo de la tecnología, que, si bien, tiene características que se pueden usar para el bien, la parte potencialmente negativa puede resultar catastrófica para quienes exponen sus datos.

Si bien, la mayor parte de nuestra cobertura aquí se trata de los aspectos prácticos de la gestión de datos, también estamos escuchando de gente en los frentes de TI y aplicaciones que están pensando sobre la ética de la información, tal vez más profundamente que en años pasados.

El procesamiento de datos tiene una historia larga, no obstante, las controversias que esto pueda generar presentan una oportunidad para que la ética de la información se convierta en un pilar para conformar un normativo para regular la protección de datos que provea el usuario en línea. Ahora más que nunca se debe preocupar profundamente en la ética en torno a la información, mucho más que antes porque los datos están expuestos para cualquiera y resulta como arma para el desprestigio y ataques, tal como la teoría de la “Máquina del fango” de Umberto Eco, la cual plantea que dentro de la web el anonimato permite

No solo la Big Data tiene que ver con la pérdida de la privacidad, las organizaciones de datos abiertos que lanzan entidades gubernamentales también, implementando así dentro de

ese tema cuestiones políticas, filosóficas y éticas; a partir de esto es que se debe buscar regular el acceso, proteger la privacidad de los usuarios al menos de las empresas, las cuales los usan para generar ganancias vendiendo esos datos. Recae de nuevo que el ser en la web no solo consume, también vende su contenido y sus datos sin su consentimiento total.

El enfoque que regula el actuar dentro del espacio “online” o “en línea se constituye como una ética digital, y busca trasladarse de las bases de la ética que dirige a las sociedades. La ética digital no busca dictar o imponer algo a las personas, no es prescriptiva, busca más bien, elevar a las personas para que analicen su actitud individualmente (y también su abstención) hasta un punto en el que eso contribuya a su propia felicidad. “La monitorización hoy es incluso mayor que como la describió Orwell con el Gran Hermano”, (Ariza, 2015, p.43).

El mundo en la red no solo es un recuento de las acciones diarias de los usuarios dentro de esa “Sociedad red”, tampoco un modelo economizado de las relaciones que se establecen en él, este está caracterizado por un nivel macro político y cultural de los imaginarios, de cómo funciona el mundo. Por eso para navegar en un mundo efímero, propio de la modernidad líquida, hacen falta orientadores de valor.

En ese contexto, Bauman observa que actualmente se vive en un contexto social globalizado, de tal forma que el comportamiento consumista descontrolado afecta la vida laboral y personal del ser social. Es decir, se empuja a consumir más, lo que incluso termina por transformarse a sí mismo en productos de consumo dentro del mercado laboral.

Nuestra actual vigilancia por parte del mercado asume que la manipulación del gusto (a través de la seducción, y no la coerción) es la vía más segura para llevar a los individuos a la demanda. La voluntad, ni siquiera entusiasta, y la cooperación de los manipulados es el principal recurso empleado por los sistemas sinópticos de marketing, (Lyon, 2013, p.73).

La cuestión de la ética digital va en torno a cómo las grandes empresas comerciales usan los datos que proveen los usuarios para estrategias de neuromarketing y poder inmiscuirse sin percatarse de la intervención psicológica que tienen gracias a ellos. Como ejemplo, las sugerencias de búsqueda en el navegador, de nombres para correos electrónicos, ahora la imposición de pagos para poder usar YouTube sin anuncios, anuncios personalizados de productos seleccionados que en algún momento se buscaron para poder consumirlos.

Las redes sociales buscan posicionarse bajo una aparente fraternidad, en donde las normas de conducta, según Bauman no tienen historia, estas nacen de la interacción a través de ellas y culminan hasta que la comunicación con los contactos que se consideran cercanos ya no resulta útil. Las redes son flexibles porque todo tipo de relación que se da en ellas tiende a ser efímera, se añaden y quitan personas constantemente, resulta fácilmente rompible, fluida y esto hace creer a los usuarios que ellos tienen el control total respecto a sus lealtades tan solo presionando un botón.

La ilusoria imagen que tienen los usuarios respecto a las redes sociales es una de las cosas que las orilla cada vez más a ser el producto intermediario de grandes empresas y del control ideológico descontrolado de los medios de comunicación, quienes también utilizan información proporcionada para tener estimaciones de opinión pública e incluso promover corrientes de pensamiento, resulta más fácil de lo que parece. Tan solo basta con la información estadística que les da sus Fan Page de Facebook para tener una idea clave.

En este punto Bauman también atribuye a la modernidad líquida este efecto desinteresado en el punto que, los jóvenes posmodernos no tienen definido lo que harán en el futuro y tampoco lo que ellos mismos esperan de él, no razonan sobre lo que le aportará el próximo o año; solo se tiene conciencia de lo que se vive en el momento, es uno de los valores actuales vivir el presente, el futuro es incierto y no es motivo de preocupación para nada. “Esta suposición cobra visos de realidad solo gracias a las alarmas de pánico que ese afán sin precedentes de los jóvenes de exponerse a sí mismos, un afán inducido por la web y destinado a ella”, (Bauman, 2007, p.13).

La liquidez, es decir, los eventos efímeros de la realidad invalidarán la mayoría de los conocimientos que se tienen en la actualidad, se tendrá que olvidar una buena parte de lo que se ha aprendido, puesto que la digitalización impone una estructura social cada vez más fuera de los estándares que hacen humano el proceso de socialización. Bauman ve como desalentador el hecho que el único talento que se debe adquirir y ejercer es el de la flexibilidad, porque al consolidar la vivencia en un mundo líquido, consolida un futuro de transformación constante que cada vez incrementará más la rapidez con que las cosas cambian.

La mayor parte de la vida social se encuentre mediatizada electrónicamente (o más bien donde la vida *social* ya se ha transformado en una vida *electrónica* o *cibervida*, y donde gran parte de la "vida social" se desarrolla en compañía de una computadora, un iPod o un celular, y sólo secundariamente con otros seres de carne y hueso), resulta obvio para los propios jóvenes que no poseen ni el más mínimo margen de maniobra o elección, sino que se trata de una cuestión de "tómalo o déjalo", (Bauman, 2007, p.13).

La virtualidad propone un nuevo modelo de comunicación a distancia que suplanta casi por completo el valor humano de las relaciones interpersonales como la cercanía, la empatía, la interpretación del lenguaje no verbal, todo se limita al contexto de la fantasía virtual y probablemente más adelante sensorial, pero todo bajo el precepto de proveer a cambio los datos personales más íntimos, exponiendo al ser indiscutiblemente.

Ahora bien, proponiendo que la libertad de elegir es otorgada en teoría, pero es inaccesible en la práctica, la incapacidad de las personas de enfrentar los desafíos que representa superar la falta de confianza en sí mismos. Bauman, afirma que el anhelo principal de las sociedades de consumo es una incesante necesidad de tener una vida feliz... ven en el consumismo la salida a su soledad, es por lo que las facilidades del internet resultan tan adictivas e ilusorias.

El individualismo predominante supera la moralidad de las personas, la exposición y el contenido extremadamente delicado que circula por la red, y se ha normalizado dentro del contexto social virtual; esto como parte que el ser ya no se identifica con los demás con

responsabilidad, sino que actúa mucho más atado que nunca a sus deseos particulares y acciones a beneficio propio y a personas que él considera cercanas e íntimas.

Para Bauman, la disputa entre la individualidad y la vida social del ser humano tiene sus bases en la “responsabilidad individual”, en cuanto el ser sigue las reglas impuestas para su desarrollo social, una “dialéctica entre la moralidad y legislación”, (Bauman, 2009, p.16). Representa entonces para el ser actual, que su libertad consiste en la capacidad de liberarse con facilidad de las identidades individuales y las relaciones puramente humanas, sin intervenciones tecnológicas. Las bases sólidas se han disuelto de tal forma que el ser jamás podrá volver a mantener una sola identidad en el tiempo.

Se puede definir a la sociedad posmoderna como representante de la libertad individual, con una capacidad inmensa de desechar con facilidad las identidades individuales y relaciones humanas que antaño eran tan importantes con la proximidad física, la experiencia sensorial. Incluso, gracias a la realidad virtual se podrían establecer relaciones amorosas o de cualquier tipo con cualquier persona y en cualquier escenario, tan solo colocando un chip en la sien que desconecte la conciencia de la realidad y la traslade a un mundo aparentemente real con esa misma experiencia sensorial humana de la proximidad, cumpliendo incluso fantasías que no se consiguen en la vida real.

En fin, para instaurar una ética digital, se debe en primer lugar regular los aspectos legales de la protección de datos dentro de la red, puesto que sus límites rozan con la responsabilidad del manejo de esos datos y su nivel de exposición, de forma que esa información circule hasta donde el usuario lo desee de forma implícita. Esas relaciones que se pudieran llegar a establecer también fueran consensuadas, al nivel de poder establecer límites también en cuanto un tercero ingresa en un perfil de cualquier red social y poder descargar el contenido que se encuentra en ella; se puede establecer una cláusula respecto a quienes pueden tener libertad de poder descargar una foto, vídeo o copiar un texto que se encuentre en el perfil personal, incluso regular el tomar capturas de pantalla.

Aunque la cuestión también recae sobre la “autonomía individual” desde una perspectiva filosófica, puesto que en sociedades dominadas como las actuales es difícil que esta perdure respecto a las convenciones sociales ya establecidas y reguladas por entes tiránicos opresores como son los gobiernos y élites que manejan la “democracia” de una sociedad.

La autonomía individual y la vida social que se rige mediante leyes están desigualmente distribuidas en las sociedades posmodernas. Esto es provocado a causa de la errónea e histórica categorización variable entre los niveles sociales, es decir, que dentro de la estratificación social no se puede ser individuo porque los normativos y leyes están destinados a la sumisión del ser a un sistema impuesto.

En la sociedad moderna, algunos individuos son más libres que otros; unos dependientes y otros en menor grado. Algunos tienen la libertad de tomar decisiones independientes, esto gracias a los elementos que tienen disponibles para poder tomarlas, y también a la confianza que tengan hacia sus intereses que otros. A algunos se les permite tomar decisiones autónomas. Y estas decisiones pueden ser autónomas gracias a los recursos con que cuentan quienes toman la decisión, ya sea que se confíe en que estos conozcan sus intereses y, por ende, tomen decisiones correctas o estén fuera de los estándares sociales en cuanto a moralidad y ética promovidos y se declaren “indiferentes desde un punto de vista moral” (*disfórico*, en cuanto las autoridades éticas no contemplan definir una postura), (Bauman, 2009, p.17).

Es decir que, debe existir una relación entre la autonomía individual y de comunidad, puesto que no puede existir una sin la otra, porque no el individualismo no puede satisfacerse dentro de una sociedad oprimida por grupos dominantes que determinan el nivel de vida de cada persona y tiene control sobre ella no solo física, sino mental y privada. En el ciberespacio, esta relación se pierde en cierto punto porque el nivel de socialización la regula únicamente el usuario, quien no toma en cuenta la exposición que tiene en ese espacio público, no tiene miedo porque ni siquiera conoce a gran escala los peligros de esa exposición.

En tanto, la vigilancia vertical no es algo que preocupe críticamente a las personas ahora, sino que ellas mismas nivelan su privacidad y por tanto el nivel ético con el que se controlan sus datos. Ese *Ágora* posmoderno que menciona Bauman cobra sentido en cuanto a este tema ético porque el individualismo perdura en cuanto a las personas a través de la red ya

no discute sobre temas de importancia colectiva, problemas que les competa a todos y sea para el bienestar común; todo se dirige a querer expresar los problemas personales.

Cada persona quiere discutir sus problemas particulares y ser escuchados, antes de tomar en cuenta lo colectivo, o sea, se podría nada más tomar una idea general de los problemas sociales en cuanto sea escuchado cada uno con sus intereses y que el resto también le interese. Ahora se antepone en la esfera pública lo que a cada uno le interesa y no lo que en sociedad se debería solventar. En resumen, se antepone lo privado e individual, lo particular ante lo social.

Asimismo, la referencia del “Gran Hermano” de Orwell se encuentra en la actualidad ya no solo aunada a los programas de televisión de tipo confesionario, en los que el ser no es importante ni tiene la facultad total, a pesar de poner todas sus energías individuales a favor del colectivo. En cuanto a la independencia y regulación de la autonomía individual, en un cumplimiento de la teoría de Orwell, cobra sentido el que no es posible porque en un mundo controlado se pierde la identidad, al menos dentro del sistema; es difícil calcular el nivel de libertad de cada uno.

Por otra parte, (Nissenbaum, 2010) resalta que resulta un desafío el usar la idea de normas informativas relativas al contexto para guiar las decisiones respecto a que las personas puedan no conocerlas con anticipación, y son muy difíciles de medir. Además, incluso si alguien o algún ente dominante viola las normas informativas relativas al contexto, eso no significa automáticamente que la no debería suceder.

Asimismo, en esta parte se puede contrastar con la cuestión del “angelismo” propuesto por Platón, en la que se ve solo lo que está en la realidad sin el fondo, lo superficial por lo que los juicios lógicos o silogismos quedan fuera, se cree lo que sea que se presente. Por lo cual, el hiper capitalismo hace creer a la gente que debe ser diferente para valer y por fin reconocerse como seres únicos, no como masas definidas por códigos numéricos.

En ese contexto, (Nissenbaum, 2010) resalta que se trata completamente sobre "romper las reglas para el bien", y, a pesar de estas complicaciones, las normas informativas relativas al contexto siguen siendo una forma útil de razonar sobre cuestiones relacionadas con la privacidad.

Al razonar sobre la privacidad, es mejor ir más allá de la dicotomía público / privado excesivamente simplista, y razonar en cambio sobre las normas informativas relativas al contexto, que se componen de tres elementos: actores (sujeto, emisor, receptor), atributos (tipos de información) y principios de transmisión (restricciones bajo las cuales fluye la información), (Nissenbaum, 2010).

Evaluar la privacidad en cuestiones del daño que podría resultar de su violación, mientras ven la violación de la privacidad como un daño en sí mismo. Debido a que las nociones de privacidad en muchos sistemas digitales cambian con el tiempo, varían de persona a persona y varían de una situación a otra, es probable que la privacidad sea una fuente de decisiones éticas difíciles; esto, a su vez, tiene relación con la liquidez del posmodernismo.

El cifrado y la capacidad de permanecer anónimos en línea son fundamentales para fomentar derecho a la privacidad, a la libertad de expresión y de opinión dentro del mundo virtual.

Estos derechos están consagrados en leyes internacionales de derechos humanos, y se ha reconocido que merecen fuertes protecciones a través de protocolos de encriptación, sin embargo, estas nociones y consideraciones aún son indefinidas. El ciberespacio es tan extenso, las decisiones individuales tan diversas y las identidades difusas pueden conducir a un descontrol social, y por tanto se requeriría limitar accesos.

La disponibilidad y el acceso a tecnologías cifradas afectan, sobre todo, a poblaciones vulnerables. En todo caso si las regiones no priorizan el cumplimiento del Estado de derecho ni los derechos humanos, puesto que en esos casos implementar regulaciones

resulta más difícil porque a los gobiernos y grupos de poder político y económico conviene que las masas no tengan conciencia del peligro de exponer sus datos.

Un desafío adicional es la ausencia de cifrado y derechos al anonimato para la prensa y sus fuentes. A pesar de que se reconoce que la libertad de prensa es una piedra angular de las sociedades democráticas, los gobiernos y las agencias de inteligencia, estos han intentado violar este derecho. La falta de respeto por los derechos a la comunicación anónima ayuda a los gobiernos a justificar el acceso al contenido y a los datos de las comunicaciones de los periodistas con el fin de revelar sus fuentes.

Los intereses del mercado respecto al acceso de datos de los usuarios y la imposición de la ética se encuentran en una lucha que se acerca cada vez más a que se asuma el compromiso como parte de un acuerdo moral entre ambos. Si las prácticas antiéticas no desisten, los departamentos de marketing digital estarán en riesgo de perder la accesibilidad a datos de su grupo objetivo de consumidores por cuestiones de evolución legal, e imposición de normativos éticos que desarrollen las sociedades para recuperar su poca privacidad. Las normas éticas evolucionan lentamente, pero una vez se establezcan serán irrevocables.

Otro problema ético en la red consiste en la falsificación o fabricación de contenido plagiado de forma que simplemente se modifican algunas ideas o algunas palabras con diferentes significados para valer una teoría o trabajo académico como propio. De esta forma es que se desarrolla también una posverdad, porque esta se puede identificar como algo cierto porque tiene apariencia de serlo, pero realmente se puede tratar de contenido malicioso y no verificado. Esto resulta una violación a la privacidad porque cada autor desarrolla sus ideas, y aunque puedan respaldarse y fundamentarse en otros autores con pensamientos similares, no significa que se quiera apropiarse de su pensamiento, en teoría de su mente y experiencia.

Umberto Eco, menciona algo interesante respecto al plagio, o coloquialmente conocido como “copiar y pegar” (en inglés como extranjerismo “copy and paste”), y a raíz de ello,

genera una metáfora presentada como una instrucción a “cómo copiar de internet”, y aunque en la época análoga también podía hacerse en una biblioteca, constituye a una consideración ética porque requiere de intencionalidad y análisis propio.

El estudiante puede presentar un trabajo que parece correcto (y lo es) pero que está directamente copiado de internet mediante un “copiar y pegar”. Tiendo a no considerar trágico este fenómeno porque también copiar bien es un arte que no resulta fácil, y un estudiante que copia bien tiene derecho a sacar una buena nota. (Eco, 2018, p.48).

En internet los derechos de autor tampoco están completamente regulados con mayor gravedad, pero es a las que más protección se provee porque existen plataformas que se dedican a validar los contenidos académicos que se compartan en la web como: Copyright, Copyleft, licencias de Creative Commons, Plagiarisma y dominios públicos registrados, resultan de los más conocidos para la protección de información intelectual en internet, sin embargo, requiere de un control responsable por parte de los autores y no se puede notificar cuándo ese contenido se ha extraído, tan solo protege en tanto el autor se mantenga pendiente de ello.

Según (Nissenbaum, 2010), la recopilación y uso de datos privados se ha constituido en un verdadero problema social. Por otro lado, algunas empresas con la capacidad de tener acceso a información relevante se han tomado la libertad de utilizar el Internet como una herramienta para recopilar información oportuna y utilizarla, algunas veces, a costa de los aspectos éticos. Esto es el resultado de que los individuos creen su identidad virtual en internet con sus datos personales, y provean voluntariamente su privacidad a cambio de servicios que facilitan su vida, a un encuentro con la felicidad que no existe en la vida real para ellos.

Ese escape significa un sacrificio grande, la vida completa a cambio de información ilimitada, aunque no verificada, a estafas, posibles humillaciones y que terceros se enteren incluso con quienes duerme o sale, ofrecen todo a cambio de simple facilidad y renunciar a estar solo.

¿Se puede plantear una ética para las nuevas generaciones digitales? ¿Es posible hablar de ética en el mundo digital? Estas preguntas orientan este apartado en el que a través de una revisión de la literatura se abordará la ética digital y sus perspectivas. Algunas investigaciones consideran a la ética digital como el estudio de cómo comportarse ética y profesionalmente en línea o a través de medios digitales. El profesional que utiliza la Internet o el teléfono celular debe tener en consideración aspectos sobre qué tipo de información se maneja en la Internet, qué se debe publicar y qué no.

Se puede formular una ética estricta para las nuevas generaciones virtuales, todo se guía en torno a la responsabilidad de los usuarios, puesto que el internet es prácticamente un espacio público, un *Ágora* como dice Bauman; al ser público, resulta como salir a la calle y contarle un secreto a alguien en un bar o un parque, o cualquier espacio público en donde no se sabe quién escuchará o tomará una foto, ni se sabe con antelación qué sucederá, cuándo se violará la privacidad, depende del descuido de las personas. Aunque esto en la red es más peligroso porque queda grabado todo en la huella digital, en la vida real se puede suprimir algunas cosas, la memoria guarda lo que considera importante, en cambio en el ciberespacio esos detalles no importan porque guarda la más insignificante actividad.

La perspectiva de una ética digital se debe enfocar en la priorización de fortalecer la seguridad de la información, la brecha ética en el ciberespacio debe ser imperativo promover principio como la responsabilidad, y también plantear deberes digitales por parte de los usuarios, sobre todo, como medida de mejorar sus ideales sobre lo que es recomendable hacer o no en la cibercultura.

En esta ética normativa digital, se debe establecer que todos deben tener conexión y a la vez tener seguridad de que lo que se registra pueda tener una evaluación respecto a si alguien lo utiliza para fraudes. Asimismo, mantener equilibrio en cuanto al acceso de datos en el que se evite que monopolios y entes de control puedan acceder a los dispositivos y extraer lo que quieren sin una orden judicial.

Promover la participación, en un ambiente en el que se penalice el comportamiento inadecuado dentro de cualquier plataforma y no en cuestión de limitar la libertad de expresión, sino regular la comunicación respecto al contexto. Esta cuestión también engloba una especie de higiene, el fomentar la responsabilidad sobre los contenidos que se van a publicar y las opiniones en torno a la realidad.

No se trata de limitar, sino de velar por el orden en esa sociedad virtual, así como se tendría que hacer dentro de la sociedad real y que tampoco se logra, puesto que, “la libertad o la dependencia totales no se encuentran en ninguna sociedad. Ambos son polos imaginarios entre los que se encuentran y oscilan situaciones reales”, (Bauman, 2009, p.18). La libertad que cada persona es relativa, por lo tanto, resulta en un tema controversial todo el tiempo, en la actualidad todos se revisten de un ideal moral y ético de actuar, sin embargo, es particular y no colectivo.

En tanto, una ética digital permitiría la interrelación, comunicación y conexión entre los seres humanos, pero también cuidar las singularidades históricas, culturales y geográficas a través de principios éticos comunes de las culturas digitales. Para comprender y fomentar la diversidad cultural en los seres humanos se debe tomar en cuenta la concepción de la “Aldea global” como un salto de local a lo global, es necesaria la estructuración de una filosofía intercultural y dialógica para implementar.

En el entorno digital actual, no basta respetar la ley, se debe considerar la dimensión ética del tratamiento de datos, dentro de la que una ética digital tendrá implicaciones jurídicas, filosóficas, morales y en materia de ingeniería. Esta ética aplicada permite reflexionar sobre una tendencia contemporánea que considera una vida digital, como un fenómeno complejo que modela y redefine la economía, la sociedad, la cultura y la experiencia de vida de cada persona; en resumen, del tejido social completamente.

En el modelo de la ética digital se pueden considerar tres pilares sistemáticos: empoderamiento digital, confianza y apertura. El primero promueve un espacio dinámico

por parte del usuario que activaría la economía y la innovación de las microempresas digitales, el segundo con la preservación de la privacidad y seguridad en la red, de forma que el usuario conozca qué pasará con sus datos, el llevar un control pormenorizado con bases legales y penalizadas. El último consiste en promover la conectividad global, del uso adecuado del internet como un espacio público con libertad incondicional.

Todas estas capacidades permiten pensar en una digitalización de la vida, en la que el individuo, la sociedad y el Estado están mediados por el ciberespacio, una sociedad virtual, una Aldea Global. Desde una perspectiva ética, una vida virtual no puede fijar las acciones humanas sobre la libertad, ni relacionar a los seres humanos como eternos consumidores digitales. Por lo tanto, una reflexión ética permite situar y contextualizar la relación del ser humano con la tecnología. Un enfoque ético consiste en vincular aspectos legales, de autonomía individual y colectiva, y una relación cultural globalizada que un normativo resulte adecuado para una comunidad universal.

10.3.2. Enfoque legal

La virtualidad ha permitido durante los últimos años la capacidad de recopilación de datos dentro de la red, los cuales se resguardan en la Big Data y está conforma patrones que son extraídos para crear perfiles de consumidores, o bien, para tener un control minucioso de ese mundo virtual. En ese contexto, los datos no están protegidos por los sistemas legales, no se ha implementado tampoco una ley universal que pretenda regular el uso de datos.

La relación entre la privacidad y la ciberseguridad es complicada y evoluciona constantemente, al igual que cambian los conceptos relativos a la privacidad. Existe más información sobre los individuos y puede accederse más fácilmente a la misma, una tendencia acelerada gracias al despliegue de las redes sociales. Las redes sociales y la red en general invisibilizan la distinción entre lo privado y lo público.

Los usuarios de Internet pueden creer que sus acciones son privadas, incluso que pueden prohibir el acceso a cualquier transacción o dato; sin embargo, aun así, no existe una ley

que regule el uso de datos, o incluso que lo penalice. Los usuarios brindan sus datos voluntariamente, sin embargo, no es una excusa para que, de ser violentados, este no tenga acceso a tomar una acción legal penalizada.

La tecnología ha dado lugar a una tendencia por la que cada vez más información adquiere carácter público y menos información puede ser privada. El simple hecho de navegar “online” supone un riesgo a la privacidad a menos que el usuario tome medidas extraordinarias contra ello, pero son demasiado complejas para la mayoría de los consumidores.

La propagación de la informática y las redes implica que exista un mayor conocimiento sobre los individuos, y, por tanto, menos privacidad. Las tecnologías y redes digitales han creado masas de información sobre los individuos y han hecho cada vez más difícil la creación de límites en torno a esta información: se está carcomiendo el antiguo concepto de la privacidad.

La audiencia que puede acceder a una cierta información ha aumentado de manera significativa. En algunos casos, el coste de compartir o adquirir la información personal (a través de redes sociales, blogs u otras publicaciones web) es casi nulo. La circulación de la información supone un reto a la creación de una regulación que establezca qué es personal o confidencial y qué información requiere un permiso para acceder a la misma u obtenerla.

Este tipo de divulgación generalizada de la información personal no existía antes de Internet. Se suponía que la gente no compartía su información personal en gran medida debido a que quería preservar su privacidad. Otra explicación es que a la gente no le importaba que ciertos tipos de información adquirieran carácter público, pero no querían pagar el precio en tiempo y dinero que se requería para hacerlo en la era del papel y la tinta.

A pesar de que el uso gratuito se está limitando, tal como YouTube que busca cobrar una suscripción por evitar anuncios, esto no solo incentiva al consumo, también a que de todas

formas un par de segundos basta para conocer el producto que aparece en el anuncio. La publicidad en internet aumenta, los costes de navegación bajan y son más rápidos, la virtualización va en vías de desarrollo, simplemente es que se debe regular manipulación de datos expuestos.

En ese contexto, existe un conflicto inherente entre la privacidad y una acción en una red pública, puesto que se considera que, al exponer los datos, o simplemente acceder a la red con un correo electrónico como en el caso de Google resulta en una renuncia a datos privados que se pasan al dominio público. El abogado José Augusto Jiménez, (2009), aclara en su tesis “Ausencia de legislación que proteja el derecho de intimidad y privacidad de las personas individuales y jurídicas en Guatemala contra el envío de correos electrónicos no solicitados o no deseados”, que el derecho a la vida privada es un asunto importante que debe tener bases legales para protegerla:

El derecho a la intimidad es el derecho de toda persona a que se le respete en su vida privada y familiar, y a evitar injerencias arbitrarias en la zona espiritual íntima y reservada de una persona. El nuevo derecho a la intimidad posee una faz preventiva y una faz reparadora: preventiva por la facultad de conocer los datos personales que constan en registros automatizados, de exigir la rectificación, actualización y cancelación de la información; y reparadora por la posibilidad de resarcimiento de daños y perjuicios parte de quien lo padece, (Jiménez, 2009, p.18).

Ahora bien, la lista de herramientas que violentan “la privacidad” en cuanto el ser lo considere no tiene regulación, y si la consigue tendría que ser muy específica. En el caso, por ejemplo, de la regulación legal de los programas informáticos “cookies” es con base al Reglamento de Protección de Datos de la Unión Europea, conocida como la “ley de cookies”. La cual estipula que, “solo se permite la recopilación de información si el usuario ha proporcionado su consentimiento. Es así como los administradores de las páginas web cumplen con la obligación de informar sobre el almacenamiento de datos relevantes de los usuarios”, (Acabal, 2017, p.69).

Es decir, la solución a la pérdida de la privacidad no se remonta a solo la responsabilidad del usuario porque este provee sus datos de manera directa y voluntaria, lo que se buscaría al final de cuentas es que la regulación jurídica del derecho a la privacidad en la red es que

los datos que se proporcionen no sean mal utilizados por terceros o empresas, de forma que pueda afectar la dignidad o violentar los derechos humanos de las personas.

(Jiménez, 2009), confirma que, si los datos que el individuo provea a cualquier entidad pública o privada sean utilizados apropiadamente dichos datos, esto permite que se convierta en información útil para la consecución de determinados objetivos y no para que sean utilizados de manera errónea y se afecte negativamente al propietario de esos datos.

Resalta lo siguiente:

Con el avance que ha alcanzado nuestra sociedad, podríamos decir que una de las más frecuentes violaciones de los derechos humanos la constituyen las actuaciones de entidades particulares o públicas que tienen por objeto recopilar información confidencial o personal de los individuos, sin que el dato sea verificado, ni conocido por la persona afectada por el mismo o ilegalmente manipulado, (Jiménez, 2009, p.22).

Las leyes consisten en parte de las convenciones sociales de control, sin embargo, establecer una regulación del uso de datos personales por parte de terceros resulta importante para la valoración de los derechos fundamentales y humanos, no se trata de evitar la virtualidad, sino de una intervención jurídica universal que garantice que el usuario tendrá conocimiento y decidirá de qué forma y quiénes van a utilizar su información.

10.3.3. Enfoque social

La “Sociedad red” ha cambiado radicalmente el tejido social, sobre todo, las características que en teoría le dan el sentido humano de la comunicación interpersonal. Todo se reduce en mensajes escritos que no contienen la carga sensorial que identifica a las relaciones interpersonales en la vida real, aunque ante el avance tecnológico imparable y rápido podría reconfigurar el establecimiento de esas sensaciones a través de la realidad virtual con base a la Inteligencia Artificial, y chips en la ropa o en el cerebro.

Las tendencias y la imitación a partir de la convivencia en sociedad, es lo que evoluciona el entorno del ser humano en todos sus aspectos, por tal razón la moda resulta importante en

cuento a tomar decisiones que interfieran en el ámbito del consumismo, todos los mecanismos que esperan en el futuro de la tecnología están intrínsecamente relacionados en la cuestión psicológica de las neuronas espejo, parte del hiperconsumismo. “La lógica de la moda comienza entonces a empapar de modo duradero y profundo la esfera de la producción y el consumo de masas, y a imponerse sensiblemente, aunque no contaminará de manera real el conjunto social”, (Charles, 2006, p.p. 18 y 19).

Se ha entrado en la era de lo “hiper”, caracterizada por el hiperconsumo, hipermodernidad, posmodernidad, y el hipernarcisismo. Todo esto propio de los efectos de la tecnología. Especialmente, el hiperconsumo une a las partes progresivas de la vida social, las cuales funcionan cada vez menos según el modelo de las confrontaciones simbólicas y que se organiza más bien en función de fines y criterio individuales, y según una lógica con carga emocional fuerte, lo que conduce a consumir mucho más por placer que por originar conflictos con otras personas, (Charles, 2006, p.20).

La mecanización que provoca el sistema de la economía capitalista respecto al efecto globalizador del mundo responde de manera que aturde aún más a las masas con la implementación de estrategias de marketing mucho más fuertes, se aprovecha de las incapacidades del ser de procesar tanta información, y la reproducción de contenido masivo dentro de la red. El cambio más fuerte en el aspecto social es la pérdida del ser social por la necesidad de enfocarse en el individuo, no de su relación del “yo” con su entorno, sino de cómo lo ven otros o qué tanta aceptación tiene, qué tan lejos puede llegar su libertad.

Además, la vigilancia sofisticada que provee el internet, la exposición pública desmesurada tiene sus efectos sociales desde el punto de vista individual, deja fuera de su lenguaje la privacidad a tal punto que renuncian a ella con tal de lograr el reconocimiento que los sacará de ansiedad por evitar la soledad y exacta, cámara y micrófono integrado, resultan como en una especie de espía personalizado, el móvil es de los inventos más sofisticados para el ser humano en cuanto a su adicción porque facilita cualquier tarea.

Aunque, las generaciones actuales ni siquiera tengan noción respecto a sus verdaderos alcances, “el 90% de los jóvenes hoy en día viven pegados a su móvil, a su videojuego o a cualquier dispositivo tecnológico y eso no los hace expertos en tecnología. Utilizan los dispositivos todo el tiempo, pero en realidad saben muy poco, o nada respecto a su verdadera esencia, (Oliver, 2015, p. 29).

La búsqueda de la felicidad se reduce a que entre más fácil resulte todo, menos esfuerzo se tiene que hacer para lograr objetivos, todos los servicios han abierto un espacio digital en el que las personas pueden realizar sus quehaceres, trabajo, educación, ocio, relaciones amorosas y sexuales (aunque no necesariamente contacto físico). Se abre un espacio que limita el razonamiento y el deseo por fijarse objetivos a largo plazo, tan solo se vive el presente y se deja el futuro para lo que venga o lo que sea conveniente. Este aparato cuestiona seriamente la integridad espiritual y física de una persona, ha causado tantas muertes, tantas experiencias, abre un canal de comunicación y millones de datos informativos; es un mecanismo que ha garantizado que los seres humanos no puedan sobrevivir sin él a estas alturas porque ya forma parte de las herramientas de supervivencia.

Las personas crean su usuario virtual y se identifican en nodos que se ubican según su dirección IP, la información introducida pasa a formar parte de la gran memoria virtual Big Data, es decir, no importa si en algún momento se decide desaparecer del ciberespacio, esa huella queda ahí para siempre, a menos que ocurrirá un problema a nivel general. Además, significa una reestructuración del tejido social y cultural; también político y económico.

Siguiendo la propuesta de Zygmunt Bauman, respecto a la modernidad líquida y nuevas relaciones de comunicaciones sociales (Bauman Z. , 2016), a partir del año 1990 con la comercialización del Internet, el tejido social cambió de forma. Antes de esa fecha era un mundo sólido, en donde el ser humano quería tener relaciones interpersonales duraderas y no efímeras, a partir de esa transición todo se vuelve líquido, y no fue un proceso repentino; como todas las cosas humanas sigue evolucionando y su génesis está en ese año.

Antes de los noventa, se convive en un mundo sólido que consistía en establecer relaciones de proximidad, el contacto físico y puro de los sentidos hacia el mundo era importantísimo, la lejanía de las facilidades del internet interponía para las personas la importancia de conseguir una vida digna dentro de los estándares sociales: de tener una carrera, carro, familia nuclear, pareja para toda la vida y casa. El concepto de la estabilidad y eternidad lo eran todo, estos conceptos son reemplazados por la inestabilidad e indecisión, las generaciones modernas no se sujetan a nada sólido, solo importa el presente y su futuro es incierto porque ya no se fijan objetivos para conseguir metas.

Las inconsistencias en la vida de cada persona y sus decisiones sobre su desarrollo social distan de mejorar, cada vez el humano pierde control sobre las máquinas y sobre sí mismo en torno al tipo de sociedad que desea. Los efectos del avance a velocidades imperceptibles, el que todo cambie cada vez más y no se logre ni siquiera acoplar a lo más básico representa un derretimiento de las bases que sostenían el funcionamiento de las sociedades y ahora son inciertas, ni siquiera las estimaciones pueden ser tan exactas porque no se puede percibir el momento exacto en el que se desligara de algo que hoy es tendencia.

Esas nuevas herramientas para establecer relaciones interpersonales, crea también un nuevo sistema de comunicación, el cual posiciona a las personas como conectadas y no relacionadas en el sentido que estas van a tener contacto con los demás de manera efímera y lejana de entablar empatía y otras características que en antaño se consideraban básicas para las relaciones. Esas relaciones virtuales presentan un nuevo tipo de relación que más adelante podría cobrar sentido con la Inteligencia Artificial avanzada, sería irónico poder resucitar a un muerto porque medio de un análisis de datos de lo que pudo haber tenido en su vida virtual para que recree una personalidad y comparar un cuerpo clon que se hidrate en una bañera y tome parte de un registro virtual.

El desarrollo de los *media* ha creado formas de propiedad pública nuevas, completamente diferentes de la propiedad pública tradicional basada en la co-presencia. La característica fundamental de estas nuevas formas es que, con la ampliación de la disponibilidad ofrecida por los *media*, la propiedad pública de los individuos, las acciones o acontecimientos, dejan de vincularse al hecho de compartir un lugar común. Una acción o acontecimiento puede ser hecho público a través de la grabación, y

transmitida a otros que no están físicamente presentes en el tiempo y espacio en el que ocurre. Las acciones o acontecimientos pueden adquirir una propiedad pública independiente de su capacidad para ser vistos u oídos directamente por una pluralidad de individuos ca-presentes, (Thompson, 1998, p.169).

La tecnología se presenta como una oportunidad para generar más espacios y más tiempos para que las personas sean personas, y como seres humanos redescubrirse cultural y socialmente, a partir de la comprensión subjetiva del tiempo. La socialización tradicional no pierde igualmente sus bases porque esta interacción lejana podría cobrar sentido al agilizar los procesos de transformación de la tecnología y aunque la organización resulte más difícil por la cantidad excesiva de miembros.

Se entra en un proceso de apropiación de productos mediáticos, lo cual representa un fenómeno más de la posmodernidad y efectos de la tecnología, los sujetos toman su realidad sociohistórica particular y buscan a través de esos medios darles sentido a los mensajes mediáticos y aplicarlos a su vida cotidiana, (Thompson, 1998, p.226).

Las nuevas generaciones digitales desafían al mundo contemporáneo a una mejor comprensión de una nueva dinámica en las relaciones humanas y sociales mediadas por la tecnología, en el sentido que se establece una ruptura del concepto de las relaciones eternas, amorosas, conyugales o amistosas, cualquier tipo de relación en la que se deba establecer una conexión de compromiso.

Si se busca relación con otras personas, es recomendable mantener la distancia, para establecer relaciones duraderas y plenas se debe dejar a un lado el compromiso en todo su sentido. Se deben mantener las puertas abiertas constantemente, asegura (Bauman, 2016, p.11). Esto en el sentido que se necesita esa ruptura para poder superar ese miedo e inseguridad que atormenta al ser en el establecimiento de relaciones de proximidad física.

El mundo digital plantea una serie de retos de acuerdo con el contexto contemporáneo, como la reducción de la brecha digital, la gestión responsable de la información, la prevención de riesgos y vulnerabilidades, la educación en valores, la construcción de una

ciudadanía digital, el cuidado del ambiente, entre otros. Se busca la conexión del ser dentro del mundo virtual, y no una inclusión nueva dentro de la sociedad real local, es ese el verdadero sentido de la Aldea Global, salir del pequeño espacio territorial para evolucionar en la sociedad de conexión virtual y no física.

La tecnología no debe componer un fin en sí misma, ni debe fomentar nuevas minorías del poder y del conocimiento que generen procesos de exclusión y marginalidad virtual en la gente, sino que ella debe constituirse en una mediación para el acceso de la información y la conectividad para la población. De alguna u otra manera, la posibilidad que la tecnología nos permita comunicarse e interactuar de manera sincrónica y asincrónica superando las barreras del espacio físico y del tiempo, esta permite pensar y concretar comunicacionalmente esa Aldea Global a través de las redes sociales, la Internet, el software libre y la web.

Las conexiones a través de la web resulta de fácil acceso y salida, mientras las relaciones reales de cercanía física son todo lo contrario, (Bauman, 2016, p.13). Sucede porque los usuarios no están físicamente presentes y esa ausencia provee de mayor seguridad en torno a emitir opiniones, borrar amigos, bloquearlos y perder totalmente la relación en cuanto al sujeto se le antoje hacerlo, aunque esa situación puede provocar deslices a nivel psicológico porque al no enfrentarse a una realidad que el cerebro procese tal cual está programado, este se vuelve más perezoso y con menos capacidad de solución de problemas, de comunicación porque esos pequeños elementos del lenguaje corporal no tienen efecto cuando no se ve al interlocutor.

La exposición pública extrema, evitará que el ser humano desarrolle sus habilidades de comunicación interpersonal, que no supere sus miedos e inseguridades al no exponerse al mundo real sino a través de una pantalla. El descompromiso y la separación a voluntad propia tan solo distribuyen el sufrimiento y la angustia que genera, de forma diferente, (Bauman, 2016, p.14).

El no superar esas barreras que separan al ser del entorno social, lo convierte en un ser mucho más frágil en cuanto a que debilita sus capacidades de raciocinio a gran escala, de forma que se vuelve perezoso y genera una tendencia de querer obtener todo fácil, rápido y con características cada vez más variadas porque busca salir de lo cotidiano, de ser uno más de esa masa cada vez más unificada. Pero ese deseo multiplicador tan solo aumentas las estrategias del mercado por implementar más productos distintos que llegan a terminar por ser más aburridos y que los consumidores soliciten más.

En una cultura de consumo, se fomentan las soluciones rápidas, productos de uso inmediato, satisfacción espontánea; se esparce la seguridad de que todo tiene una garantía y será recompensado, (Bauman, 2016, p.22).

En algún momento la cuestión de las calificaciones en plataformas como Uber, Fan Page en Facebook o cualquiera que lo requiera podría llegar a ser un monopolio que controla qué se piensa socialmente uno del otro, se podría llegar a calificar a cada usuario, de forma que se definirían la clase social en cuanto a esa calificación y se viviera solo de estimaciones virtuales de presentación y el ser una buena persona. Si se analiza el lado positivo, se tendría de igual forma, que regresar a las bases que definen las relaciones humanas y simplemente categorizarlas por una calificación. Incentivaría aún más la cultura de consumo y la consecuencia puede llegar a ser que las relaciones que se establezcan no sean realistas.

La estructura social, aunque en gran parte no ha terminado de acoplarse completamente a una Aldea Global, se encuentra bastante cerca de llegar a un punto en el que se valora más lo que se dice en las redes que en la vida real, esto porque se ha tomado tanta confianza por el anonimato que las opiniones se consideran sinceras. De repente y todos terminarán dando órdenes por medio de Twitter y estas serán tan válidas como las impuestas por medios reales y personalmente.

El futuro de la sociedad depende de las nuevas características que forjen las generaciones actuales, de forma que terminar para siempre en el mundo virtual no es ilógico. Respecto al acompañante eterno (móvil), el ser se encuentra en la necesidad de que este aparato solviente todos sus problemas: de relaciones, financieras, aburrimiento, soledad; realmente tener el dispositivo activo no permite estar solo, se está siempre a una proximidad de contactar, se está conectado, se coexiste en el ciberespacio.

Cuando el móvil enciende un pequeño foco parpadeante, el individuo reacciona de forma automática para responder, el dispositivo lo condiciona. Las manos están siempre ocupadas y la atención dentro de ese mundo virtual, el ser mientras camina por cualquier espacio físico, está en el trabajo o su casa, este está conectado y los destinatarios también lo están y siguen su trayectoria. Los dispositivos móviles son para quienes están en constante movimiento, (Bauman, 2016, p.84).

Esa proximidad al celular ha definido incluso una conexión emocional con él, este reduce la ansiedad de conversar con alguien, y a la vez permanecer en su espacio, “ayudan a estar conectados a los que están a distancia y permiten a los que se conectan... mantenerse a distancia”, (Bauman, 2016, p.85). Mantiene a las personas en un estado complaciente e interdependiente, se está lejos y cerca a la vez; el cuerpo no se transfiere, más sí la conciencia. Se conectan dos conciencias y establecen una conexión al menos mediante un texto o videollamada, o llamada de voz.

El futuro de las sociedades se define por cuánto se evolucionen los medios para preservar el contacto humano y establecer relaciones seguras que no dependan de la aprobación virtual en la que si no se contesta un mensaje o reacciona a un contenido significa rechazo o una gran traición. La exposición excesiva ha provocado que el ser se vuelva mucho más sensible y exigente para satisfacer sus necesidades de ego y aceptación, no basta con tener una vida real para vivir.

10.3.4. Enfoque comunicacional

La exposición mediática afecta la comunicación en el sentido que se conforma un nuevo modelo que, si bien, no pierde su base lineal aristotélica, representa al menos una reestructuración en cuanto a los elementos que intervienen para que se transmitan mensajes. La comunicación virtual se caracteriza porque para que se logre la interacción deben utilizarse dispositivos que dispongan de conexión a internet, y esta debe ser libre de ruido, o sea, interrupciones de la línea proveedora del servicio.

De esta cuenta, la comunicación virtual, tomando como base que el proceso de comunicación, aunque presenta una variación gracias a las conversaciones a distancia, preserva siempre su base de modelo lineal. Incluso las computadoras funcionan con base a una respuesta a se le podría decir “estímulos” eléctricos, por supuesto con ayuda del contacto humano. Es importante reconocer el proceso que representa el enlace principal que provoca el tener un dispositivo que facilita, que inicia con el deseo de interacción adictiva y de ser expuesto en el espacio virtual:

1. Usuario, emisor.
2. Contenido que desea publicar, mensaje.
3. Ordenador, canal.
4. Contenido publicado en una plataforma virtual, codificador.
5. Opcional: un problema de conexión es ruido.
6. Usuarios conectados: Sociedad red o Aldea global, receptores y decodificadores.

Se recrea un proceso el cual también puede tomar en cuenta porque representa el enlace que hace posible la comunicación virtual. Aunque, la ausencia de la interacción personal de la cual carece la virtualidad desequilibra las características con las que fundó la sociedad, la institucionalización de ella junto con el lenguaje, la interacción pura humana: las relaciones interpersonales.

La comunicación a distancia que se da nada más gracias a la intervención de dos máquinas, que, si bien son controladas por personas, estas son las que hacen efectiva la recepción de mensajes, en el espacio virtual y los “mensajes” tan solo consisten en texto y el contexto de significación es incierto. Cada persona se encuentra en un ambiente diferente, y esto contrarresta la percepción del lenguaje no verbal, consiste más en una distracción de cada persona respecto a los encuentros.

No existe más que las imágenes, texto, vídeos y audios que no representan para nada los estímulos de una verdadera conversación cara a cara, en la cual intervienen factores ambientales y sensitivos. Los recuerdos ya no se basan en vivencias, sino en fotografías digitales y el contenido que se haya compartido lo largo de los años.

Presencialmente, solo queda el recuerdo de la habitación o acciones que la persona quien interactúa tiene durante la emisión del mensaje. Para esto la tecnología ha regalado no solo la computadora, ahora también el “teléfono móvil inteligente” que no es más que una versión compacta de una computadora, la cual puede cargarse por todos lados, y por medio del que se podrá tener conexión al ciberespacio todo el tiempo. El usuario está conectado, aún en movimiento y las personas con las que interactúa también lo están, esas conexiones permanecen a pesar de la lejanía de espacio y tiempo, incluso contexto social real, (Bauman, 2016, p.84).

Si existe un artefacto motivador para que las personas deseen estar conectadas, es el “móvil inteligente”, a través de este se puede tener acceso a todo: a supermercados, restaurantes, ubicaciones, bancos, colegios, universidades, amigos, esposo, familiares lejanos; a todo lo que engloba el quehacer de los individuos, les facilita tanto la vida que se han vuelto adictos, a esto Bauman lo define como un efecto de “enjambre”, porque todos están conectados por un celular y estos a su vez conforman una red, aunque esta nunca actúe unida. “Un agregado móvil, en el cual cada unidad, móvil a su vez, hace lo mismo, pero nunca de manera conjunta”, (Bauman, 2016, p.85).

Concretando el origen de la adicción, y la preferencia por la comunicación virtual, surge que, porque esta nueva forma de transmitir mensajes provee de anonimato y no solo porque no sea un usuario bajo un seudónimo o desconocido, sino porque las personas se expresan desde un espacio en lo que el público no los ve personalmente. Es fácil subir una foto que se ve totalmente bien porque ahora esos móviles traen integrados filtros que embellecen, y diversas herramientas simples para promover algo bello; y la posmodernidad el tema de la belleza es tergiversado.

Los estándares de belleza cambian rápidamente, aunque según Bauman en “Arte, ¿líquido?” la belleza es una cuestión inmutable, puesto que la idea de la belleza en la modernidad sólida ya no existe; la concepción de lo bello tiene sus bases en la característica básica de la liquidez: la innovación, la ruptura de lo monótono, la era del espectáculo, del “Kitsch” (actuación elaborada de mal gusto). Es decir, que entre más escandaloso sea un asunto, más atención se obtendrá por el público, esto aunado a la carga excesivamente emocional que se les otorgan a los sucesos.

Vivimos en un mundo saturado por la estética, pero un mundo en el que no hay objetos de arte, en el que no hay obras de arte. Sí, todavía hay algunas por ahí, pero están en los museos: y, acaso, podemos decir que lo que los cementerios son para los vivos, los museos son para la vida del arte, (Bauman, 2007, p.47).

Ahora bien, teniendo en cuenta el placer del posmodernismo por los espectáculos emotivos, contenidos morbosos, belleza aparente y mucha superficialidad, Umberto Eco también aporta respecto al deseo intrínseco humano del reconocimiento desde su ensayo “De la estupidez a la locura”, en la que resalta que para ser visto o expuesto al reflector público basta con salir haciendo cualquier tontería, ahora en redes sociales y YouTube, para ser reconocido ya ni siquiera solo por las personas más cercanas, sino por millones de desconocidos, que al menos interactúan con el contenido.

“Parecerá natural que los seres humanos busquen el reconocimiento por otras vías, y que la plaza del pueblo sea sustituida por la platea casi universal de la televisión o de lo que la

haya reemplazado”, (Eco, 2018, p.19). En este caso, las redes sociales son las plataformas, una voluntaria exposición pública, más que desagradar a las masas, estas son felices cuando una publicación alcanza más de 50 reacciones en Facebook, la cantidad de retweets de algún pensamiento (propio o no) compartido y los “me gusta” en Instagram por una foto en un hotel de lujo, con un fondo pintoresco cualquiera detrás, ahora las cámaras de los móviles son espectaculares.

Por otra parte, en el marco de la comunicación social o comunicación masiva, conviene mencionar dentro del enfoque comunicacional la concepción de Marshall McLuhan respecto a los medios que ha inventado el hombre para revolucionar su desenvolvimiento en el mundo, como “extensiones de sus sentidos”, es importante para contrastar el avance de la modernidad y sus efectos colaterales en el pensamiento y en los mecanismos que mantienen el orden.

Las sociedades siempre han sido moldeadas por los medios que el hombre ha inventado e impuesto como mecanismos de comunicación, y estos rigen su desarrollo, no por su contenido, sino por su esencia misma en función. McLuhan ejemplifica con el alfabeto y el aprendizaje de un niño pequeño, quien absorbe de forma inconsciente su entorno, lo que perciben sus sentidos; estos significados que resguarda están condicionados ya dentro de los parámetros de comportamiento, (Marshall McLuhan, 2009, p.6).

Es decir, la comunicación en la sociedad ha sido establecida bajo parámetros que deben considerarse como correctos o incorrectos para transmitir mensajes, se condiciona, se ha convencionalizado para establecer líneas específicas de pensamiento y de maneras de actuar.

Por ejemplo, la percepción de la realidad que transmiten los medios a través de las noticias se presenta como estos lo consideran conveniente para los grupos que han definido como consumidores de ese contenido, incluso los periodistas que redactan estas notas lo hacen

bajo lineamiento impuestos por los editores y en el trasfondo le dan tratamiento a la información de acuerdo con criterios propios, dista mucho de ser objetivo.

Además, los medios siempre responderán principalmente a esos parámetros institucionalizados que a su función como servicio social, como orientadores sobre lo que transcurre y sea de interés público, es base entender esto porque, resulta complicado comprender los cambios socioculturales si no se entiende el funcionamiento de los medios creado por el ser, (Marshall McLuhan, 2009, p.6).

Asimismo, se debe tener claro que todo lo que el ser humano ha implementado en función de facilitar su convivencia social y de sobrevivencia ha sido con intenciones de regular el orden social, el asegurar principalmente el incremento y mantenimiento de poder sobre los demás. De esta cuenta, surge el negocio de la información, el cual es importante para que se llegara a implementar una herramienta tan poderosa como el internet.

El negocio de la información tiene sus bases en la cuestión que la comunicación es parte de la vida y desarrollo humano, es intrínseca en el mundo, además ha servido desde el Imperio Romano con el famoso “Foro” o el “Acta Diurna” de Julio César, hasta la Revolución Francesa con Jean-Paul Marat, quien fundó un periódico con intención de mover a las masas para avanzar hacia la liberación y también promovió el poder de la prensa para lograr objetivos. Se impuso como una herramienta de control y dominación social, puesta que con un tratamiento adecuado influye en el pensamiento de la gente.

En términos económicos, la base principal para el funcionamiento de una empresa difusora de contenido tradicional es la publicidad, la venta de espacios dentro del medio físico, canal de televisión, espacio radial, entre otros., aunque en las páginas web sea Google el que administra los espacios publicitarios dentro de los dominios web, aún se cuentan con los medios físicos para saldar las cuentas, además, el uso de plataformas virtuales no resulta costoso mantenerlo.

Por esa razón, “la información otorga poder a quien la posee”, y pone a las empresas en una “situación de dominio intelectual, que otorga a su titular la capacidad de influir directamente en personas e instituciones”. (Iglesias, 2000). Los medios son una base para creación de opinión pública, implementan ideas a partir de la información que publican e incitan a los lectores inconscientemente a tomar un bando, a tener una postura como ellos quieren respecto a temas puntuales.

Los medios “independientes” que han surgido junto con la digitalización, proponen un modelo distinto, más información y servicio social que comercialización e incentivación de consumo, simplemente buscan crear una nueva brecha que defina lo que verdaderamente es el periodismo, sin embargo, deja siempre un hilo de duda sobre su verdadero manejo tras bambalinas. No se puede dejar a un lado la función que se le atribuye a los medios, como un mecanismo sofisticado de control y dominio social, que busca mantener la alienación y el orden de las masas.

Asimismo, el exceso de información que corre por el ciberespacio limita el entendimiento humano ante ella, lo que ha supuesto la implementación de programas informáticos para recopilar e interpretar grandes cantidades de contenido y extraer lo más importante mediante patrones resguardados por la Big Data, que se puede considerar como el “cerebro” de la red, aunque sin el tratamiento adecuado resulta en “basura digital”, según (Oliver, 2015).

Asimismo, dentro del contexto de la revolución digital, el comportamiento social cambia y conlleva a interpretar de diferente forma las cosas, el exceso de información que provee la red provoca un bloqueo en la mayoría de los usuarios, quienes prefieren ignorar lo más importante y poner interés en cuestiones simples y banales.

Por consiguiente, la emotividad se vuelve un lazo fuerte para captar la atención de la gente, y en ello nace la posverdad, uno de los principales problemas que puede enfrentarse con el análisis de contenido y no realizado solo por máquinas programadas (Bots) sino por

humanos, porque los mensajes estructurados bajo la posverdad son elaborados en línea con lo verdadero y es difícil determinar si es falso o no.

La falsedad de identidad del usuario en la red también constituye a una posverdad, es la analogía para simbolizar una imagen mítica como superior a deseos íntimos. Es decir, que las personas ya no necesitan únicamente el crear imágenes de hombre o mujeres sobrenaturales, pueden engrandecer su propia identidad para aparentar esos deseos. Ese pequeño detalle de que en la vida real es más difícil inmiscuirse en la vida privada, en el cotidiano, les da valor para proyectar una personalidad y vida radical en las redes sociales.

La sociedad posmoderna es susceptible ante el exceso de información a la que se expone a partir del surgimiento de la virtualidad, lo que constituye a una “infoxicación”, una cantidad incontable de datos que obstruye aún más la capacidad de entendimiento, y hace casi imposible el poder determinar siquiera si la información es verdadera o falsa. Por tal razón, se han implementado sistemas informáticos de inteligencia artificial (Bots) que se encargan de recopilar datos en toda la red a partir de lo almacenado en la Big Data.

Es decir, el trabajo puramente humano para la recolección de datos ya no es totalmente necesario, al menos con el contenido de la red, los medios convencionales están trascendiendo hacia lo digital, el desarrollo de la inteligencia artificial avanza significativamente, todo se vuelve mucho más sencillo en todos los sentidos para el ser humano. Este cambio, fue predicho por (Marshall McLuhan, 2009), aunque a partir de las repercusiones de la revolución eléctrica, que ha sido la base para el desarrollo tecnológico, además, un tema importante es que no solo ha cambiado los medios sino también el comportamiento social.

Por tanto, los medios que sugiere (Marshall McLuhan, 2009) como las extensiones de los sentidos del ser humano evolucionan y su última fase ha recaído a esta cuestión de la virtualidad. Las cuestiones físicas reales en todos los ámbitos se mudan hacia lo digital y poseer una identidad virtual, los libros y diversos tipos de materiales físicos ahora se

encuentra en internet, y las herramientas estadísticas también; la redacción de informes, las publicaciones, todo se orienta hacia la evolución de los medios.

Los próximos avances a la reciente Revolución Digital, es para seguir consiguiendo dimensiones sobre el proceso evolutivo de las relaciones humanas, aunque estas en su esencia siga teniendo las mismas bases; lo que cambia es el medio y los mecanismos de recolección de datos, de establecer relaciones interpersonales virtuales por medio de herramientas que asemejen lo máximo posible a las características humanas reales. Las facilidades de la tecnología para construir herramientas que faciliten el trabajo de campo y análisis de poblaciones por su amplio alcance.

Tal como asegura McLuhan: “el viejo entrenamiento para la observación se ha vuelto totalmente irrelevante en estos nuevos tiempos, porque se basa en reacciones y conceptos psicológicos condicionados por la tecnología anterior: la mecanización”, (Marshall McLuhan, 2009, p.6). Esa mecanización es lo que permite a los humanos adaptarse fácilmente a cualquier cambio, sin embargo, ese proceso no es rápido; mientras los medios superan las propias capacidades físicas e intelectuales del ser, estos aún se adaptan a los viejos mecanismos.

Tomando los medios como base, y con esto, no exclusivamente los de comunicación social, vistos como extensiones de alguna facultad humana, se podría considerar al internet como extensión conocimiento y la sociedad real; los medios como instrumentos de moldeamiento del pensamiento, como una “guía sobre qué pensar y cómo hacerlo”, formar una perspectiva e ideología social con base en toda esa información recibida a través de ellos.

Esos medios que creó el hombre para el funcionamiento de la sociedad son tan agudos en cuanto a las consecuencias que pueden provocar de forma personal, económica, política, estética, psicológica, moral, ética, y, sobre todo, social no deja a ninguna persona salva, sin transformación. “El medio es el mensaje”, (Marshall McLuhan, 2009, p.15).

Resulta esencial mencionar respecto a la “Sociedad red” a Manuel Castells, quien postula que el internet ha constituido a la virtualidad como una enorme red que interconecta a millones de usuarios, y constituye a partir de las redes sociales un mundo paralelo al real, la cual “representa un cambio cualitativo en la experiencia humana”, (Castells, 2005, p.557).

La “Sociedad red”, es determinante puesto que representa uno de los cambios más significativos que ha surgido a partir de la revolución digital, reestructura las relaciones sociales y engloba en un solo espacio a millones de personas quienes interactúan sin tener contacto físico, tan solo a través de cualquier dispositivo y comparten códigos interculturales, que a su vez constituyen también una cibercultura, y aunque ambas (sociedad red y cibercultura) no sean una representación fiel de la realidad, comprende un nuevo orden y un avance en el pensamiento colectivo e individual.

La “Sociedad red” compone una línea de pensamiento mucho más homogeneizada de lo que sucedería en la vida real, pues al contener a los diversos grupos que se encuentran sectorizados en la realidad, estos componen una masa mucho más extensa y diversificada, pero unificada porque pueden conectar, por esa razón se ha dicho ya que se pierde de cierta forma la identidad, la individualidad.

Por tal razón, Castells asegura que esa “tipología definida por las redes” carece de distancia entre nodos, resulta en una misma. “La distancia (o intensidad y frecuencia de la interacción) entre dos puntos (o posiciones sociales) sea más corta (o más frecuente, o más intensa) si ambos son nodos de una red que, si no pertenecen a la misma, (Castells, *La era de la información: economía, sociedad y cultura; la sociedad red*, 2005, p. 549).

Además, Castells agrega...

Son los canales de televisión, los estudios de filmación, los entornos de diseño informático, los periodistas de los informativos y los aparatos móviles que generan, transmiten y reciben señales en la red global de los nuevos medios que constituyen la base de la expresión cultural y la opinión pública en la era de la información, (Castells, *La era de la información: economía, sociedad y cultura; la sociedad red*, 2005, p. 549).

Sobre todo, los dispositivos móviles tienen un futuro mucho más definido porque la sociedad, la comunicación, el mundo va hacia la evolución tecnológica y la virtualidad, quizá hasta llegar a un punto en el que las actividades que requieran de refuerzos humanos lleguen a quedar nulas u opacadas por el trabajo de las máquinas.

La tecnología ha venido además a contrarrestar los procesos cerebrales, en palabras simples, facilita la vida cotidiana de las personas, evitan esfuerzos que se debían hacer en la era análoga, manual; implementa una costumbre, una adicción a la facilidad, vuelve a las personas como una especie de “zombi”, a entrar en un estado de adormecimiento, resultado de limitar el razonamiento y acciones cotidianas.

“Las leyes, los tribunales, la opinión pública, los medios de comunicación, la responsabilidad corporativa y las agencias políticas serán instancias fundamentales que contribuirán a decidir el futuro de Internet”, (Castells, *La galaxia del internet*, 2001, p.210) A partir de esa concepción del futuro cibernético, se puede definir que realmente todo se debe orientar hacia lo virtual.

Tan solo porque cualquiera de las redes se publique lo más básico de la vida cotidiana, se registra y crea un patrón de todos los datos que se ingresan a la plataforma, al menos si usa la verdadera identidad y se es sincero con la información que se provee en la red, se creará un registro con base a lo que realmente se es y surgirán tendencias que realmente se asemejan a los gustos reales. Se mantendrá no un reflejo, sino una proyección de lo que realmente se es, se podría decir que hasta la red conoce más de un usuario que él sobre sí mismo.

En fin, esa identidad expuesta al mundo virtual, interactúa constantemente tanto en la vida real como en la cibersociedad, incluso puede surgir que sea más en la segunda que en la primera. Realmente, puede resultar más placentero interactuar desde la comodidad del hogar que salir para tener una plática con alguien o emitir una opinión, incluso, se toma más valor para expresarse desde el anonimato de no decirlo personalmente que el hacerlo

frente a frente. Resulta más fácil porque es más extensa, la conciencia se puede transportar a otro lugar sin la necesidad que sea físicamente.

La realidad virtual, por ejemplo, desconecta al ponerse los lentes de realidad virtual se crean experiencias sobre un evento que tan solo es una mezcla de recuerdos pasados que el cerebro ha registrado a lo largo de la vida. Sin embargo, es una experiencia total hacia la virtualidad, pronto incluso se podría crear un chat de realidad virtual y sentir que una persona está frente a otra.

La exposición virtual queda en evidencia cuando al tener un perfil en todas las redes sociales virtuales más populares como Facebook, Instagram y Twitter, se hace pública la identidad de una persona, pone su foto, provee datos básicos sobre su personalidad, expone indirecta o directamente todo sobre ella. Posterior, se comienza a publicar sobre a qué lugares van a comer, van de viaje, qué hacer, qué piensan, ahora hasta cómo se sienten.

El tener en un espacio virtual, en una plataforma con fines públicos e interacción información sobre uno mismo, lo convierte en una figura pública, aun así, no lo quiera; en ellas se está expuesto, tan solo al registrarse en la página. De una u otra forma, la huella digital queda registrada en el mundo virtual. De forma indirecta se proveen datos de importancia para el registro.

Por lo anterior, se debe tener por sentado que nada de es casualidad en cuanto a la publicidad que aparece “personalizada” en cada página que se visita: que a las mujeres les aparezcan las últimas tendencias de las marcas de maquillaje más populares, sugerencia para seguir páginas determinadas, colocar nombres de usuarios determinados, tendencias de moda, sugerencias de amistad. La huella digital constituye a que nada de lo que se en la red sea casual, es infundado y hace creer a las personas que es algo real, y que ellos mismos han deseado encontrar.

Las empresas de telefonía y cualquier aplicación virtual obligan a mantener encendido el GPS, es decir que, gracias a eso, se conoce en donde se está ubicado en cualquier momento. Asimismo, acceder a las cámaras integradas, registro de voz, huella digital, rasgos faciales, todo se registra y se guarda para posteriormente ser analizado en cuando sea necesario y por parte de cualquier entidad o tercero que desee tener acceso a esos datos. No podría cobrar más sentido la profecía de Orwell respecto al dictador omnipresente, que es el internet.

La tecnología expone a las personas a un mundo en el que no pueden ocultarse, de alguna forma tiene que mostrar algo de sí mismas, al menos para el “Dios” del internet, no hay nada que no sepa, porque esas páginas a las que no se le cuenta a nadie que se visitan, quedan registradas en la Big Data.

La exposición mediática pone a las personas bajo un ente que observa todos sus movimientos, sus dispositivos más que herramientas son espías que a cambio de gratuidad, acceso ilimitado a información y una salida para su soledad. Las grandes empresas que dominan actualmente el mundo como Google, Facebook, Apple y Twitter, cuentan con grandes cantidades de datos de usuarios los cuales manejan a su antojo y se respaldan en políticas con letras pequeñas e instrucciones complejas y tediosas que no tienen sustento legal formal, (Ariza, 2015, p.43).

Es gracias a toda esa información que hasta se podría crear una copia virtual de la conciencia y personalidad propia y guardarla en una pequeña memoria de algunos Terabytes. Se encuentra tan invisible ya la línea entre la privacidad y lo público, que se puede imaginar que lo privado en realidad nunca ha sido tan formal, de una u otra forma siempre han existido bases de datos respecto a todas las actividades que una persona hace.

La Big Data resulta en una galaxia de información incalculable para el razonamiento humano, pero fácil de extraer para una máquina. Esos patrones que crea se extraer para aclarar un perfil respecto a lo que los consumidores desean, y esto gracias a la información

que voluntariamente se ha proporcionado a la red y todo porque se prefiere arriesgar para obtener facilidades, “escuchar la palabra “gratis” es irresistible, se han convertido en embajadores de la gratuidad”, (Ariza, 2015, p.43).

El sistema de mercadeo ha encontrado en la Big Data una solución a los sondeos para determinar la mejoría en productos, los gobernantes saben con mayor facilidad las tendencias de una sociedad y la opinión pública. Se pueden utilizar esas herramientas para un control masivo mucho más exacto, pero que también significa la pérdida de individualidad de cada ser existente.

Los datos que se proporcionan y luego esas grandes empresas informáticas venden los datos a terceros según su conveniencia, y, a falta de legalidad en la utilización de esos datos y penalización por ello, nadie puede hacer nada; tan solo consuelan las pobres políticas de privacidad para solventar la inquietud que pudiera causar exposición de esos datos. Se han formulado estrategias de marketing tan elaboradas que ni siquiera son perceptibles para las personas comunes, pasan desapercibidas y no se tiene ni la mínima duda que son el producto de esa exposición que deseó tener, tener una vida virtual de confesionario.

El deseo humano de ser visto y no quedar olvidado o excluido le ha conducido a un nivel de razonamiento cada vez más pobre, el internet convierte al ser en masa más que nunca, se delimita el renombre a la simple actividad en la red recopilando datos numéricos, algoritmos que definen quién se es. Las tendencias son más fugaces, más absurdas y limitan las habilidades básicas de comunicación interpersonal, el no exponerse físicamente se vuelve mucho más difícil que en el futuro se deseen relaciones reales, de uno a uno.

El dispositivo móvil ha pasado a ser la identidad virtual andando junto con la real. Se ha aceptado voluntariamente a la exposición virtual, el mismo deseo interno de ver vistos facilita a los mecanismos de control el obtener información fácil sobre cada uno de los usuarios. Se tiende a priorizar mucho más la imagen y suscita competencias por quién tiene el mejor contenido, quién logra más reacciones en sus publicaciones, quién tiene más

popularidad. Los memes son vivo resultado de la pereza mental, ahuyenta la lectura y el pensamiento crítico, no importa si su contenido tiene alguna pequeña parte de razón, se le ha asignado como una de las principales facilidades de la comunicación virtual.

El mundo virtual representa la misma o mayor importancia que el mundo real, en cuestión de promover la imagen y la personalidad, de venderse para ser aceptado en esa sociedad, sin importar que en la realidad no se conoce ni a la mitad de los seguidores que tiene, la mayor parte son conocidos o que en algún momento casualmente se vieron al menos a distancia y por amistades cercanas se sepan quién es.

Debido a la masividad de las redes sociales, se puede notar a la cantidad de gente a la que “le agradamos”, consulta o interesa la información que publicamos. Entre más atractivo visual y polémica sea aún mejor, mayor alcance se tiene. No se tiene censura en el hecho de publicar estados o fotos de actividades cotidianas, incluso si una persona está sentada en su cuarto sin hacer nada, se toma una foto, la sube y logra tener interacción.

Las sociedades se han vuelto tan perezosas y sedientas de entretenimiento que, los medios organizan su agenda en la que al menos las noticias centrales sean políticas y de situaciones polémicas, lo máximo posible porque solo de esa forma se logra tener mayor popularidad. Necesitan atractivos impactantes seguidos para aumentar sus números.

Un avance tecnológico, más allá de una computadora y ciberespacio, que funciona a partir de algoritmos y programaciones exactas es: “la inteligencia artificial”, que interviene como una innovación para asimilar y quizá evitar al propio ser humano el computar él mismo tareas cotidianas. Si esto llegara a desarrollarse a tal punto de sustituir o superar al humano sería catastrófico.

Las máquinas, si bien, podrían llegar tener una conciencia propia y tomar decisiones peculiares, tan solo limitarían aún más el razonamiento crítico de los humanos. No sería

ilógico pensar que podría obstruir la correcta evolución del cerebro al sustraer la actividad cerebral, es decir, a pensar menos, a realizar menos actividades.

El proceso comunicativo que surge entre las personas por las plataformas virtuales implica a dos máquinas que trabajan por medio de códigos binarios diversos, en función que responden a transmisiones humanas y compone a su vez, un signo similar al real: el lenguaje cibernético, que consiste en una mezcla de expresión escrita, con base en caracteres (signos) que son codificados por la computadora.

Además de la transmisión de códigos entre máquinas, también está la conciencia de cada uno de los individuos detrás de esas máquinas, el origen del código que se desea transmitir, esto involucra el proceso real de producción de signos a partir de una premisa, del proceso químico eléctrico del cerebro. El sistema por el cual se traducen los mensajes cibernéticos es el hipertexto, que es el lenguaje escrito en un sistema virtual coexistente.

La comunicación humana y la de las máquinas, analizada conforme a los elementos del signo, se diferencia entre el sentido y señal, entendidos ambos como: a) un proceso biológico que posee el humano y b) una señal autónoma eléctrica compuesta por un sistema de códigos binarios. Aunque el cerebro humano también funciona a través de patrones, estos se correlacionan en un proceso complejo y se contrastan los signos interpretados a partir de registros de memoria cultural; el ser humano es una unidad cultural.

10.3.5. Enfoque cultural

La Revolución Digital ha impuesto, a su vez, además de una ciber sociedad también una cibercultura y esta es aún más amplia y generalizada que la de vida porque reúne a múltiples culturas reales en un solo espacio. Se compone una realidad de interpretación de signos que forman una cibercultura, y esta, se presenta, no como un sistema complejo, sino universal de significación dentro de ese espacio. Eco, plantea que, el sistema modelador

primario del ser humano es el lenguaje verbal y todas sus composiciones complejas, desde los movimientos faciales al emitir cada letra hasta su implicación pragmática.

Los inventos del hombre se consideran entonces como parte determinante de la formación de la cultura, el constituir a un objeto un uso específico que puede propagarse, como el celular para facilitar los procesos de comunicación. La significación que el ser humano le da a un objeto dentro de una cultura es la que determina el sistema de codificación de este y esta situación es la que da lugar a que, en la red, el hecho de tener “anonimato” permite el crear nuevos signos que se utilizan como herramienta para incidir en la opinión pública, no necesariamente de manera positiva.

Además, siguiendo en la línea de las convenciones sociales del lenguaje y comunicación que planteó (Habermas, 1992), respecto a una pragmática universal en torno al lenguaje, convendría en el sentido que la red constituye a una sociedad globalizada, entera y no local. Se debe implementar como una nueva sociedad que debe regir no solo por las convenciones sociales reales históricas, sino también por una generalizada que pueda mantener un orden social dentro de ese espacio. Que cada usuario cumpla una función comunicativa y un deber social, tal como sucede en la realidad cuando la reacción del individuo es consensuada por la realidad social.

Por su lado, Bauman, asevera hace referencia a la máxima de René Descartes en el sentido de la exposición que provee la red para el ser humano respecto a que ya no sería: “Pienso, luego existo”, si no, “salgo en la televisión, luego existo”, y, ahora dentro de la sociedad red sería “tengo un perfil en redes sociales, luego existo”. Y es realmente cierto, los límites para conocer personas en la era análoga eran bastante causales, mientras en la virtualidad estas se vuelven selectivas y desechables, líquidas.

Con Twitter ya no hace falta salir en la televisión, no hace falta pedir permiso de ningún consejo editorial. Ninguna compañía facilita el acceso, el usuario por sí mismo puede acceder y emitir sus opiniones. Twitter es la manera de evitar ser excluido de la esfera

pública³¹. En el ámbito social, cambia la perspectiva de imaginarios colectivos a las individuales, puesto que tan solo las plataformas ofrecen un perfil único “personalizado” para cada usuario, y el exceso de contenido genera la ilusión de querer sobresalir de ese montón.

Según, Lipovetsky esa noción de personalización e individualismo, se debe a la “hipermodernidad”, característica de las sociedades posmodernas, quienes viven una etapa de fluidez, “desligada más que nunca de los grandes principios estructuradores de la modernidad”, (Charles, 2006). Es una explicación parecida a la de “Modernidad líquida” de Bauman, en torno a la evolución de las bases que definían el sostenimiento de las sociedades, la virtualidad no solo conforma un nuevo espacio de convivencia social gratuito y sencillo, también requiere de ciertos sacrificios de los que aún no se tiene conocimiento profundo, y que afectan significativamente el desarrollo.

Aún se mantiene una búsqueda de privacidad, a pesar de las exigencias y ambición por el reconocimiento social, propio del posmodernismo. Esto satisface y se percibe como un lujo emocional, psicologizado, el cual reemplaza la ventaja del melodrama social por la de sensaciones íntimas, (Charles, 2006, p.27).

Incluso, en el ámbito artístico se sufre una ruptura de las bases sólidas, la virtualidad, empero, reestructura todos los aspectos de la existencia humana, el funcionamiento del mundo y del ser humano mismo en todos sus niveles cognitivos y evolutivos.

Por otra parte, surge otro fenómeno que incide en las tendencias psicológicas de las sociedades actuales como efecto de la virtualidad: la posverdad, sobre todo, representa un mayor grado de estudio porque sus bases se respaldan en argumentos de apariencia verdadera, es una mentira emotiva. Esto resulta de otra característica que surge de la posmodernidad: la carga emocional a todo el entorno comunicativo, los individuos actuales

³¹ <https://www.youtube.com/watch?v=EnGbblGx4>

crean un vínculo emocional con cualquier tipo de información que reciban, una vez esto tenga relación con la aceptación que requieran del entorno social.

Como ejemplo, los discursos de lucha social, el decir un lema como: “juntos vamos a liberar a nuestro pueblo de la represión” o el típico “mientras haya pueblo habrá revolución”, son frases que tienen una carga emotiva muy intensa, lo cual da lugar a que se pueda utilizar como referente sin siquiera tener una noción básica sobre la problemática nacional e histórica.

El atribuir valor a una movilización social sin sentido alguno, el promover una lucha inexistente en lugar de utilizar los recursos de los que se dispone por el sistema para mejorar las condiciones, plantear estrategias, proponer soluciones supone simplemente una queja y aunque dichas frases se utilizan como motivación, no deberían representar un lema que defina una movilización social porque carecería de fundamentos reales.

La posverdad, en palabras simples, es una mentira armada a base de premisas verdaderas, teniendo como resultado un juicio con apariencia verídica y además posee una carga emotiva. Es una premisa A y B verdadera con una conclusión falsa, se adentra al tema de la moral, desde la perspectiva como sociedad, es una mentira oculta bajo una verdad subjetiva.

Llega a tal punto que las personas desarrollan una idea que creen que es la correcta, pero resulta ser solo el efecto de una confusión global, se formula una especie de relatividad epistémica³², es la forma en la que la posverdad incide en la opinión pública, ese pequeño, pero importante detalle “la emotividad” es el ingrediente principal. Las sociedades modernas son mucho más emocionales, resulta mucho más fácil para ellas canalizar sensaciones y de esta forma poder implementar ideologías de manera eficaz y sencilla,

³² Confusión a partir de la aceptación de las cosas. Tomado de: <https://kenanmalik.com/2017/02/05/not-post-truth-as-too-many-truths/>

porque influye directamente en la cultura y orientación política, religiosa; de cualquier índole que corresponda a los valores que desarrolla cada uno dentro del colectivo.

Las sociedades están profundamente sometidas, a tal grado que ni siquiera se cae en la cuenta (conscientemente) que las creencias e ideologías son producto de lo que los medios de comunicación y los poderes han impregnado en cada uno. Recae en el resultado de las convenciones con las que se concretó la comunicación y el lenguaje; así como las instituciones que rigen un orden.

El hombre crea según lo que descubre sobre sí mismo en su propia visión de la realidad, y a partir de esto es que se constituye la construcción de mensajes, de discursos que propagan y crean un patrón al que se denomina “cultura”. En este punto de globalización de ideas y signos que surge con el ciberespacio, la máquina podría llegar a contar como una unidad cultural, puesto que sin ella no se puede acceder a la cibercultura.

Una unidad cultural es una entidad observable y manejable es observable porque el ámbito de una cultura se manifiesta por medio de sus interpretantes; palabras escritas, dibujos realizados físicamente (ahora en versiones digitales), definiciones expresadas, gestos y por lo tanto comportamientos de un género particular y convencionalizados, como entidades sígnicas, entre otros.”, (Eco, 1973, p.p. 179 y 180).

La virtualidad dota de ideales e ilusiones a las masas, porque el hecho de poder ver cualquier lugar del mundo, cualquier situación, la situación misma de exponer su propia privacidad, enriquece el deseo íntimo de pertenecer. Según Eco el elemento de reproducibilidad atribuye un valor común al original, lo que concierne a una teoría de las mercancías en la que, si no se valida la consideración estética resulta en materia para los críticos de las costumbres y para los fustigadores de las aberraciones sociales.

El placer que general la ilusión de autenticidad a toda costa es el producto ideológico de una sociedad mercantil, y, cuando una reproducción de cualquier material es buena, siempre se tiende a preferir el original, es decir, una cualidad tendenciosa en que se sobrevaloran las copias de algo solo porque representan una “marca”, no es algo real. Es

como valorar una copia de alguna obra de Dalí en cualquier lugar, representa simbólicamente, pero no se le debe la valoración real. (Eco, 2000).

En la sociedad globalizada este proceso de reproducción se da no solo con los objetos en cuestiones mercantiles y en pinturas complejas, las cuales, aun así, tienen cierto valor, al menos simbólico para las personas el hecho que, la idea de este surge del artista de su agrado, también ocurre en la cotidianidad de las personas, el imitar acciones a partir del deseo de ser único y reconocido.

Las sociedades posmodernas tienden a seguir esas prácticas en cuestión que consumen basura, pero si tienen una marca que ellos consideran que los representa, se les asigna un valor emocional sobrevalorado. Es tal como el efecto de reconocimiento, si se compartiera algún material auténtico en mundo tan saturado de información, no tendría nada de valor a menos que precediera lo común y que es tan difícil de conseguir, en cambio si se reproduce nada más algo que esté de moda es mucho más probable que sea admirado por fanáticos.

El fanatismo forma parte mucho más natural ahora de la sociedad que antes, porque la cultura como sistema de signos que son interpretados por una sociedad de masas en todo su esplendor, estos van a reaccionar en un proceso cotidiano, puesto que están adiestrados en lo más profundo; la misma asignación significativa de los signos es pura convención, se descodifican mensajes y se interpretan de forma natural a su cultura. Esa mecanización o adiestramiento intenso condiciona al ser a llevar una vida prendida del dominio imparable, y este se acopla a esos ideales con tal facilidad que su mente está para siempre forzada a la cotidianidad.

Es por esa razón que la cultura es el contenedor de signos que representan y marcan el desarrollo sistemático de una sociedad, de una masa. Por eso Eco considera los signos como una “fuerza social”, no solo efectos que reflejan las fuerzas sociales”. (Eco, 1973). El internet y su expansión incontable, permite un control social mucho mayor, con estrategias mucho más simples de extracción de datos privados.

En consecuencia, el internet, vista como una red global que conecta millones de computadoras, de nodos que proveen información, y, a su vez, recrea un espacio cibernético o ciberespacio considerado como parte de la esfera pública. Es importante reafirmar que ese mundo global se contrasta con la teoría de modelos de mundos posibles, y estos en general son “pequeños mundos”, formados por los grupos asociados que, al menos indirectamente se encuentran en una posible conexión entre sí, y estos pueden ser identificados como esos nodos; son personas en su propio espacio y a la vez conectados.

Se puede crear a partir de ello, un enlace de características reales y virtuales, como un mundo coexistente, y, hasta cierto punto, no totalmente ficticio. Las personas cierto toque de falsedad, puesto que proyectan superficialidad, una mejor versión de sí mismos basados en mentiras; en una realidad aparente, en una posverdad. Estas personas están indiscutiblemente abiertas a ingresar en ese mundo sin importar estar presas en el panóptico digital que consiste en una sala repleta de pantallas encendidas las 24 horas observando, quieren ser observadas.

Sin embargo, qué pasa con los bajos porcentajes de personas que no quieren ser vistas, que evitan la tecnología con tal de no exponer su información, que les gusta ser invisibles, porque en la actualidad se considera que quien no esté en las redes no existe. “El halo de reconocimiento intersubjetivo que se forma en torno a los valores culturales no implica todavía en modo alguno una pretensión de aceptabilidad culturalmente general o incluso universal”, (Habermas, 1992, p.40).

El desarrollo en el ciberespacio en cuanto a ciber sociedad, compone también una cibercultura (mucho más universal que la real) se puede considerar como un modelo de pequeños mundos por tres de las características que propone (Eco, 2000, p.218), aunque quizá el valor sería mucho más universal, puesto que el espacio está abierto a todo público, es generalizado, se puede enterar desde Guatemala lo que pasa en este momento en China o

cualquier otro país, no se tiene límites, simplemente es que la información primaria se adecúa al contexto de cada persona y cada país en la vida real.

El mundo virtual provee al ser humano un nuevo modelo de interacción social y comunicacional, el tema esencial es cómo se conforma ese sistema en el que se desenvuelven personas reales, en procesos comunicativos constantes que se dan de forma indirecta: de la consciencia humana se resume en la traducción códigos que la computadora interpreta del teclado, luego, la recepción y descodificación de la máquina opuesta para que el interlocutor interprete el mensaje recibido y transfiera su posible respuesta.

La virtualidad ha generado herramientas como cuando el hombre primitivo iniciaba a descubrir objetos que utilizaba para sobrevivir, el ser siempre encuentra la manera de acoplarse a los ambientes y cualquier situación nueva de la existencia, sin embargo, en este punto tan complejo de la tecnología, es demasiado probable por no decir que es un hecho que las máquinas van a superarlo.

Ya no resulta en una teoría irreal o idealista en lo más mínimo, mucho menos efímera, la era digital va encaminada a evolucionar y limitar al humano en cuanto a sus habilidades. El internet ha generado nuevos modelos comunicativos, como la intercultural a larga distancia, publicitaria; en fin, los grupos sociales en las redes intervienen dentro de su marco cultural, aunque tendrán acceso a contenido que involucra a otras culturas, sin importar que el origen de sus nodos sea distante, en algún punto estos van a encontrarse.

Se puede constituir al ciberespacio como un mundo posible, lo que constituye un pequeño mundo, aunque no esté totalmente unificado está la posibilidad de unir esas conexiones, pero no se puede predecir. Asimismo, no se formula como un mundo ficticio del real, más bien, coexisten como un mero reflejo de la realidad física, pero con mayor libertad y alcance.

En este punto, también interviene la teoría de la máquina del fango de Eco, puesto que define que tener un enemigo es importante para definir la identidad, para medir los valores, y al enfrentarlo, mostrarlo. Por lo tanto, cuando el enemigo no existe, es necesario construirlo.

La función de la máquina del fango consiste en un mecanismo para deslegitimar a una persona, tomando como base la reproducibilidad del contenido que se comparte en la red. Aunque se respalde en calumnias y mentiras, la cualidad de su viscosidad, de suciedad pretende sumergir a la persona y que esta no se libre del daño. Este mecanismo tiene como aliada a la posverdad, puesto que a partir de ella surge el efecto, se hace creer al público que el contenido es real y que las acusaciones son verdaderas porque están bien elaboradas

En esta parte, también se puede contrastar con las teorías respecto a la imagen de Roland Barthes, proponiendo como punto inicial el publicar la vida privada, compartir una fotografía en un lugar junto con la ubicación geográfica en ella, es algo considerado dentro de los parámetros, se ha convertido en una “moda” exhibir la vida privada.

Se puede contrastar también con las teorías respecto a la imagen de Roland Barthes, partiendo de las publicaciones de la vida privada en las redes sociales, publicar una fotografía es el ejemplo más claro, y con ella, la ubicación exacta de donde se tomó; si se está en algún lugar pintoresco, y que también es popular, resultará más conveniente para el usuario publicarla.

Ahora bien, esas experiencias íntimas que cuando solo existía la fotografía análoga el único propósito era capturar un momento, que representaba solo un recuerdo. En cuestión, se consideraban a grandes rasgos las dos funciones subjetivas que suscita una fotografía en toda su composición visual: *punctum* y *studium*, ambas tienen relación con el nivel interpretativo emocional respecto a lo que representa esa fotografía, tienen relación esencial con el significado connotativo.

La fotografía en las redes representa a la figura humana expuesta con supuestos fines “estéticos” que sirven de enlace para llamar la atención, según se tengan establecidos los estándares sociales, la función de esa fotografía es simplemente conseguir opinión por parte de los espectadores según esta les transmita. Se aprovecha además la reproducibilidad del contenido para atraer a más seguidores, entre más sean, mucho más van a satisfacer el vacío o intención que tenga quien hace esa publicación.

El público que observa la fotografía le asigna un carácter antropológico a esa composición, de acuerdo con cualquier rasgo que corresponda a un elemento que haya guardado su cerebro para interpretar la imagen, respecto a lo que va a sentir al verla, corresponde a una experiencia pasada, por cultura histórica y genética; según esto las cosas pueden adoptar un significado determinado.

Además, el texto acompañante de la imagen representa también el mito porque el individuo autor de ese mensaje asigna esa proposición a la imagen, es decir, le asigna según parámetros culturales lo que hace en su cotidianidad, puede que solo proyecte una versión pormenorizada de su vida en torno a una posverdad, sin embargo, este le asigna una intencionalidad. Busca a través de su imagen revalidarse, no pide la opinión antes de nadie para publicar una fotografía, esta resulta nada más un reflejo de su autoestima, de lo que desea ser; busca validación.

En este punto incide qué tanto importa los otros respecto al “yo”, estos influyen, sí, pero no intervienen directamente, es tan solo que llena vacíos emocionales en cuanto a su grado de soledad y relación consigo mismo, todo es tan efímero que resulta inevitable tratar de innovar, es por eso que se adoptan fácilmente las modas. Las modas son resultado de lo que Barthes define como “mito”, un concepto naturalizado de la realidad que no lo es, tan solo con el fin de que las masas creen que es correcto y no se revelen, es parte del porqué se cree que la exposición es buena.

Se ha dicho varias veces que se vive en una esclavitud moderna, la virtualidad conforma el sueño de los grupos de poder, centralizar a todo el globo en un solo espacio para impactar a todos a gran escala y desde una computadora con un programa informático que analice datos, resulta más que fácil controlar a partir de esas identidades en el ciberespacio. Y qué mejor que estas no se revelen en contra de los parámetros bajo los cuales se controlan los datos proporcionados, si se instauro un normativo en cuanto a la protección de datos y privacidad, estos perderían la oportunidad bajo la cual implementaron el internet gratuito y comercial.

Publicar una determinada foto, de determinados lugares, proyectar una imagen u opinión; seguir tendencias y modas, están predeterminadas para la alienación. Por tal razón, siempre se verá mucha más banalidad e ignorancia, material de mal gusto, porque para las clases altas es mucho más fácil controlar a quienes no muestran interés por la realidad.

La alienación de publicar cualquier foto con tal de ser visto y generar opinión, seguir tendencias absurdas con tal de ser aceptado limita al ser a terminar como un sumiso de la tecnología, un alimento del ego desmesurado. El material de mal gusto es una moda y se acostumbra a ello con gran facilidad, se controla fácil a quien no se interesa por la realidad sin más.

En este punto, también intervienen dos puntos que complementan la función del espectador: studium y punctum, el primero se trata sobre la esencia básica y cultural que define lo que va representar una imagen, el interés del gusto inconsecuente: “me gusta/no me gusta”. La cotidianidad de las generaciones digitales se resume en la validación de su contenido, nada más que eso, ya no se valora lo real, ahora surgen comentarios como: “me gustó tu foto de Facebook, o tu estado, historia”; todo el material virtual.

Con base a lo que Barthes explica, respecto que el gusto por alguien, la participación cultural de los rostros, los aspectos, los gestos, decorados y de las acciones forman parte del material del consumo estético, se puede afirmar que la cultura de masas y la cibercultura

tienen la característica de constituirse de costumbres y modas globalizadas. Las grandes mayorías imitan, y realizan acciones similares, en cadena; están como programadas.

El sistema de los grupos dominantes limita a las masas a orientar su cultura hacia dos situaciones: consumismo y producción; cualquier impulso que conduzca y promueva al consumo para volverlo un hábito, una necesidad, y energía e intelecto para la producción, para que puedan activar la actividad económica mundial. La virtualidad provee de herramientas que facilitan el desarrollo social y cultural, pero se oculta bajo el pretexto de beneficio, mientras solo recopila datos de forma masiva que permite generar registros de identidad, mediante patrones de cada usuario para incentivar las estrategias de mercado, investigación, mantener la actividad económica y laboral a flote, convirtiendo al ser en un instrumento de la sociedad y en esclavos de los grupos dominantes.

La imagen es una composición de signos que están ligados a interpretaciones con base en la cultura, se rige bajo estándares de belleza y estética; simboliza estatus y muestra de un recuerdo para los demás, es una forma de proyectar quién se es, el material gráfico es mucho más efectivo ahora, es por esa razón que las redes consisten en poco texto y más gráficos. Es sencillo promover una identidad aparentemente aceptable para ser reconocido, para convertirse en una figura pública por deseo y voluntad propia del sujeto que desea atención.

Al estar expuesto públicamente sin limitaciones, el ser se ve propenso a las amenazas constantes, puesto que el ciberespacio transgrede sus posibilidades, es un espacio demasiado amplio, difícil de comprender y manejar por sí solo. Resulta difícil generar contenido realmente adecuado, las imágenes denotadas, controlar las connotaciones, todo esto depende de cómo adapte su “yo” a un espacio mucho más globalizado; de llegar a un público demasiado amplio para controlar.

La cultura es un mito, está constituida por costumbres generalizada por la lengua y el habla, (Barthes, *Mitologías*, 1999). Es parte del establecimiento institucionalizado de las

funciones humanas para el funcionamiento en las sociedades, es una herramienta para controlar a las masas, para preservar el poder en grupos pequeños. La imagen resulta importante porque es una representación visual que congela el carácter de un momento, es una representación física que se acopla a la percepción de la realidad de los otros.

La cultura representa un sistema de costumbres institucionalizadas, están definidas por los grupos que establecieron desde el inicio se establecieron como tal, con el transcurso del tiempo nada más se van tipificando, normalizando y acoplando a ellas. Es evolutiva, y en cuanto a la actualidad se acapara de la necesidad de exposición del individuo para su validación dentro de esa cultura virtual, es la base principal de esa nueva imposición.

Los sistemas culturales, según explica Habermas consisten en una recopilación de opinión expertas sobre lo que conviene o no para las sociedades en torno a las costumbres, es irónico lo fácil que resulta la manipulación y control por medio de la cultura, puesto que aprovecha que el cerebro humano funciona a partir de patrones, o sea, de eventos repetitivos, por tanto acoplar el pensamiento a ideales absurdos no resultad difícil, y básicamente, todo es infundado para conveniencia, incluyendo el conocimiento que considera “objetivo”.

En cuanto se diferencian sistemas culturales de acción como son la ciencia, el derecho y la moral, las argumentaciones a las que la institucionalización de esos sistemas da continuidad, argumentaciones, pues, realizadas ahora por expertos, se refieren a esas pretensiones de validez de nivel superior que ya no van ligadas a manifestaciones comunicativas sueltas, sino a objetivaciones culturales como son las obras de arte, las normas morales y jurídicas o las teorías científicas, (Habermas, 1992, p.p. 66 y 67)

Regresando al tema virtual, el ser humano se constituye a la vez en un “ser red”, no solo por convivir con la cibernsiedad y seguir costumbres de una cibercultura, sino porque la real también es una red de interconexiones, si bien la web se puede escapar de las relaciones de compromiso, cada persona representa un nodo y este es el punto en común; es la conciencia, que se encuentra en conexión con otras, es una línea delgada la que limita la comunicación entre ambos, y eso es lo que los mantiene interconectados en ese espacio.

En cuestión, la lengua y el habla forman parte de la institución social, de una convención cultural para el control de masas y orden social. La comunicación en correlación con la cultura, se relacionan en el sentido que regula la conducta y relaciones entre los seres humanos en torno a generar costumbres e imitación.

En la línea de la imagen con relación a la cultura, los elementos de interpretación están ligados a la subjetividad, a la connotación. El impacto que tiene se mide en reacciones, estas representan la aceptación por parte del resto de acuerdo a la publicación, a lo que el emisor desea transmitir. Según Barthes, estas valoraciones culturales de la imagen recaen en el *punctum* y *studium*, conceptos ligados con lo interpretado según los conceptos propios culturales interno de los receptores.

Además, la “pose” constituye el arte de exhibición voluntaria por parte del objeto, quien no es sorprendido por el fotógrafo, sino él mismo construye su imagen y la intención con que la va a transmitir. Es decir, se define lo que quiere proyectar, qué es lo que quiere que la gente vea en él, muestra su versión mejorada del “yo”, análoga de la real para que su imagen virtual, en donde el alcance de visibilidad es alto y construye a su vez un “mito” un metalenguaje que marque la diferencia ante los demás.

En la misma línea de Barthes, la cuestión de “posar” frente a la cámara, en el caso de las redes para exhibirse al público y esperar sus reacciones, aunque en esta era digital ya no depende del fotógrafo la intencionalidad y composición de la imagen, sino de la persona que publicará la foto. Los dispositivos que sacan una foto en automático y deja los rasgos simétricos, pieles perfectas, rasgos definidos y resalta los colores al fondo, eso mismo da lugar a una primicia respecto a lo que el público desea ver de una persona, según los estándares de belleza que guían al consumismo.

La fusión de los elementos que define (Barthes, *Mitologías*, 1999), puede servir para crear un modelo generalizado de manejo de imagen, porque a partir de ellas se puede definir bien lo que se va a transmitir, por eso la imagen resulta tan poderosa porque consiste en un

mensaje codificado, que influye en procesos culturales, una imagen se puede procesar mucho mejor que un texto porque se define el significado por los elementos que el receptor determine para interpretarla, mientras decodificar texto requiere de un nivel interpretativo más complejo y lógico.

El planteamiento de (Barthes, 1990) respecto a la imagen fotográfica tiene peso cultural, puesto que las interpretaciones tienen relación con la cultura del público que recibirá la imagen, que va a interpretarla; los elementos que compongan esa imagen están relacionados con la percepción de cada receptor y todos encontrarán un punto en común si se trata de un mismo círculo sociocultural.

La transición cultural del ser humano en la “Sociedad red”, guarda relación estrecha con el tema de imagen en cuanto a su esencia como producto del consumismo y la exposición condicionada en busca de la aceptación y admiración en torno a sus elementos atractivos.

10.3.6. Reporte minoritario y la pérdida de la privacidad humano

Las entidades privadas promueven cada vez más el anonimato en línea mediante la implementación de protocolos de cifrado y el desarrollo de aplicaciones de comunicación cifradas, lo cual crea una ventaja competitiva en el mercado a medida que la gente busca mejores métodos para comunicarse de manera privada. De estas facilidades de la red, son las empresas las que más se favorecen y formulan estrategias de mercado mucho más elaboradas y efectivas, que son las que reconfiguran las bases psicológicas de las masas e imponen una medida de control e implementación de ideas.

Las medidas de protección aplicadas a las comunicaciones privadas offline también deben ser aplicadas en espacios digitales y online. El cifrado es, por lo tanto, una medida tecnológica ideal para proteger las comunicaciones anónimas, la privacidad debería ser un elemento central por diseño y por defecto.

La Big Data surge como una herramienta que resguarda toda la actividad en la red, y mediante su tratamiento se le puede crear un reporte del patrón de datos que resguarda respecto a cada servidor en línea que interactúa, esto con el fin de que grandes empresas puedan crear estrategias personalizadas de marketing para configurar anuncios adecuados a lo que supuestamente se necesita. En resumen, se trata de una herramienta que asegura que las sociedades promueven el consumismo extremo, el sistema capitalista cobra mucha más vida gracias a esos datos.

Ahora, en cuanto a la seguridad de los usuarios, Bauman, lo enfoca a un plano negativo de la globalización producto de lo virtual, “en un planeta globalizado negativamente es imposible (y menos aún garantizar) la seguridad de un solo país o de un grupo determinado de países: no, al menos, por sus propios medios y prescindiendo de lo que acontece en el resto del mundo”, (Bauman, 2007, p.16).

Lo anterior, en el sentido que el proteger datos o imponer una normativa que regule la malversación de datos en línea a nivel universal que lograr al menos que el usuario tenga opciones para proveer sus datos a la web, y que este sepa para qué son utilizados y que se pueda consensuar de forma legal, aunque el proceso resulta difícil porque la red constituye una comunidad inmensa, cómo se puede controlar a una sociedad global; tendría que hacer por países y regiones. Aunque resulta aún más difícil porque países subdesarrollados como Guatemala los gobiernos no toman para nada en serio el tema de protección de datos, además, debido a represión sutil no les conviene que las personas sean conscientes de los peligros y es mejor que estén expuestos.

La Big Data resguarda información de la actividad de cada nodo que está conectado a la red virtual, y no identifica al individuo por su identidad, sino por su dirección IP que es como un código que identifica al dispositivo que está conectado. Es decir, la red masifica al individuo aún más porque no lo reconoce como una persona, sino como un producto, un serial entre millones, un punto de conexión.

Si a ese control, se le adiciona los métodos tradicionales como cámaras de seguridad, cuentas bancarias, inscripción de nacimiento, documento de identificación, tarjetas de crédito, el propio teléfono celular y la computadora; se puede afirmar sin duda que la privacidad está perdida, cada vez se es más parte de la masa. Es el mercado el que hace creer que se puede sobresalir ante la multitud entre el espacio público, es por eso, que la oportunidad que dan las redes sociales a poder exponerse totalmente revelando cualquier asunto personal es indispensable para las sociedades actuales, puesto que la ideología se enfoca en solventar la soledad y evitar el rechazo.

Convertirse en figura pública por la alta exposición, y casi obligatoria de pertenecer al mundo virtual se extiende a que el individuo no quiere estar oculto o excluido, ni mucho menos visto como uno más del montón, este busca ser reconocido tal como es por los demás. A la vez, esto los convierte en masa, en consumidores y en producto, “los consumidores ordinarios hemos dejado de ser clientes para convertirnos en productos por la información que generamos. Cuanto más sepan de nosotros, más jugosos serán los beneficios en el mercado digital”, (Ariza, 2015, p.43).

Aunque en Facebook tan solo se publique lo más básico de la cotidianidad, se crea un patrón porque en algún momento, con base en la verdadera identidad y somos sinceros en la red, se va a crear un registro con base a lo que realmente somos. Porque si publicamos información real, automáticamente creamos una identidad virtual, una existencia en el mundo paralelo de la realidad.

No importa si tan solo se apertura un simple correo electrónico, se consigue la banca en línea, si solo se interactúa en Facebook, estas plataformas son las bases de datos más grandes, por supuesto bajo la apariencia de ser herramientas en beneficio de la sociedad. Cualquier mínimo detalle queda grabado en la Big Data y no se podrá borrar nunca, aunque como se ha dicho con anterioridad, estos datos sin tratamiento son tan solo basura, pero están ahí.

Se está condicionado cada vez más estar en esa red, puesto que todo va hacia lo digital, y parece que no hay escapatoria, incluso las máquinas pronto pueden superar al humano y este solo quedará siendo expuesto ya ni siquiera por él mismo, sino a través de una recopilación de datos que en conjunto y con ayuda de la tecnología de Inteligencia Artificial crear una conciencia virtual existente independiente a la propia.

En fin, esa identidad está expuesta en ese mundo virtual, se interactúa todo el tiempo en ella y ahora aún más que en la vida real, puesto que se encuentra mayor validación en ese espacio que en la realidad. Además, el móvil es el acompañante, lo que resguarda esta identidad. Incluso en el futuro, por medio de la experiencia de la realidad virtual, al ponerse los lentes o algún chip insertado en cualquier parte del cuerpo se podría experimentar en ese mundo con todas las sensaciones reales, si sucediera no se perdería la esencia humana de la comunicación e interacción con la naturaleza.

De esa forma, se podrían guardar información sobre un evento con tan solo guardar la experiencia en una memoria, la mente y la capacidad de ese chip que activándolo podría proyectar en una pantalla el día a día, como una super memoria, aunque la privacidad en ese sentido realmente no existiría. Las experiencias son tan solo es una mezcla de recuerdos pasados que el cerebro ha registrado a lo largo de la vida y vuelve a recrear dependiendo la situación y la información necesaria, con un dispositivo como el descrito, no importaría los datos orgánicos del cerebro.

Retomando la exposición virtual, esta queda en evidencia cuando al tener un perfil en todas las redes sociales virtuales más populares como Facebook, Instagram y Twitter, automáticamente a información proporcionada pasa al dominio público, es inevitable. El usuario coloca su foto, inserta datos básicos sobre su personalidad, expone indirecta o directamente todo sobre ella, y lo más importante comienza a interactuar y a publicar su quehacer diario, lo que come, lo que hace, con quién sale, su familia, su casa, su lugar de estudios, qué tipo de carro tiene; ya no quedan momentos que sean realmente íntimos o privados, ya no parece importar.

“Los metadatos (Big Data) habla de la frecuencia con la que se chatea con alguien, la cantidad de palabras escritas, la fecha y hora, además del tiempo que duró la conversación, pero no se puede acceder al contenido”, (Ariza, 2015, p.44). El encriptado de bloquea las letras exactas de un mensaje transformándolo en códigos, sin embargo, estos podrían descifrarse si se conoce el patrón de registro.

El mantener una identidad en el espacio virtual, en una plataforma con fines públicos e interacción información sobre uno mismo, lo convierte en una figura pública, aun así, no lo quiera. De cualquier forma, eventualmente se deberá registrar, y la huella digital quedará grabada en ese espacio. De forma indirecta se proveen datos de importancia para el registro. Cualquier actividad que se realice en el espacio virtual quedará guardada para siempre, definiendo una huella digital. El pasado de cualquier usuario quedará expuesto y disponible para el público, (Ariza, 2015, p.49).

El contenido publicitario en internet no es casualidad, es parte del análisis de acuerdo con la información que se ha proveído. Las sugerencias de cualquier tipo comercial son producto del contenido que se ha generado por parte de cada individuo que interactúa, las reacciones, los comentarios, las fotos, los lugares frecuentados, la zona de residencia; todo está completamente controlado por las empresas, se prolifera una cultura de consumismo más intensa que nunca, cada vez incluso ni se es solo masa sino también mercancía.

Desde la visión de Orwell, no resulta necesario ya el vigilar a las personas con una “telepantalla”. Una vez tengan acceso a internet, quedan atrapados en la web, hacen el trabajo de forma voluntaria, (Ariza, 2015, p.49). La voluntad que se da a cambio de un mundo de facilidades, del olvido momentáneo del rechazo y soledad, remedio de la inseguridad humana frente a la realidad; la virtualidad propone un ilusorio, un señuelo a las más profundas reflexiones del ser.

Las personas se exponen conscientemente a un mundo donde no podrán ocultarse, de forma que también sirve como excusa para poder ser vistos y sentirse validados, escapar de sí mismos para poder mostrar su mejor versión. Sin embargo, la Big Data actúa como un “dios” del internet, es como el ojo vigilante, presencia y resguarda todo, “los servidores conocen hasta la persona con la que duermes”, (Ariza, 2015, p.43).

La vigilancia extrema no es un secreto, es totalmente real y contribuyen a la pérdida completa de la privacidad, si bien, construir privacidad dentro de la propia tecnología es una solución integral, las soluciones tecnológicas medias también pueden ayudar a quienes dependen de programas e infraestructura que invaden la privacidad. Estas contienen material de cifrado fácil de usar, "espías de Smart Data" y el uso de Inteligencia Artificial para que las personas controlen sus propios conjuntos de datos personales, entre otros. Los actores del sector privado son clave, y deben explorarse estrategias para alentarlos a que tomen debidamente en cuenta la privacidad, lo que podría incluir desarrollar pautas que establezcan estándares para el desarrollo de una tecnología ética.

Un ejemplo del peligro que suponen los controles insuficientes al recolectar y procesar datos biométricos se da en Sudáfrica: los proveedores de servicios privados pueden acceder y monetizar legalmente la información almacenada en el registro biométrico del Departamento de Asuntos Internos con el objeto de comercializar tecnologías de verificación biométrica.

La reproducción de datos biométricos y recolecciones de datos de vida cotidiana para tener acceso a bancas electrónicas, residencia (tomando en cuenta que se considera como uno de los derechos privados más importantes), celulares, trabajo; cualquier dato personal, puede tener un efecto catastrófico en la privacidad, porque expone la sensibilidad de los datos recopilados sin un control o supervisión adecuados. Los datos biométricos resultan fáciles de extraer por la tecnología que ofrece facilidad a cambio de información privada, como el reconocimiento facial para ingresar a una banca en línea, registro de huella para el móvil, solo contar con la cámara integrada pone en riesgo.

La delgada línea que separa en la actualidad a lo público y privado comienza a volverse más invisible con el surgimiento de los medios de comunicación, (Ariza, 2015, p.52). Los medios análogos al menos no permitían que cualquiera tuviera la oportunidad de ser figura pública, en la televisión sucedía nada más que mujeres exponían su vida en programas lacrimógenos, en espectáculos bajo la marca del “Kitsch”, y cualquiera que tuviera algunos minutos de fama frente a la cámara sin importar cuál fuera el tema de interés.

La privacidad ha quedado soterrada bajo una incertidumbre porque los individuos prefieren la felicidad momentánea de ser vistos que proteger su dignidad y su derecho intelectual, “las montañas de metadatos cibernéticos han sepultado nuestra privacidad”, (Ariza, 2015, p.52). Regular los metadatos resulta casi imposible, a menos que se llegara a implementar las medidas legales ya planteadas, sin embargo, estas tienen un efecto de doble vía porque para ser aprobadas debe ser explícita y fundada en conjunto para que beneficie realmente a varias naciones, un normativo puramente universal.

Lo único inmediato para proteger los datos es contar con un conocimiento técnico adecuado para regular la tecnología. Sin esa comprensión por parte de quienes toman las decisiones relevantes, es casi imposible crear una regulación adecuada. Esto se aplica a los órganos multilaterales y nacionales encargados de regular la recolección de datos biométricos y la recolección y análisis de grandes volúmenes de datos para garantizar que la privacidad y otras consideraciones relacionadas con los derechos humanos sean fundamentales en el desarrollo e implementación de nuevas soluciones tecnológicas.

La Big Data tiene un lado positivo, en cuanto a conocer cotidianidades que pasan desapercibidas como el tiempo que se pasa exactamente en la red: a qué hora y cuántas horas se mantiene conectado, cuántos pasos diarios se dan, a dónde se mueve, cuánto se duerme; casi se puede medir todo, (Oliver, 2015, p.28).

Aunque fiarse solamente en los mecanismos legales tampoco es conveniente, puesto que no garantizará la privacidad a menos que se ofrezca una guía clara respecto a quienes construyen tecnologías basadas en datos. Bajo esta perspectiva, los principios estandarizados para recolectar, usar y retener datos biométricos deben incluir controles reguladores en general, más allá de las condiciones de un contrato.

La vigilancia por parte de Estados, así como la de entidades del sector privado, generalmente apuntan sin medida a las poblaciones marginadas y susceptibles. Aunque esta cuestión ha sido así desde antaño, y ahora en el mundo virtual puede ser mucho más intensa la división. Comunidades étnicas, religiosas, que representan minorías excluidas de las sociedades reales se enfrentan a golpes igualmente duros a su privacidad. Los sistemas virtuales interfieren en los derechos de privacidad, y los datos han sido muy bien documentados.

Los análisis de Big Data tienen el potencial de cubrir defensas a los derechos civiles respecto del uso de información personal sobre vivienda, crédito, empleo, salud, educación y mercado, así como la inmigración, seguridad pública, vigilancia policial y el sistema de justicia. Sin embargo, el ámbito económico comercial es el que mejor se beneficia de los perfiles elaborados por ella.

Si los algoritmos y conjuntos de datos carecieran de dirección, el comportamiento discriminatorio de los individuos y las instituciones podría expandirse en la era digital. Un ejemplo es la propagación de programas espía (spyware) que se venden para facilitar extraer datos sin el consentimiento del propietario de los dispositivos, estos pueden acceder a la computadora sin ser identificados y extraer toda la información necesaria, incluyendo la que no está en la nube; estos programas pueden incluso activar el micrófono y cámara integrada para obtener información pormenorizada que es vendida a quien la solicita.

No se trata solo de las tecnologías que otros pueden usar, sino de las plataformas en las que se desarrolla cada vez más la vida social y que facilitan el acceso a datos privados, los

usuarios están propensos a sufrir: hostigamiento, hacking, ataques de denegación de servicio, calumnias, publicación de información personal privada e identificable (doxing), robo de identidad, extorsión, violación y amenazas de muerte, tráfico electrónico; un sinnúmero de delitos cibernéticos que no pueden ser penalizados si en el país no se tiene cobertura en delitos cibernéticos.

Sin embargo, de los desafíos más importantes: el cifrado y el anonimato, la dependencia de la tecnología impulsada por datos y la privacidad digital de grupos sensibles, los cuales podrían explicarse a través de una mayor elaboración e interpretación autorizada de las obligaciones legales existentes que protegen el derecho a la privacidad, consagradas en el artículo 17 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.

Asimismo, la importancia de la Big Data tiene sus bases en cuánto impacta en la industria, cómo se implementa en el negocio e incluso en la sociedad. Además, esta ofrece una ventaja competitiva considerable, ese es el tipo de datos que las corporaciones descubren que se encierra mayor valor. Para muchas empresas puede llegar a ser más importante detectar al consumidor que tiene mayor influencia sobre los demás posibles clientes, mucho más que cliente que consume en mayor cantidad, se detectan a las personas que influyen en los demás, de esta cuenta surge la comercialización de los “influenciadores”, quienes resultan agradables al público masivo y resultan por volverse en una marca y ser productos publicitarios, aunque por supuesto remunerados.

En la actualidad, la cantidad de datos que se generan es abismal y considerablemente compleja para su análisis. Las empresas cada vez exigen que el estudio para conformar perfiles de datos para captar consumidores sea lo más pronto posible, en tiempo real, y esto, gracias a la Big Data es posible por su volumen, rapidez y multiplicidad que el mercado necesita actualmente.

La Big Data surge de la exigencia para responder a toda una serie de necesidades del mercado actual, producto de la instauración del mundo virtual que surge del internet en los

noventa, y a las redes sociales en 2004, sin duda una revolución que cambia por completo el funcionamiento del mundo. Ahora, los clientes quieren ser tratados de forma totalmente personalizada y los macrodatos lo hacen posible, o hacen creer que lo es, porque al analizar los datos se pueden detectar los gustos de al menos la mayoría. Se ha convertido en una necesidad de primer nivel para poder aumentar la cantidad de ventas, direccionando de forma tan exacta para conseguir que el consumo perpetuo sea exitoso.

En la vida virtual, el individuo se mantiene conectado a menudo, el dispositivo móvil se ha tornado en un objeto de necesidad prioritaria por sus funciones que resuelven problemas cotidianos, más que llamadas y mensajes de texto, puede ofrecer hasta el manejo de una empresa desde cualquier lugar; gracias a sus servicios con base a la geolocalización, este permite detectar dónde se ha producido y cuándo fue la última interacción de cada propietario.

Es importante mencionar de nuevo que el móvil ya no es solo una herramienta, es un acompañante, es el ciberespacio en la palma de la mano. Ofrece mucho más que una llamada y atención laboral, también ofrece un espía que detecta todos los movimientos realizados, conoce la rutina cotidiana a través de la geolocalización, y actividad en las redes sociales.

También las viviendas presentan cada vez funciones inspiradas en el control de una Inteligencia Artificial para el control automático de todo dentro de ella. La Big Data aprovecha cualquier avance tecnológico que inmiscuye cada vez más en la vida privada de los usuarios para perfeccionar las tendencias que ofrece el mercado de consumo.

Las sociedades posmodernas constantemente están preocupadas por saber lo que pasó, pero interesa mucho más si un producto y la empresa que lo fabrica seguirá teniendo el mismo impacto en los consumidores, si habrá comentarios positivos o negativos en las redes sociales. Estas cuestiones requieren de un modelo de análisis mucho más elaborado y complejo que los actuales. Entre más evolucionan los mecanismos de análisis de datos,

aumenta mucho más los requerimientos de las empresas. En tanto, la conocida *Business Intelligence* (Inteligencia Empresarial – BI) requiere ahora de un nuevo modelo de análisis *Big Analytics*.

Esa realidad nueva, ha logrado que las empresas exijan nuevos requerimientos en cuanto al análisis de datos de sus potenciales consumidores. Significa analizar toda la información que estos provean a la red sobre sus gustos, sobre datos íntimos psicológicos, datos puntuales que conduzcan a moldear de mejor manera los ideales sobre esos productos de consumo, se busca incentivar de manera mucho más directa y esto es posible gracias a la Big Data y su proceso para extraer datos (Big Analytics) para realizar las estrategias de mercadeo necesarias.

El análisis de datos de este tipo se trata de extraer datos de cada usuario, formar un perfil, y cuando se tiene una buena cantidad tomando en cuenta el factor global de la red, se conforma un perfil general que cumple con los gustos de todos esos usuarios. Además, es importante tomar en cuenta más que la inteligencia de negocio, se reduce más a la función de Big Analytics, puesto que aplica procesos matemáticos sumamente complejos que posibilitan afinar datos de manera mucho más minuciosa, nodo por nodo, mucho más detallista que el modelo de la *Business Intelligence* (BI – Inteligencia Empresarial - IE).

La Inteligencia Empresarial, ha tenido limitaciones bastante claras, provocadas por la falta de agilidad en sus procesos, que hasta ahora ponen en certeza. De hecho, el sistema tradicional no proveía de los procesos necesarios para análisis de datos, carecían de dinamismo. Realizar los cambios pertinentes para adecuarlo a las nuevas exigencias empresariales resultaba en un trabajo forzoso, largo, lento e ineficaz, esto al no poder tampoco aplicarse los algoritmos que ahora se utilizan para el análisis.

La cantidad de datos en exceso, en cantidades incontables provoca que las estructuras actuales sean incapaces de soportar tal magnitud de información, en términos también de variedad y el no poder realizar los análisis en tiempo real. Esto ha llevado a la inevitable

búsqueda de plataformas capaces de soportar este nuevo paradigma de datos al que las empresas se enfrentan.

Además, en cualquier compañía es importante poder calcular los costes en materia de infraestructura. Cuando la interacción con Big Data se realiza en términos de escalabilidad, la predicción del gasto se simplifica y se hace accesible la estimación del coste asociado al crecimiento de negocio. De este modo, es posible proyectar y determinar la inversión necesaria para las empresas crezcan, algo que resulta impensable en términos de infraestructuras actuales y en un entorno de Inteligencia Empresarial tradicional.

Las estructuras usadas para el análisis de datos y su procesamiento se basaban en unos modelos que habían sido predefinidos según las verticales correspondientes, caracterizándose por su dureza, lo cual provocaba que la corporación no pudiera adaptarse a nuevas necesidades.

Con el surgimiento de Big Analytics, este panorama cambia: los repositorios o data warehouse, pueden evolucionar a la medida de las necesidades, sin perjuicio de capacidades ilimitadas para incorporar datos de cualquier tipo, como para realizar su procesamiento. Ese desarrollo constante tiene sus bases en la dificultad que representa el aplicar algoritmos complejos sobre grandes magnitudes de datos que en pequeñas cantidades.

No obstante, la llegada de la Big Data no significó un cambio abrupto en el manejo actual de datos de las aplicaciones existentes. Los Analytics (data warehouse) no reemplazan a los actuales, puesto que cada uno cumple tareas distintas, además de que sus estructuras y tecnologías son diferentes.

En la web, los datos resguardan tanta información, mucha más de la que se es capaz de descifrar, por lo tanto, si estos datos se ofrecen a un perfil nuevo dentro de una organización, los denominados “Data Science” (Ciencia de datos) que consiste en el estudio y una serie de métodos para extraer conocimiento o entendimiento de datos de diversas formas. Esta es capaz de poder obtener información que está oculta dentro de los propios datos, de forma que es imperceptible para la empresa, esto a través del uso de Analytics.

Se puede usar un modelo híbrido, es decir, es posible seguir manteniendo el data warehousing actual para un cierto tipo de datos. Es decir, la evolución del almacenamiento de datos siempre tendrá que ver con las exigencias de la empresa, y estas irán poco a poco implementando muchas más estructuras para el análisis de datos, que cada vez serán más sofisticados, esto demuestra que la privacidad no solo está en riesgo, ya no se tiene.

Y, el peligro reside en la cuestión que, la Big Data es el cerebro del ciberespacio, del internet, resguarda una cantidad incontable de datos que se almacenan como patrones codificados de cada usuario, y solo a través del trabajo de “programas informáticos” (Bots) para extraer solo ciertas partes y realizar registro de identidad para mostrar al usuario específico lo que debería comprar, pensar y ver en materia de contenido cibernético multimedia.

Esto da lugar a que el sistema económico promueva el comercio y tenga acceso a perfiles de consumidores para fijar, planificar y crear productos más adecuados para la venta e imposición de tendencias. Las redes sociales permiten publicar fotos de los lugares turísticos de un país, de mercados específicos de forma gratuita para su promoción y atraer a muchos más clientes. Así como, ayuda a generar más empleo, aunque esto es mucho más complejo, puesto que no se puede generalizar.

La Big Data acapara hasta el momento, según IBM, en 50 años, existirán aproximadamente 100.000 millones de dispositivos funcionando. Actualmente, casi la mitad de la población mundial cuenta con un dispositivo móvil. Si cada unidad de data del último año se guardara en CD's, estos podrían constituir una torre desde la Tierra hasta la Luna y de regreso, es inimaginable cuanto se alcanzaría en un siglo, (Oliver, 2015, p.28). La parte positiva de la recopilación de datos es que los individuos pueden conocer información interesante sobre sí mismo, cosas que no conocería por cuenta propia o percepción, se puede afirmar que casi se puede medir todo.

McLuhan retoma en esta parte lo mencionado anteriormente, la Aldea Global como un medio de vigilancia masivo, y atribuye al espionaje como una forma de arte. La cultura se organiza como interconectada: cada punto en la red es similar en todo sentido, (McLuhan & Powers, 1995). La centralización, la reunión de tantos usuarios y la accesibilidad provee de un método de control social con un alto porcentaje de efectividad y exactitud, es parte del porqué es tan inmenso el efecto masivo, cada vez es imposible no estar conectado.

La Big Data, ha venido a destruir por completo la poca privacidad con la que los individuos contaban, puesto que expone a esa base de datos su información personal y el contar con un perfil virtual, hacer compras, ingresar en una página institucional o que en el banco ingresen el Código Único de Identificación (CUI), o bien, el documento mismo con el chip integrado provee de todos los datos necesarios para conocer todo cualquier persona.

La Aldea Global compone la profecía más acertada de Marshall McLuhan, se puede afirmar que por completo concuerda con la realidad actual de las tecnologías de última generación, sobre todo, con los estándares de comunicación, el razonamiento humano y la pérdida por completo de la identidad privada y ser indiscutiblemente una figura pública y construir una imagen corporativa.

Lo que deja en evidencia la realidad actual, al estar en mismo espacio millones de personas y el acceso fácil a sus datos permite hacerles creer que se conforman perfiles de preferencias personalizados, mientras solapadamente se vende y se implantan los mismos ideales con tal de mantener un orden y a las masas sumidas en una disyuntiva interminable para definir su verdadera identidad. El ser humano se ve en la ingenuidad de la realidad implementada y en constante cambio dentro de la Aldea Global, condicionado al igual que la real a formar parte del colectivo.

Conclusiones

El surgimiento del internet en los noventa y el “boom” de las redes sociales en 2004 representan el paso a una Revolución Digital que viene a reestructurar el tejido social, imponiendo nuevas formas de comunicación y redimensionando el funcionamiento del mundo. Asimismo, establecen las bases fundamentales que respaldan la tesis respecto a que el ser humano se convierte en figura pública porque sus datos quedan expuestos al público cuando se registra en cualquiera de las plataformas virtuales, o bien, la actividad misma que tiene en la web.

Desde la perspectiva del surgimiento de una nueva dimensión virtual de la realidad, se ve la posibilidad del estudio de las redes sociales humanas a través del tiempo a partir de una “Epistemología y ontología de las redes sociales”, de forma que, desde la luz de la “Comunicología” se pueda formular una teoría del conocimiento de la Inteligencia Artificial Fuerte, puesto que en algún momento las máquinas podrían adquirir habilidades humanas y superarlas.

La virtualidad se formula por la constitución de una nueva ciber sociedad, “Sociedad red o Aldea Global”, en la que interactúa todo el mundo. El ser humano pasa de lo análogo a lo digital, de individuo a nodo, de la relación a la conexión, cambiando sus relaciones interpersonales; trasladándose a la nube. Se convierte, además, en una especie de banco de datos, puesto que provee estos sin más y aún no existe regulación legal, por tanto, se utilizan para establecer estrategias que incentivan al consumo excesivo y personalizado para cada uno.

El derecho privado no regula la virtualidad, hace falta implementar un normativo universal que regule cómo se utilizarán los datos proporcionados a la red por parte del usuario, y sea este quien determine su función. Entre la esfera pública y privada los límites son cada vez más invisibles, debido a que, en la era análoga socialmente solo artistas, deportistas, políticos y otros tipos de influenciadores eran los únicos que se consideraban figuras

públicas; ahora solo con tener conexión a internet y un perfil virtual en una de las redes sociales cualquier persona puede serlo.

Las redes sociales e internet se pueden considerar como espacios pertenecientes a la esfera pública, ya que, con tan solo estar conectado e ingresar al navegador queda registrada una huella digital y cualquiera puede tener acceso a la dirección exacta desde la que se está conectado, archivos privados o cualquier material que pueda utilizarse para algún fin determinado.

La vigilancia está intrínsecamente relacionada con la voluntad de las personas a exponerse completamente y de proveer los datos personales. Los usuarios abren un espacio en el que ceden su privacidad para obtener las facilidades tecnológicas, exponen su vida a cambio de un servicio gratuito y a una gama de información ilimitada.

Las redes sociales han constituido una sociedad paralela a la real, más no una representación, es mucho más unificada y diversificada, provocando que cada individuo sienta la necesidad imperante de sobresalir y exponerse mediáticamente y ser aceptado como miembro de una “Sociedad red”, lo que requiere de ciertos refuerzos psicológicos como el “me gusta o reacciones”.

A propósito de la exposición virtual, las sociedades también renuncian a su privacidad y la línea que ya desde antes era delgada, ahora es casi inexistente. En este punto, entran los efectos desastrosos para la humanidad que provoca esa exposición excesiva, en la que prácticamente desaparece la esencia humana que privilegia las relaciones interpersonales reales sobre las virtuales.

Las relaciones laborales, amorosas, y cualquier forma de expresión humana, se reducen a la valoración emocional de lo que ocurre a través del dispositivo móvil, se le atribuye una importancia dependiente en cuanto a que se valora mucho más el contenido virtual que la

realidad. Además, se incrementa el control social como efecto de los datos sensibles que se publican en la red, resulta en facilitar el trabajo de recolección de los entes dominantes.

La virtualización da lugar también a la “posverdad”, la cual se ha establecido como una convención socialmente aceptada, como un elemento manipulador y persuasivo que permite conducir a las sociedades, de tal forma que, la comunicación social y los canales de comunicación tergiversan la verdad, tendiendo más posibilidad la difusión de una mentira con apariencia de verdad que la verdad *per se*. Esta cuestión se puede contrastar con la propuesta de Umberto Eco, quien postula a las redes sociales como una “Máquina del fango”, la cual explota lo peor del ser humano; un mecanismo que desnaturaliza la realidad y la mitifica.

La pérdida del ser social ante el individuo se debe a la imposición de una vida de consumo, quien no se convierte en generador de contenido, sino en producto. El centro ya no es el sujeto, sino sus datos, es tan solo un “Código Único de Identificación”, y en la red una dirección IP (Internet Protocol); es tan solo un número que forma parte una masa con patrones de comportamiento y gustos similares.

El internet y la “Big Data”, son los intermediarios para el control de masas y consumo, posicionan al ser como productor y consumidor al mismo tiempo, dejando de ser figuras privadas para convertirse en figuras públicas. Se utiliza como mecanismo a la cultura, que no solo está ligada a las convenciones sociales, sino a la cuestión de la imagen y adaptabilidad de los seres en cuanto al desarrollo de los medios. Todos son una unidad cultural por las costumbres que tienen en común, las cuales son infundadas por el sistema dominante que conduce a las masas hacia donde ellos quieren, la cultura es una excusa perfecta para la imitación y alienación.

La humanidad se convierte en una gran red social, unida por aplicaciones e interconexión de máquinas que se comunican entre sí. Las redes sociales virtuales son el último estadio de las redes sociales humanas que empezaron en la caverna y han evolucionado durante más

de un millón de años para construir al ser humano históricamente como un ser social, quien resuelve sus necesidades básicas por la interacción con sus congéneres, lo cual le permite la supervivencia y la supremacía de la especie sobre las otras.

Al constituirse el ser dentro de una vida totalmente pública, debe plantearse dentro de la estructura social mecanismos que regulen la actividad dentro de la red, desde la protección legal de datos que se proveen hasta un sistema educativo que se oriente a las exigencias digitales. Es decir, todos los mecanismos sociales deben estar orientados hacia lo virtual.

Referencias

Bibliográficas

- Abad, F. B. (2006). *Filosofía de la Comunicación*. Caracas: Ministerio de Comunicación e Información.
- Acabal, M. Z. (2017). *Crear una norma jurídica que proteja la privacidad y navegación de los usuarios en los sitios web por medio del programa cookies*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Academia de Ciencias de la URSS. (1956). *Manual de Economía Política*. México: Grijalbo, S.A.
- Ángeles, E. P. (2015). *Los conceptos jurídicos fundamentales en la era del internet*. Alegatos, 391-406.
- Antonio Lucas Marín, Carmen García Galera, José Antonio Ruiz San Román. (1999). *Sociología de la Comunicación*. En A. L. Marín, *Sociología de la Comunicación*. Madrid: Trotta, S.A.
- Aristóteles. (1988). *Política*. Madrid: Editorial Gredos, S.A
- Ariza, L. M. (2015). *Lo saben todo sobre usted*. El país semanal, 42-52.
- Barthes, R. (1989). *La Cámara Lúdica*. Barcelona: Paidós Comunicación, S.A.
- Barthes, R. (1990). *La cámara lúcida*. Barcelona: Editorial Paidós Ibérica, S.A.
- Barthes, R. (1999). *Mitologías*. México: Siglo XXI Editorial, S.A.
- Bauman, Z. (2007). *Amor líquido*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2007). *Arte, ¿líquido?* Madrid: Ediciones sequitur.
- Bauman, Z. (2007). *Tiempos líquidos: vivir en una época de incertidumbre*. México: Tusquets Editores México, S.A.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2009). *Ética posmoderna*. Madrid: Siglo XXI de España Editores, S.A.

- Bauman, Z. (2011). *La cultura en la modernidad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2013). *Sobre la educación en un mundo líquido*. Barcelona: Ediciones Culturales Paidós, S.A. de C.V.
- Bauman, Z. &. (2013). *Vigilancia Líquida*. Barcelona: Ediciones Culturales Paidós S.A. de C.V.
- Bauman, Z. (2016). *Amor líquido*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (9 de Enero de 2016). *Redes social*. Obtenido de YouTube : <https://www.youtube.com/watch?v=DHBASp0uqOA>
- Castells, M. (2001). *La galaxia del internet*. Barcelona: Plazo & Janés Editores, S. A.
- Castells, M. (2005). *La era de la información: economía, sociedad y cultura; la sociedad red*. México: Siglo xxi editores, S.A.
- Constituyente, A. N. (1993). *Constitución Política de la República de Guatemala*. Guatemala.
- Copeland, J. (1996). *Inteligencia Artificial, una introducción filosófica*. Madrid, España: Alianza Editorial, S.A.
- Charles, G. L. (2006). *Los tiempos hipermodernos*. Barcelona: Editorial Anagrama, S.A.
- Chavarría, A. P. (2014). *La necesidad de regular dentro del ordenamiento jurídico guatemalteco una normativa específica, la protección del derecho a la privacidad ante el peligro derivado del uso de las nuevas tecnologías de la información*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Díaz, W. (2009). Cinco Reflexiones sobre las Ciencias de la Comunicación. *Comunicología* No. 2, 88.
- Eco, U. (1973). *Signo*. Barcelona: Editorial Labor, S.A.
- Eco, U. (10 de 11 de 2015). Para deslegitimar a alguien es suficiente con decir que ha hecho algo. (L. Gimeno, Entrevistador)
- Eco, U. (1995). *Contra el Fascismo*. Lumen.
- Eco, U. (1998). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Editorial Lumen, S.A.
- Eco, U. (1998). *Entre mentira e ironía*. Barcelona: Editorial Lumen, S.A.

- Eco, U. (2000). *Los límites de la interpretación*. Barcelona: Editorial Lumen, S.A.
- Eco, U. (2000). *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Editorial Lumen, S.A.
- Eco, U. (2011). *Construir al enemigo*. Epublibre.
- Eco, U. (2018). *De la estupidez a la locura*. Barcelona: Debolsillo.
- Echeverría, R. (2005). *Ontología del Lenguaje*. Santiago de Chile: Lom Ediciones, S.A.
- Europea, U. (15 de Mayo de 2018). *Franklin Templeton Investments*. Obtenido de Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea: https://www.franklintempletonglobal.com/content-common/miscellaneous/educational-materials/en_GB/local-GB/privacy/gdpr-preguntas-frecuentes.pdf
- Freud, S. (2013). *Psicología de las masas y análisis del yo*. España: Luarna Ediciones.
- Foucault, M. (2005). *Hermenéutica del sujeto*. Madrid, España: Akal.
- García, J. J. (2008). *Más allá de Google*. Barcelona: Zero Factory, S. L.
- Habermas, J. (1992). *Teoría de la acción comunicativa II*. Madrid: Santillana, S.A.
- Habermas, J. (1994). *Historia y crítica de la opinión pública*. México: Ediciones G. Gili, S.A.
- Hernández, E. (21 de Febrero de 2016). *Eco y la máquina de fango*. Obtenido de elPeriódico: <https://www.elperiodico.com/es/opinion/20160220/eco-y-la-maquina-del-fango-4913920>
- Horton, P. B. (1973). *Introducción a la Sociología*. Buenos Aires: El Ateneo.
- Horton P. B. (1977). *Sociología*. México, México: McGraw-Hill.
- Horton, P. B. (1978). *Sociología*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Hunt, P. B. (1977). *Sociología*. México, México: McGraw-Hill.
- Iglesias, A. N. (2000). *La empresa informativa*. Barcelona: Editorial Ariel, S.A.
- Iacoboni, M. (2009). *Las neuronas espejo: empatía, neuropolítica, autismo, imitación y de cómo entendemos a los otros*. Buenos Aires : Katz Ediciones.

- Interiano, C. (1999). *Comunicación y Masas en Guatemala*. En I. Carlos, *Comunicación y Masas en Guatemala* Guatemala: Estudiantil Fenix.
- Interiano, C. (2001). *Cultura y Comunicación de Masas en Guatemala*. Guatemala: Estudiantil Fenix.
- Interiano, C. (2003). *Semiología y Comunicación*. Guatemala: Editorial Fenix.
- Jaramillo, A. M. (2010). *Twitter para todos*. Bogotá, Colombia: Vergara.
- Jiménez, J. A. (2009). *Ausencia de legislación que proteja el derecho de intimidad y privacidad de las personas individuales y jurídicas en Guatemala contra el envío de correos electrónicos no solicitados o no deseados*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Lucas Marín, A. y. (1999). *Sociología de la Comunicación*. Madrid: Trotta, S.A.
- Lyon, Z. B. (2013). *Vigilancia líquida*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Maalouf, A. (1999). *Identidades Asesinas*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Marín, A. L. (1999). *Sociología de la Comunicación*. Madrid, España: Editorial Trotta.
- Marshall McLuhan, Q. F. (2009). *El medio es el mensaje: un inventario de efectos*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Mc Luhan, M. (1989). *Aldea Global*. Barcelona, España: Gedisa.
- Mc Luhan, M. (1990). *Aldea Global*. Barcelona, España: Gedisa.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. Barcelona: Editorial Paidós Ibérica, S.A.
- McLuhan, M. (1993). *La Aldea Global*. Barcelona, España: Gedisa.
- McLuhan, M., & Powers, B. R. (1995). *Aldea Global*. Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.
- Morataya, S. (2012). *Twitter News. Manual de Periodismo Digital para Periodistas Guatemaltecos*. Guatemala: Maya Gráfica.
- Morataya, S. (2008). Redes Sociales por Internet. *Comunicología No. 1*, 89.
- Nissenbaum, H. (2010). *Privacidad Amenazada (Tecnología, política y la integridad de la vida social)*. México: Océano, S.A.

- Nissenbaum, H. (2010). *Privacidad Amenazada*. México: Editorial Océano de México S.A. de C.V.
- Noelle-Neumann, E. (2017). *La espiral del Silencio*. Barcelona, España: Paidós.
- Oliver, N. (2015). Así pasen cien años. *El País semanal*, 24-28.
- Orwell, G. (2018). *1984*. Buenos Aires, Argentina: Lumen.
- Plummer, J. J. (2011). *Sociología*. Madrid: Pearson.
- Russell, P. N. (2004). *Inteligencia Artificial un Enfoque Moderno*. Madrid, España: Pearson Educación, S.A.
- Sartori, G. (1997). *Homo Videns. La Sociedad teledirigida*. Madrid, España: Santillana.
- Sartori, G. (1998). *Homo Videns: La sociedad teledirigida*. Buenos Aires: Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, S.A. .
- Sempere, P. (2007). *Mc Luhan en la Era de Google*. Madrid: Editorial Popular, S.A.
- Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Touraine, A. (2013). *El fin de las sociedades*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Valdettaro, S. (2015). Epistemología de la Comunicación. En S. Valdettaro, *Epistemología de la Comunicación*. Rosario Argentina: Centro de Investigaciones en Mediatizaciones.

Profesionales entrevistados

- Alarcón, J. R. (28 de mayo de 2018). Epistemología de las Redes Sociales. (S. Morataya, Entrevistador).
- Barillas, E. (3 de Mayo de 2018). Marco Histórico Redes Sociales. (S. Morataya, Entrevistador).
- Interiano, C. (11 de mayo de 2018). comunicación respecto al avance los medios, la privacidad y la exposición pública. (S. Morataya, Entrevistador).

Periódicos

Actuales, I. v. (2014). *Contraclave*. Recuperado el 2 de 6 de 2018, de www.contraclave.es:
www.contraclave.es/nntt/medios/Individuo%20versus%20Masas.pdf

AIDía. (20 de septiembre de 2016). Filtran Audio en donde Gloria Álvarez llama "país de mierda" a Guatemala. Guatemala, Guatemala, Guatemala.

La tercera . (11 de agosto de 2016). *www.latercera.com*. Recuperado el 11 de septiembre de 2016, de La Tercera: <http://www.latercera.com/noticia/entretencion/2016/08/661-692226-9-alejandro-fernandez-enfrenta-burlas-por-foto-en-club-de-las-vegas-me-siento.shtml>

Prensa Libre. (27 de julio de 2017). *Prensa Libre*. Recuperado el 5 de septiembre de 2018, de www.prensalibre.com: <https://www.prensalibre.com/vida/tecnologia/facebook-apago-una-inteligencia-artificial-que-habia-creado-un-idioma-propio>

ANEXOS

Anexo 1
Ficha técnica entrevista No. 1

Entrevistado	M.A. Jairo Rafael Alarcón Rodas
Fecha	Guatemala 28 de mayo de 2018
Lugar	Campus Central Edificio M 2 Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación
Duración	1 hora 2 minutos
Hora	13:00 horas
Marco de Conocimiento	Filosófico

Contexto:

Generar discusión y contenido para los capítulos del 2 al 5 y explorar si es posible hacer conocimiento y filosofía alrededor del fenómeno de comunicación de las Redes Sociales.

Pregunta No. 1

¿Es posible hablar de epistemología de la comunicación y más aún de redes sociales virtuales, o son muy aventuradas las dos cosas?

R/Desde la perspectiva que epistemología es el conocimiento sobre determinadas cosas indudablemente pueden ser las dos cosas; Comunicación y Redes Sociales; pienso que la confusión está en entender la comunicación como técnica u no como problema social humano ya cuando incluimos al ser humano vale la interpretación epistemológica que se le puede hacer a la comunicación y a las ciencias de la comunicación, en cuanto a las redes de

comunicación, es un poquito más aventurada porque lo encuentro como una rama, una técnica que va a crear problemas y va a repercutir en ámbitos antropológicos sociológicos, psicológicos, filosóficos, entre otros.

Si podemos hacer un estudio específico, epistemológico de la problemática en sí que las redes pueden ocasionar en las sociedades del mundo. ¿Lo que se ve es que se entiende por comunicación? ¿Ahí están las ciencias?

Desde los filósofos empiristas se empezó a tratar el problema del lenguaje porque crea barreras y como hay que propiciar un lenguaje que las bote, un lenguaje más entendible sin ruidos, que haga que la comunicación sea más factible y los filósofos, analíticos si han trabajado eso. Vemos en Conais que él pensaba que el problema del lenguaje y la comunicación se mezclan aspectos emotivos por eso pensaba que era necesario un lenguaje completamente neutro, extraer del lenguaje que propicia en la comunicación, todos aquellos emocionales, sentimentales que crean ruido y que no propicien ese entendimiento entre las personas sin que exista una estructura común que podamos entender y que propicie esa fluidez que es necesaria para la comunicación, ese problema desde la comunicación ya había sido tratado por analíticos, por empiristas y se está tratando actualmente.

Con esa disponibilidad en la comunicación, pero son el efecto de las palabras dentro del fenómeno de la comunicación, tendríamos que revisar que vamos a entender por comunicación y qué vamos a entender como una ciencia que se pueda acoger esa comunicación a ese rubro que estamos tomando 6.35. Si no podemos decir que no se puede hacer epistemología de la matemática o si se hace de la misma técnica, hay textos y tendríamos que replantear que vamos a entender por comunicación y a partir de ahí encausarla y determinar si corresponde a una ciencia o no. Pero lo que si es importante mencionar que dentro del fenómeno de la comunicación si hay productos que rebasan el problema propio de la comunicación.

Pregunta No. 2

¿La comunicación puede imitar a comunicología y encontrar su objeto propio, que la convierta en ciencia?

Claro que sí puede imitar, como algo más científico que vaya a la ciencia en síntesis de la comunicación, yo miro que la comunicación tiene dos vertientes, una técnica y otra teórica que es donde se puede problematizar, pero la comunicación tercera no es el problema, tiene problema cuando está aplicada a una sociedad, cuando tiene que ver con la psicología de la sociedad, cuando tiene que ver con aspectos que nutren la misma sociedad. Ese flujo de entendimiento que no se da por x o y razón, es la que tendríamos que verificar si está en el signo, emisor o receptor sería la problemática y podríamos profundizar y realizar a partir de ello una epistemología con causas y efectos. Se centra en todos los aspectos no sólo en el problema de la comunicación, es pensamiento humano.

¿Qué hace que no nos entendamos los seres humanos?

R/El problema es que no hemos entendido que la realidad tiene una estructura común y sólo vemos la estructura particular de cada uno. 10.00. Hay una realidad que tiene una base y el problema de entendimiento del lenguaje y que la comunicación es como un cuerpo humano donde hay una carne y un esqueleto, pero todos apuntamos a la carne pero cada quien a donde quiere ver, si apuntamos al esqueleto, el esqueleto es común para todos y no lo vemos sólo lo superficial no vemos lo trascendente que hay después de la cara si tuviéramos estructura común, sería más factible que nos pudiéramos comunicar y el problema de la comunicación sería menor aparte de decir que si mezclamos juicios de valor a un lenguaje creativo, ninguno nos vamos a entender porque cada quien va a poner el valor que quiere y eso se puede lograr en un lenguaje emotivamente neutro, es decir un lenguaje extraído, entre otros.

Comunicación es reconocer a otro y la incomunicación no reconocerlo, para esa porción de la carne que cada uno mira hay otros aspectos que apunta más a lo superficial que a lo profundo.

Ya hay una relación directa entre la comunicación y la ontología que es la realidad, es decir cada quien va a interpretar a su manera lo que es la realidad entonces no va a ser posible una comunicación, si decimos que hay una realidad y el error que se comete es en la interpretación que cada quien le da a la realidad y esa realidad tiene una estructura común que podemos apuntar a ella y podemos a partir de esa estructura común, esa viabilidad en la transmisión de elementos comunicativos la cosa cambiaría, pero no como apuntamos a ese aspecto que le hemos yuxtapuesto a esa realidad cada quien va a entender lo que quiera.

El problema no se da en la realidad física por ejemplo si ponemos un cuerpo suspendido en el espacio se precipita al centro del mar, y eso todos lo miramos y nadie puede decir: yo no vi eso, sería muy alocado, pero en términos para la libertad, para la justicia, términos que tienen que ver con la realidad cultural social, ya el problema se hace más difícil porque el idealismo plantea tener libertades y que yo haga lo que quiera sin que me estén sujetando.

Para el socialismo es un control racional de la naturaleza por los hombres de sociedad, que es distinto o sea no hay compatibilidad entre una y la otra, para el socialismo previo a tener libertad, tenemos que pedir control de la naturaleza por los hombres en sociedad no es individual como poder converger dos posturas en un diálogo comunicativo, se convertiría en un diálogo de sordos donde cada quien no va a escuchar la razón, creo que tendríamos que tener esa visión de la realidad porque es otra realidad de donde se recogen los signos comunicativos.

Yo no pienso que haya signos comunicativos que capten a esa realidad, se pueden construir sí, pero a partir de una realidad que hemos visto, y como dicen, toda construcción que escapa a la realidad ha sido producto de unir, trascender, separar conceptos que hemos visto, yo no tengo la idea de un centauro, pero tengo la vida de un ser humano, de un

caballo y la seguridad en mi mente. La realidad no midió ese dato, pero si lo puede construir, hay un referente que es el que nos va a servir para nutrirse de ese aspecto comunicativo, pero si escapamos de ese referente real, cada uno va a construir lo mismo que haya más comunicación.

Pregunta No. 3

¿Nos puede llevar la comunicología, de ser viable, a una ontología de la comunicación y las redes sociales virtuales?

Si, es posible crear un ser en las redes sociales, de hecho, se está trabajando en ello, al decir que dos computadoras y habían comunicado, primero pensé todo cabe indicar la información, no te podés quedar con la información sin la presencia humana y crear un código común, ya había sido previsto.

Si hay precursores de esa problemática, hay teóricos que han trabajado en ello, no podemos cerrar los ojos y decir si se está haciendo y no lo conocemos y los que están al tanto de esas redes sociales si están enterados y si en un momento determinado las computadoras toman el control de todo, pero no es tan así, porque si ya vieron una problemática, los teóricos están viendo las soluciones a las mismas.

Eso viene de mucho tiempo atrás, ese acelerado crecimiento entre tecnología y ese decreciente o muy limitado desarrollo de las actitudes humanas para el control de la tecnología. A finales de los 90 surgió la pregunta no te imaginas lo que se está trabajando en comunicación, te quedarás boquiabierto, pero no tengo el sustento filosófico y quiero que vos me lo des, hay una cuestión imaginable que la gente no sabe, pero hay que pensar como eso va a afectar a la sociedad y como se puede insertar una sociedad que está en pañales en cuanto a todo eso que está apareciendo.

Todo se está materializando en estos momentos, el problema ético que pueda ocasionar y el problema de estar amarrado a una computadora, ya lo pensaron y tienen alguna solución, no podemos estar cerrados ante eso que está sucediendo, el pueblo en sí está ajeno a todo eso y usan lo que el productor quiere que hagan algunos se han puesto a pensar del control que tienen y una base de datos que pueden manipular totalmente.

Pregunta No. 4

¿El posmodernismo sustenta filosóficamente los cambios causados por el avance de la tecnología o no tiene nada que ver lo uno con lo otro?

R/El postmodernismo mira una problemática de este siglo y plantea que no es la racionalización ni la técnica la respuesta a la problemática social como herederos de la fenomenología, es el método intuitivo que nos va a llevar al triunfo, la famosa frase de Martin Hayer: con el mundo para ganar el mundo es decir todas esa estructura racional tecnológica que tenemos que buscar hasta cierto punto hay que romper con ella y llegar a otra esfera que va a permitir esa fluidez donde la voluntad esa parte emotiva es mucho más valiosa que esa parte racional esquemática que no tiene hasta cierto punto ironías o dilema está que son discutidas en pañales, que están comenzando a emerger, siento que el problema está y que es bueno que aterricemos en ello que nos pongamos a reflexionar de todos los causales que puede ocasionar esos avances tecnológicos, estos avances en las redes sociales que para muchos son insospechables, yo que a veces me mantengo leyendo, soy ajeno a muchas cosas que sepas tanto y quizá mi amigo que está en E.E.U.U. lo ve cotidianamente y que el desarrollo ético humano esté muy en pañales en cuanto a ese desborde de tecnología y desarrollo que se esté dando dentro de las redes sociales, dentro de la tecnología de la comunicación, entre otros.

Pregunta No. 5

¿Es posible que la inteligencia artificial supere la inteligencia humana como para llegar a hacer filosofía?

Claro que sí, el desarrollo tecnológico puede llegar al desarrollo impensable con la ventaja que son rectificables, una máquina la pueden rectificar y el ser humano no, pienso que hay una gran diferencia, pero hay gente que está pensando resolver ese dilema que no lo ha dejado pasar y decir sigamos produciendo la tecnología, pero debe haber alguien que está pensando que eso puede ocasionar un cataclismo.

Pero que sí, por supuesto en los 80 ni pensábamos en todo lo que está sucediendo 2018, mi labor sería verificar si todo esto es cierto y como crítico no tiene más que la información que se le presenta en las redes. 28.05 Hay que pensar que las máquinas si las desconectaron por temor, porque no hay otra razón, es un miedo a la conciencia imaginaria por la creación del código del nuevo lenguaje, pero hay pocos, no hay muchos o sólo con entender profunda que existe y se puede encontrar.

Pregunta No. 6

¿Qué le espera a la humanidad, con los cambios en las relaciones sociales causadas por las nuevas tecnologías?

R/se espera lo imaginable, lo que pasa es que siempre va a ver un sector que tendrá el control de todo y va a determinar qué es lo que se va a acercar y que no, pienso que esa maquinaria de tecnología avanza y tiene que haber alguien y podría ser las empresas de tecnología, una máquina de tiempo.

Ante las decisiones que están tomando debido a ese nivel que manejan y no nos hemos dado cuenta por todo el control que tienen de la tecnología que ahorita está dominando al

mundo si introducen un virus dentro de todas las finanzas mundiales o dentro del banco mundial eso es represalias y puede pasar, es muy factible que suceda por eso se hace necesaria una epistemología de la comunicación dentro de la problemática de las redes sociales.

Algún sector de los seres humanos va a escapar de este maremágnum tecnológico que probablemente va a destruir en alguna cantidad va a depender de los intereses que tenga y serán aspectos éticos, sociológicos, el impulso fue evidentemente comercial, perdieron el norte ya tienen control y tienen otros aspectos que están guardando, ya llegaron a un nivel que es inimaginable cuáles son las redes que se tienen a partir de ahí los estados del mundo.

Teóricamente han probado que es factible, pero en la práctica no se ha visto eso, con la máquina del tiempo habla de un laboratorio que se creó en Nueva York hicieron experimentos con niños y según dos testigos ya crearon la máquina de tiempo, según dos señores de 90 años vieron que ya habían construido una máquina de tiempo y ese laboratorio está resguardado militarmente y eso que se cerró hace 40 años.

¿Lo que tenemos que pensar es si ya tienen ese control y si siguen experimentando con ello?, lo pararon y si lo pararon por qué? ¿Porque estamos hablando de 30 años de esa creación de la máquina de tiempo, se siguió con eso? ¿Se está produciendo? ¿Qué están haciendo con ello y si se paró por qué? Eso tenemos que racionalizarlo a nuestro nivel. Es decir cuando uno tiene todas las ideas de información es mucho más que con una labor eminentemente especulativa al decir probablemente es porque tenemos muy poca información porque la tecnología está creciendo a pasos agigantados, es indudable y que le ocasione problemas a la humanidad, también porque hay una discreción entre el comportamiento humano y esos avances que siguen su marcha, yo no entiendo cómo es que en átomos se pueda crear campus que crean cuestiones impensables, como es posible eso pero se está dando, a eso tendríamos que educar a la gente y a uno de los campos de la educación enseñarles ese uso y lo que se está derrochando.

Pregunta No. 7

¿Cree que las redes sociales virtuales van a sustituir a las redes sociales primarias?

R/Pienso que no y espero que no, que las relaciones primarias estén sustituyendo para que cuando se den cuenta la mayoría que va a causar un mal mayor se vuelva a fomentar las redes primarias

La red virtual no tanto por esa misma crítica que se ha hecho al aspecto impersonal de las redes, he tratado de valorar al primario, al humano, rescatar y revalorizar ese aspecto del encuentro cercano, se espera que sí, pero como es el auge estamos con ese lejos de llegar, pero se le apunta.

Respetuosamente cada uno que tenga el control y decir yo voy a evitar porque quiero estar con mi amigo y punto, sin que haya ruido de teléfono, yo tengo hermanos que no tienen teléfono, no tienen redes, no tienen nada, ellos siguen con la idea que es mucho mejor estrecharse la mano, abrazarse, estar juntos acompañados, pero es el auge de la tecnología, eso está perdido, pero pienso y espero que así sea y que se vuelva a retomar eso.

Esos controles no deben de existir pero pienso que va haber un renacer, dentro de todas esas utopías de 1984 entre otros. , planteaban que estábamos viviendo los últimos años de esta civilización, Spencer (en sus 6 tomos) hizo un recuento del nacimiento y muertes de estas civilizaciones y dice que ha habido 11, dice que hay similitudes entre la civilización de Egipto de Roma con las diferencias que estamos al final de esta civilización y que por eso levantaron una nueva, espero que si estamos viviendo en el último momento, estemos preparados para el cambio y que el cambio no sea en el término de la tecnología sino en el campo del humano, esa es mi esperanza, no soy futurólogo para plantear lo que va a ocurrir pero si observo con lo poco que tengo de tecnología, que ese es un problema que se está viviendo de cerca y la humanidad no se ha dado cuenta. En este momento muchas personas se están llenando los bolsillos con mucha plata de eso, pero ya han rebasado y llegó al límite de tener tanto, no hay otro objetivo que distribuirla.

El capitalismo está llegando y eso va a ocasionar una transformación en los ámbitos de la humanidad, estamos viviendo una crisis para pocos visible y para muchos invisible que va a transformar a la humanidad y por eso es valioso que apuntemos los ojos a ello y que, a partir de esto, se visualicen problemas que van a aparecer y visiblemente se van a demostrar. A raíz de esto todos serán figuras públicas, pero en lugar de dar datos reales se pueden dar ficticios y engañar al sistema. 46.00. Fui a una manifestación y en ese momento recibí un Whats App de mi foto y me escribieron: aquí estamos o sea que utilizaron una cámara, lo que sucede que ese ser diferente es inducido, ¿porque le interesa al sistema que seamos masificados.

Porque así seguimos con el sistema de consumo, creo que el sistema se nutre con gente que es factiblemente aislada si fueran sujetos críticos, las cosas serían diferentes, que inducen a una educación bancaria tradicional, educación distinta que va a ser rechazada pero el problema es mundial, algunos tienen más oportunidades de desarrollo. Umberto Eco dice que hay una maquinaria de un ente superior y se están haciendo todos esos avances tecnológicos para su conveniencia. 56.30 Las redes sociales están poniendo en peligro a la humanidad porque están creando un ejército de idiotas en a generación de contenido. ¿Por qué la actitud de la gente es así?

Anexo 2
Ficha Técnica Entrevista No. 2

Entrevistado	Dr. Edgar Barillas
Fecha	Guatemala 26 de mayo de 2018
Lugar	Campus Central Edificio M 2 Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación
Duración	1 hora 6 minutos
Hora	16:00 horas
Marco de Conocimiento	Histórico

Pregunta No. 1

¿En qué momento el ser humano se organiza en grupos primarios? ¿Y en qué momento inicia a hacer redes sociales humanas?

R/Lo que tenemos que pensar no es que el ser humano surja en un momento determinado y se encienda un switch y aparece el ser humano, sino es todo un proceso de hominización en donde hay una necesidad de establecer comunicación, de hecho, los pasos de ese proceso de hominización son muy extensos, es la parte más extensa de la historia de la humanidad y a través de 4 millones de años va desarrollándose las capacidades que hace diferente a la humanidad del resto de los animales, entre esas características diferenciadoras en primer lugar es la cultura, y qué es la cultura, crear objetos que ya no se heredan biológicamente sino socialmente, cuando hablamos de esta cultura estamos hablando en primera instancia

de la fabricación de instrumentos, cuando los minios comienza a fabricar instrumentos no puede ser aislado porque cuando se da el transferir el conocimiento de una generación a la otra, aquí no hay nada casual, hay todo un proceso de unión del grupo.

No es posible pensar que los individuos crearán un instrumento sino lo heredan, hay una necesidad vital de transferir esa cultura para entender de mejor manera la cultura es todo lo que heredamos nosotros como es biológico, por eso cuando los antropólogos, geólogos y arqueólogos identifican restos humanos es precisamente a través de los restos de herramientas que han quedado. Esas herramientas pueden ser líticas, de piedra, hueso de madera, que la mamadera es un poco más flexible de desaparecer y mucho más duran los huesos y más las piedras, por eso cuando un arqueólogo o un geólogo observa el campo inmediatamente es capaz de detectar cuáles son los productos culturales.

Pregunta No. 2

¿Cuál fue el orden de organización de los grupos sociales o redes?

R/ La sociedad gentilicia es posterior tiene otro desarrollo y los primeros grupos son sin mucha organización social porque no hay una organización social del trabajo aún, no hay una división también sexual del trabajo porque era compartido para hombres y mujeres y después empiezan a existir esas divisiones, y cuando viene la revolución neolítica cuando comienzan a surgir apropiaciones de excedente. La revolución neolítica significa un avance sustancial para la humanidad, una mayor producción que va a implicar que uno se apropie de los excedentes del trabajo colectivo.

Pregunta No. 3

¿Se pueden considerar a la horda y a la gens como redes sociales?

Es muy importante ponerle atención a la cuestión de la cultura, una horda no es sencillamente una reproducción biológica, un animal crece, se desarrolla y desarrolla instintos, el ser humano aprende a hacer humano cuando adquiere la cultura, es después cuando comienzan a adquirir hábitos que no son transmitidos biológicamente ahí es muy importante el lenguaje, las hordas no es que no tuvieran lenguaje por supuesto que tenían, no tienen sistema reestructurado de escultura pero de alguna manera la forma de comunicación si son absolutamente vitales.

El clan representa un tipo de organización en donde se empieza a ver diferenciación de los grupos dirigentes y grupos dirigidos. No hay todavía una división del trabajo muy específica pero sí una división en cuanto a las tareas que desempeñan, podemos hablar de división social del trabajo cuando ya hay una especialidad y surgen los agricultores, hay una domesticación de las plantas silvestres, surge la agricultura y hay personas que empiezan a especializarse en la agricultura, entonces ya no es todo el grupo que se dedica a hacer las mismas tareas sino que, ahora hay unos especializados en agricultura, otros siguen siendo cazadores recolectores, pero empieza a verse especificidad, luego surgen los artesanos, otro de los grandes avances de la sociedad y significa otra división social de trabajo, ya tenemos agricultores, artesanos y la tercera división social de trabajo cuando aparecen los comerciantes y eso es importante porque ya no van a ser productores sino intermediarios, distribuidores del trabajo ajeno.

Cuando se desarrolla esa división social del trabajo es cuando empieza a aparecer la propiedad privada y comienza a surgir el estado, ahí es esa necesidad de la comunicación y por tanto las redes de la comunicación se vuelven cada vez más complejas porque entonces comienzan a dictarse normas en donde preparan las funciones de cada uno de los grupo en la sociedad.

La gran diferencia son las relaciones sociales de producción, hay unos que son los productores y otros que se apropian del trabajo de los productores, las primeras formas de esa apropiación son esclavistas o bien del modo despótico tributario que establece

diferencias muy marcadas entre la clase gobernante y la clase explotada, en algún caso el esclavo es propiedad privada como cualquier herramienta del esclavista, entonces el estado es un estado que mantiene y dicta las normas, esa es una diferencia muy significativa, antes las decisiones se tomaban en consenso y ahora las normas vienen de arriba, las normas vienen impuestas.

Se crea unas relaciones sociales de tal manera que los productores obedecen a los esclavistas o a los gobernantes en las sociedades despótica tributaria y lo que hacen es que en los esclavos era una herramienta más, Aristóteles decía que los esclavos eran herramientas animadas se movían y hablaban pero eran herramientas, en la sociedad despótica tributaria la explotación se daba a través de tributos, por la fuerza de trabajo para la construcción de las ciudades, las calzadas y toda la infraestructura, pero todos los bienes de consumo.

Hay que hacer una aclaración, la familia que normalmente dicen los textos que es la base fundamental de la sociedad, la familia también evolucionó, la familia matriarcal como conocemos actualmente esa es reciente, pero existen formas familiares más extendidas incluso la sociedad matriarcal es muy importante porque abarca la mayor parte de la historia de la humanidad, la madre era la única que podía garantizar quienes eran sus hijos y la posición de la mujer era de suma importancia. Entonces con la sociedad estatal es cuando la familia va adquiriendo estas formas que tiene en la actualidad hasta llegar a la familia monogamia con relación al feudalismo y el esclavismo, resulta que las fuerzas productivas no se detienen y la humanidad siempre está desarrollando nuevos instrumentos de trabajo, está desarrollando nuevas relaciones sociales de producción que chocan con el sistema antiguo, y el esclavismo llegó a ser altamente productivo, cada vez se necesitaban más esclavos para mantener la producción que necesitaba la sociedad, esa relación de sociedades esclavistas estaban en contradicción con el avance tecnológico, el avance de instrumentos de producción, de tal forma que hay una crisis generalizada de los estados esclavistas por ello es que las invasiones de los bárbaros entran con toda facilidad y llegan a destruir un estado tan poderoso como el estado romano, un imperio formado a través de una

estructura político, militar, económica, expandida por un área geográfica bastante extensa, entonces esa poca productividad que va desarrollando, los esclavos el principal incentivo del trabajo era rehabilitar el castigo no hay otro incentivo que evitar ser castigado, cada vez se necesita más y más esclavos para la misma producción.

Al entrar en crisis el estado romano, hubo disgregación donde antes hubo un imperio, ahora reformaron innumerables reinos y dentro de cada reino feudo, y llegaron a adquirir una autarquía, se produce todo lo que se consume y se consume todo lo que se produce, no hay vinculación con los demás feudos, es crearse una estructura piramidal en donde los reyes tienen algún tipo de vinculación con los feudos por ser amos y señores. Aquí los siervos que son los productores ya no pertenecen como esclavos al señor feudal pero sí dependen de él, de las tierras del señor feudal. 18.30 En la sociedad esclavista hay una estructura en la cual el estado garantiza la propiedad de los esclavos por parte de los esclavistas.

El estado ratifica y garantiza que el que es esclavo pertenece a un señor, a un amo y hay que hacer una diferenciación en el feudalismo entre siervo y vasallo, el vasallo está supeditado a un señor y el rey es señor y tiene sus vasallos como son señores feudales es posible que tengan otros feudales debajo de ellos y terminan la pirámide donde los señores feudales tienen sus siervos, hay una relación de vasallaje en toda esa estructura y para mantener esa estructura, intervienen esas características de lo político, pero también interviene lo religioso, en las sociedades esclavistas en las sociedades despótico tributarias en las sociedades feudales, la religión va de la mano con ese sistema, porque son las que imponen las normas para el funcionamiento de la sociedad. Lo que tenemos que ver aquí, es que las redes sociales se van volviendo más complejas porque de un sistema bastante sencillo como el esclavista en donde hay un amo y un esclavo, las relaciones entre siervos, vasallos y monarcas ya es una relación diferente respecto a la religión, aquí estamos hablando del papado, por un lado, las relaciones entre la iglesia y el estado.

Esa vinculación estrecha entre estado-iglesia, la iglesia como la encargada de la idealización, todas las etapas de la edad media, la iglesia genera la educación, los

conocimientos, la transformación cultural aquí es donde ese mismo desarrollo de las fuerzas productivas hace también que entre en crisis el sistema feudal. Comienza a crearse un absolutismo por parte de los monarcas y ellos comienzan a hacer más importantes que el campo, el feudalismo lo importante son las relaciones sociales que se dan en el campo, pero con el surgimiento de los burgueses, paulatino crecimiento de una población trabajadora que ya comienza a estar desvinculada de uno de los medios de producción, un esclavo y un siervo están vinculados a un medio de producción.

En Costa Rica decían que no necesitaban ejército para controlar a la sociedad porque tenían a los profesores, tenían a los maestros, la escuela es una de las formas de control social, es una forma de reproducción del sistema si vemos al obrero que está desvinculado de los medios sociales de producción como el esclavo, como el siervo que además es libre de contratarse, un siervo nace pero un señor feudal, sus hijos, nietos, bisnietos van a seguir con ese señor feudal, el obrero y el proletario no, el proletario se ve obligado a vender su fuerza de trabajo al mejor postor y es libre, en ese sentido, como está desvinculado de los medios de producción, necesita esa vinculación y eso se lo da el salario, cómo se vincula el proletariado con la burguesía, a través del salario y es un pago para que reproduzca el sistema mientras el capitalista se aprovecha y acumula la plusvalía.

¿Cómo controlar a esa población que ya no tiene ese control directo que tenía el esclavista sobre el esclavo y el siervo, es a través de las instituciones, de un orden jurídico, un ordenamiento religioso, Dios siempre es importante en ese sentido, y a través de la ideología, por eso se hablaba de dominación y ahora de hegemonía que es el control social a través del liderazgo?

¿Por qué la sociedad guatemalteca es tan conservadora? ¿Tenemos acendrados valores conservadores porque por lo general es anticomunista? Eso no es porque lo obliguen a uno a firmar un libro del anticomunismo, nadie obliga a ser anticomunista, nadie lo obliga a ser religioso, sin embargo, la gente está convencida a que hay que seguir a un Dios y el comunismo es malo, como se logra eso, a través de valores y símbolos, en una sociedad

más compleja el uso de los símbolos es cada vez más importante, los símbolos se organizan en códigos y cada red social tiene sus propios códigos, por eso uno que venga de afuera le resulta imposible reconocer códigos de otro grupo ajeno a uno mismo, cada sistema de códigos es sistema de símbolos.

Para una sociedad la cruz no significa absolutamente nada para otro tipo de sociedades significa prácticamente todo, ¿cómo se maneja esto? Entendiendo estos códigos, aprendiendo estos códigos, naciendo con estos códigos, absorbiendo estos códigos, mamando estos códigos. por eso resulta tan difícil valorar las culturas que no son nuestras, porque no corresponden los códigos a los que nosotros manejamos, quién impone los códigos? en nuestro medio podríamos pensar: ¿y quién impone la forma de pensar, la familia? antes desayunamos, almorzamos y cenábamos con nuestras familias aun cuando se laboraba doble jornada de trabajo, e so no se da en la actualidad, tampoco en la escuela, la familia y la escuela eran mucho más importante pero ahora no porque se pasa metido en internet y la televisión ha quedado para sectores menos tecnologizados. ¿quiénes miran televisión? pues los adultos y sectores más populosos, los otros ya están metidos en internet por eso es la era de A.C. y no es antes de Cristo, sino antes de la computadora.

Ahora son esas redes internacionales virtuales globalizadas las que fijan los patrones de comportamiento.^{36.00} Éstos en la época de la información, de la sobreinformación y las redes sociales tienen un papel preponderante, antes era uno de los grandes avances de la humanidad la imprenta porque permitía divulgar un conocimiento que antes se traducía muy restringidamente, amplió el rango de acción de conocimiento, pero ahora resulta que cada vez más está quedando a la saga.

Mientras haya apropiación privada del capital no a tal nivel, al contrario, los fenómenos de la globalización lo que tiende es a globalizar la dependencia, cada vez más el control social es más sofisticado. Quiero referirme a la globalización y pensar sí es buena o mala, y no podemos hablar de la ley de gravedad como buena y mala, la ley de gravedad es privada o pública, igual sucede con la modernidad no podemos venir a ponerle calificativos, es que la

modernidad nos desgració, es un hecho y se dio como está esa refrigeradora frente a nosotros, la reacción del siglo XX contra todo lo moderno, que se marcaba como canon, como positivo, las grandes filosofías del siglo XIX y XX eran positivistas, esa reacción contra ese positivismo que se le llama postmodernidad es lo que hace que tengamos una mejor comprensión de fenómenos sobre la globalización.

Pregúntele a la gente que opina sobre Daniel Ortega y no es por saber que sucede en Nicaragua, sino porque estaba oyendo las noticias de CNN y lo mismo pasa con Venezuela, nosotros nos tragamos lo que dice CNN, no la digerimos, sencillamente la tragamos. Recuerdo lo de la belleza y la frialdad como se transmite y cómo lo apropiamos, si el malo es feo por naturaleza eso se le aplica generalmente al otro y cambia dependiendo de la historia, ¿quién es el feo y quién es el malo? Los feos eran los nazis, los indios salvajes sanguinarios y los nazis igual, en la actualidad son los musulmanes, el islam o los gobiernos que no están alineados a la política imperialista, entonces todo lo que sucede está manipulado globalmente, dicho de otra manera, hay un predominio actual de un control social masivo de parte de las potencias y no son sólo económicas sino también en el manejo de la información.

Quién maneja información ejerce hegemonía, y la gente cae dentro del esquema de la hegemonía, y se traga los discursos hegemónicos pero es tan difícil que la gente salga de su pensamiento porque la hegemonía se impone y tiene que ver con el consumo de la información de las noticias, de los medios de comunicación y no es controlado por el consumidor sino por quienes se ven beneficiados de que la gente consuma, la gente tiene miedo a la revolución, la revolución neolítica significa el surgimiento de la escritura, de las ciudades, surgimiento de las ciudad complejas, del estado, es el paso hacia las ciudades esclavistas, la edad de los metales y es importante la primera revolución industrial pero si la quitamos no es de mayor impacto, pero quitamos la segunda y significa que se va las cámaras, los teléfonos, todo está funcionando por electricidad y eso es producto de la segunda revolución industrial, o uso de los combustibles fósiles, el uso de la química aplicada a la tecnología, si quitamos la segunda revolución industrial, damos un salto atrás.

Pero terrible, nuestros hijos que crecieron con el celular, la Tablet, la computadora, qué harían sin los productos de la segunda revolución industrial, llegaríamos a un caos pero absoluto, descomposición social tremenda, existe ese miedo a los cambios que son revolucionarios porque así como el revolucionario se asocia al comunismo, la revolución en términos generales significa la destrucción de nuestros valores como si los ateos , materialistas, musulmanes, los hindúes no tuvieran valores, tienen sus propios valores, y esos temores se ven afectados cuando hay una necesidad al cambio, qué va a suceder con estos niños que no van a escribir con los dedos como lo hacíamos nosotros sino sólo con los pulgares, van haber cambios que tarde o temprano van afectar la evolución de la humanidad.

No pensemos en Edgar Barillas, pensemos en Caruso, cantaba sus áreas ante un público y lo conocían los que estaban enfrente de él, pero cuando se inventó el fonógrafo pudo llegar un montón de gente que ya no tenían necesidad de estar en contacto con él, cuando surge la reproducción mecánica del arte y de las imágenes nosotros perdemos el áurea del original diría Dengami y esa áurea que tiene lo original se pierde al ser reproducido masivamente y se crea la cultura de masas, ahora es muy fácil que ingrese a internet y escriba el nombre de Edgar Barillas y van aparecer un montón de resultados, varios Edgar Barillas, si se trata de seguirle la pista a un historiador de la Escuela de Historia, ahí va aparecer y eso es lo que la gente puede controlar, lo estamos viendo a nivel individual pero qué pasa con las grandes redes sociales como Facebook que tienen acceso a cosas que ni se recuerdan, la diversión de lo público y lo privado se queda pequeñita cuando nos vemos ante esa realidad del manejo de la información que poseen sobre nosotros y que por tanto nos controlan.

Somos 16 millones de guatemaltecos y hay 22 millones de teléfonos, sólo eso nos pone en una realidad muy clara, una tecnología que se metió en nuestras vidas y no se puede cambiar y no porque consideremos que sea beneficiosa va a desaparecer, ya vino y convivimos con ella, nos hicimos más público, mi temor no es que venga y publique mi última investigación y me conozca un montón de gente, que pueda opinar y pueda meterse,

mi temor es lo que yo no sé de cómo están utilizando mi información porque ahora se escribe un artículo y lo puede meter en academia.edu y se da a conocer a la comunidad académica y no sólo llega a los académicos, eso pasa necesariamente por los que controlan la seguridad del sistema.

Una de la preocupación nuestra en este momento es la conservación de los archivos, específicamente los físicos, ¿en qué conservamos los archivos antes los que mirábamos en película? Primero celuloide, después acetatos, poliésteres después vinieron los videos y dijimos aquí está la gran solución. Un muchacho hijo de unos amigos llegó impresionado porque les dijo a sus papás que había encontrado en casa de un su amigo unos platos negros que se ponían en un aparato y sonaba música, ¿que pasó? Creímos que los CD eran forma de almacenar y ya sabemos que todos los discos tienen una duración limitada, pero todos los discos duros tienen mecanismos que se estropean los engranajes se destruyen y también es una solución, están los discos de estado sólido duran un poquito más pero igual pueden ser sujetos a cualquier cosa. ¿Entonces qué nos queda? La nube, pero ya perdimos el control de todo. En qué vamos a almacenar dentro de 20 años si hace 20 años las formas de almacenamiento eran diametralmente distintas a las de ahora, dentro de 20 años saber dónde y en manos de quién vamos a estar.

¿Quién nos va a guardar nuestra memoria? Si antes uno tenía su álbum fotográfico y aquí está, ¿dónde? En el teléfono, pero el teléfono lo cambió en dos años. Nosotros no nos damos cuenta de todo el control social que está sobre nosotros, eso sale cuando hay un caso como el de Facebook, pero salió en las noticias que Facebook ganó el 30% de aumento de sus ventas, a pesar que se le quiso enjuiciar, perdió 50 billones y ahorita ya los está recuperando que no son los líderes económicos mundiales individualmente, Carlos Slim de las comunicaciones, Bill Gates, ya no eran los multimillonarios de hace 20 años, ahora son otros.

El problema es que nosotros vamos a la zaga en nuestro pensamiento de todos esos cambios, le pongo el caso de la legislación sobre la propiedad intelectual, se supone que 50

años o 75 años la propiedad intelectual desaparece para hacer dominio público. ¿Las películas de Walt Disney están para ser de dominio público, cualquiera las puede usar y qué hizo Walt Disney? las desapareció del mercado??? y sacaron copias remasterizadas, resulta que ahora esas copias remasterizadas tienen otros 50 años de propiedad, pero la legislación siguió siendo la misma de antaño, no hubo una capacidad de prever ni acomodarse a esas circunstancias, entonces estas grandes compañías siempre salen ganando. No estamos ni mejor ni peor, somos diferentes no lo pongo con una valoración ni moral ni ética ni nada, pero son muy diferentes, nuestra Universidad ya no es la Universidad a la que entramos nosotros, es otra. El sistema que vengan los profesores va a funcionar un tiempo y después va a dar sus clases desde sus casas.

Anexo 3
Ficha técnica entrevista No. 3

Entrevistado	Dr. Carlos Interiano
Fecha	Guatemala 11 de mayo de 2018
Lugar	Campus Central Edificio M 2 Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación
Duración	0 hora 28 minutos
Hora	15:00 horas
Marco de Conocimiento	Comunicación

Contexto

La entrevista se enmarca en el desarrollo teórico de comunicación respecto al avance los medios, la privacidad y la exposición pública.

Pregunta No. 1

¿Indudablemente se ha roto el paradigma anterior del manejo de la comunicación por los medios masivos tradicionales?

El planteamiento que se hizo en los años 70 respecto al nuevo orden informativo de la orden mundial informativa, creo que generó tantas críticas por E.E.U.U, al extremo de retirar la ayuda de la UNESCO y fue la que comandó este estudio sin la propiedad y poder

de los medios de comunicación en el mundo. A partir de esa concepción que tuvieron por voluminoso texto, voluminoso libro, no se habría dado tanto movimiento en el campo de la comunicación masiva sino hasta ya de manera más reciente en los últimos 10 años, que se habla de la ruptura de un modelo tradicional y ya elegido un nuevo modelo, un nuevo orden en el manejo de la información mundial.

Pregunta No. 2

¿Cómo se llamaba ese informe?

Un nuevo orden informativo mundial NOIM, fue un estudio que se realizó por un equipo conformado alrededor de 20 intelectuales académicos de diferentes nacionalidades, había franceses, ingleses, norteamericanos y parte de latinos, creo que argentinos, eran comandados por Susan Shau McBrian, rindieron un informe donde se evidenciaban dos grandes cosas: 2.48.

- La estructura de los medios de comunicación favorecía a las transnacionales, agencias transnacionales de información, había agencias transnacionales tan grandes como la AP, DPA, Fruit it, agencia Tast rusa. 3.13.
- ¿El otro gran aspecto que revela el informe es que se daba una manipulación de la información, en qué sentido? En que las agencias transnacionales de comunicación tenían corresponsales en los diferentes países que tenían cobertura, estos corresponsales recogían la información, la enviaban a la casa matriz, a la casa central, pero ahí procesaban la información y la elaboraban conforme a un perfil político, si era de bajarle perfil a la información, lo bajaban, si era de subirle negativo porque todo se lo subían.

Esa información que ellos procesaban, la canalizaron a la prensa local de los diferentes países quienes compraban el servicio. Pero esa información como ya se había convertido en una alcancía, los medios locales la publicaban tal cual la recibían de las agencias, entonces

resultaba que esa información que recibían no correspondía a la que realmente había sucedido.

De esa cuenta, el caso de la renuncia obligada de Jacobo Arbenz, es un ejemplo de cómo se manipuló la información, pero por las grandes agencias internacionales y ellos tenían un poder enorme de carácter político y económico, también en todo el mundo, sobre todo el mundo en desarrollo. Ese nuevo orden informativo ha venido a cambiar comunicaciones interpersonales y va a desplazar en algún momento... como las redes sociales.

De hecho los cambios son evidente y sobre todo en países donde hay niveles altos de violencia, la sociedad se ha ido reflejando más hacia sus hogares, se ha construido virtualmente muros en los barrios y en las colonias, pero esto no es nada aislado en el contexto de la comunicación ni contexto de las comunicación humana se ha pasado a llamar sociología de las esquinas, recordemos cómo en nuestra época nosotros nos congregamos en las esquinas para compartir con los amigos y vecinos y ahora ya no existe eso.

El joven o el niño que está comunicándose, pero de una manera redirigida no hay diálogo cara a cara. Eso está produciendo una nueva visión del ser humano, un fenómeno que se está pasando de tener una ciudadanía de país a ciudadanía del mundo, los jóvenes de hoy no piensan si ser argentinos o guatemaltecos, piensan en función de estar en el mundo porque tienen la posibilidad de hacerlo, las redes sociales son tan poderosas que los transportan a escenarios que físicamente no se han conocido pero que tienen las imágenes y es ahí donde se está profundizando más el fenómeno de la comunicación humana.

Hoy día pues a través de la cámara web, pero estaba viendo un documental donde se está creando una realidad virtual tridimensional donde se puede estar en Barcelona sin haber pagado un boleto. Eso que estamos haciendo es una nueva mentalidad, yo creo que si unos de los cambios que hablaba Maleski Cambios en el conocimiento son tan evidentes hoy en día, son en este sentido como el ser humano ya no piensa en función de su pequeño territorio sino piensa en función de su territorio mundial y más allá.

Preguntas No. 3 y 4

¿Cómo ve el hecho usted que el ser humano no sólo está en peligro de perder la privacidad? ¿Sino por un código único de identificación?

¿Cómo ve el hecho del código único y la inteligencia artificial, como nos va a afectar a los seres humanos?

R/siguiendo con los cambios en la estructura del pensamiento humano, creo que el hecho que haya un código único para cada persona sino es el hecho que estamos siendo reducidos a cosas o a simples objetos, y se nos está despojando de los más valiosos que es la calidad del ser humano, Si es cierto tenemos grandes líneas, compartimos grandes líneas genéticas con el resto de seres humanos pero cada uno tiene una individualidad, su huella digital y su huella genética por ejemplo quieren reducir la personalidad del individuo a un código, creo que le está costando este margen de libertad tanto para expresarse y realizarse como tal?

Para mí es uno de los grandes peligros que se corre en este salto cuantitativo que está dando la humanidad porque puede caerse en el terreno de crear máquinas y convertir al ser humano en una simple máquina, de hecho, ya lo estamos viviendo porque vamos al supermercado y nuestra huella está en los aparatos para las tarjetas y sólo firmamos y ya. Ya tenemos ahí un registro, hasta dónde va a llegar todo esto, no sé, habría que analizar una mega tendencia quizá la gente de ciencia ficción nos diera luces en esto porque al fin y al cabo los científicos de ciencia ficción hacen ciencia, lo que no ha logrado es desarrollarla.

Pero según me han contado en la biblia está tipificado el 666 es un código numérico que, si hacemos un equivalente hoy en día, sigue la misma lógica y como cosa rara está cifrando algo imaginario que es el gran lenguaje de la transformación tecnológica que se tiene hoy en día.

La biblia está llena de muchas casualidades, por ejemplo una vez en una clase yo estaba pensando como ilustro el tema de la entropía desorden informativo versus el orden

informativo, pensando leí el Génesis que es una interpretación moderna desde la termodinámica del Génesis porque dice en un principio Dios creó el cielo, los mares, la tierra, al ser humano y a Eva y le dio una orden, todo era caos, no había tierra, no había mar, ni peces, no había nada, era un caos lo que había en ese momento, era un estado de entropía desde la información.

Esta orden desde la teoría matemática de la comunicación es neuro antropía, pero ese concepto porque la vida está flagelada de coincidencias y no es que seamos profetas pero hay muchas cosas de la Biblia que de repente que las que lo consiguieron, la leyeron y tuvieron una visión del futuro enorme como más tuvo Da Vinci por ejemplo, entonces con esto qué podríamos concluir, que el pensamiento humano ha ido dando como vueltas en círculo a pesar de que el pensamiento humano es en espiral pero ha vuelto ciertos grandes puntos, grandes círculos en el universo, ciertas coincidencias y eso no sólo en la vida sino también en otras regiones.

Pregunta No. 5

¿En el ámbito de la comunicación, qué le pasará a la humanidad cuando de ser seres únicos e individuales pasen a ser seres masificados y públicos?

R/ Se exponen de manera virtual porque si un fenómeno aparte del individual y colectivo, se ha dado un fenómeno de aislamiento físico quien conviven en la U, en las fiestas en cuestiones de tragos, pero hay una barrera que impide la comunicación cara a cara entre dos personas, están, pero no conviven y eso se ha observado donde hay mucha gente joven, que si bien les va escogen un amigo o amiga y se olvidan del resto. 17.00 no hay ese sentido de convivencia, son figuras públicas virtuales. Creo que la virtualidad ha creado esa especie de fenómeno social que por un lado le vende la idea de un ser colectivo pero conectado, por otro lado, le acentúa el sentido del aislamiento.

Entonces genera seres retraídos y trae otros cambios en la conducta humana, porque como no se fortalece el sentido de convivencia, se van atrofiando ciertas capacidades que tenemos

el ser humano para convivir y e cae en aislamiento, se cae en un sentido de inferioridad cuando se trata de establecer comunicación cara a cara, se adquiere ese sentido de fortaleza como personal cuando nos comunicamos con alguien que está distante.

Nos desinhibimos, pero esta comunicación virtual ha generado sentido de inhibición para capacidad de relacionarse cara a cara. Como producto humano en la parte ética del hombre de ciencia van a ir tomando sus precauciones para no dejar los códigos tan abiertos. Por ahí le van a encontrar algún mecanismo para que la máquina no sea totalmente libre, pero se corre ese riesgo.

Alguien que tiene cero en formación ética, le viene del norte y crea una máquina con códigos totalmente auto programables y eso sí sería un gran riesgo que está sufriendo la humanidad, un riesgo de sobrepasar límites humanos y convertirse en máquinas. Incluso he estado pensando que se está hablando de ir a marte, al infinito o más allá pero el tiempo de vida de una persona no le alcanzaría para ir a planetas lejanos tiempo de vida, la persona como ser biológico, pero que pasa si existe la posibilidad a un futuro cercano o mediano que el ser humano traslade toda su capacidad cerebral a un cerebro virtual o un androide, podría existir la posibilidad que llega a marte pero no sino un clon es una máquina que va a pensar y sentir y tendría toda su programación pero no va a ser el ser biológico que va a estar allá.

La física cuántica da grandes saltos y hoy en día se habla de la posibilidad que existan mundos paralelos y así como estamos congregados en este momento, un mundo paralelo la misma versión de lo que estamos haciendo y se trae la posibilidad que el ser humano pueda finalmente crear la máquina del tiempo para anular la barrera del espacio en el concepto espacio-tiempo y está en el plano de ciencia ficción. Otro ejemplo que da idea de esa situación es que existen impresoras que son capaces de reproducir objetos, ese principio de capacidad de reproducción de objetos, básicamente a ese principio se le conoce como la máquina del tiempo, podría des atomizar a un ser humano.

Pregunta No. 6

¿Las Redes sociales virtuales, están entonces apuntando a una nueva dimensión de la comunicación?

R/ Las redes sociales están construyendo un nuevo mundo desde la comunicación en varios sentidos, primero se ha anulado las fronteras, el mundo se ha reducido, se ha convertido en un pañuelo, por un lado, por otro lado, la posibilidad que está arrojando la nueva dimensión de la comunicación, hoy en día de convertir nuestros espacios laborales, en espacios de esparcimiento, nuestros espacios de construcción de ciencia nuestros espacios sociales, hasta espacios amorosos de una manera totalmente diferente a como se hacía cuando sólo teníamos los códigos analógicos.

Creo que los grandes avances de la teoría de la comunicación hoy en día nos ha abierto fronteras de conocimiento y la enorme posibilidad también de construir un set diferente aquí se plantea de alguna manera el tema ético, es en qué sentido estamos construyendo, tema ético, si estamos construyendo un ser con serios problemas éticos que ya no le importe el vecino, los hijos, la mujer, la lealtad, el amor, la convivencia sino sólo el mismo satisfacerse sin que le importe el resto, eso ya es un problema ético que está planteando la nueva dimensión de la comunicación.

Pregunta No. 7

¿Va a desaparecer los libros y los periódicos?

R/No tan cerca, estudiando la maestría en 1990 en Miami, se le hizo la pregunta a un profesor argentino que llegó a dar una conferencia y le dijimos: ¿va a desaparecer el periódico? Y él dijo: no dentro de los siguientes 30 años, pero estoy hablando del 90 ya casi 30 años, pero en ese tiempo decía que iba a haber una especie de aparatitos que se pueda leer el periódico y resulta que pocos años después comenzaron a surgir las herramientas.

Siempre va a haber un espacio para libros y periódicos, porque los cambios a ese nivel, no son cambios tan veloces, tan rápidos, recordemos que entre la invención de los tipos móviles en tiempo de un Gutenberg 1453, para la difusión de los primeros grandes periódicos que fue en la Revolución Francesa 1776-1779, transcurrieron un montón de años, claro los cambios en ese entonces eran mucho más, hoy en día la tecnología acelera los procesos de cambio, pero siempre hay espacios para gente que le gusta leer en físico.