

Intersecciones de lo digital: Cultura, Filosofía y Comunicación

Gabriel A. Corral Velázquez
Rosario Barba González
(coords.)



eman ta zabal zazu



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea

CIP. Biblioteca Universitaria

Intersecciones de lo digital [Recurso electrónico]: cultura, filosofía y comunicación / Gabriel A. Corral Velázquez, Rosario Barba González (coords.) ; prólogo, Estefanía Jiménez Iglesias. – Datos. – [Leioa]: Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea, Argitalpen Zerbitzua = Servicio Editorial, 2025. – 1 recurso en línea : PDF (145 p.)

Modo de acceso: World Wide Web.

Incluye referencias bibliográficas.

ISBN: 978-84-1319-653-4

1. Sociedad informatizada. 2. Digitalización (Informática) 3. Medios de comunicación social y cultura. 4. Tecnología – Filosofía. 5. Inteligencia artificial. I. Corral Velázquez, Gabriel A., coord. II. Barba González, Rosario, coord. III. Jiménez Iglesias, Estefanía, pr.

(0.034)316.774

Esta obra cuenta con la financiación de la Beca Estancias Sabáticas Vinculadas a la Consolidación de Grupos de Investigación que otorga SECIHTI (Gobierno de México)

Índice

Prólogo	
Estefanía Jiménez Iglesias	4
Presentación	7
Del mito al algoritmo. Metamorfosis del trabajo en la era de la Inteligencia Artificial	
José de Jesús Fernández Malvárez	9
Digitalización y filosofía o de los riesgos de la digitalización	
Juan Granados Valdéz	26
La necesidad del pensamiento crítico en la era algorítmica	
Udane Goikoetxea Bilbao	40
Subjetividades nómadas y comunicación: Nuevas formas de relación en la era digital	
Eduardo M. González de Luna.	56
Lenguaje, poder y subjetividad: claves para pensar lo político	
Gabriel A. Corral Velázquez y Guillermo Gurrutxaga Rekondo.	69
La exaptación de la mano en los entornos digitales y sus consecuencias.	
Una relectura de <i>El gesto y la palabra</i> (1964) de Leroi-Gourhan	
José Miguel Esteban.	83
Visualidad estratégica. Retórica visual y marketing de <i>influencers</i>	
Rosario Barba González	95
La cultura de la cancelación: ¿una policía de la moral?	
Mauricio Ávila	110
Las formas de comunicación de la ciencia con relación a la integridad científica	
Bernardo García Camino	124
Los medios de comunicación, migraciones y fronteras	
Julia Corona Chaparro	134

Prólogo

Euskadi y México están separados varios miles de kilómetros de océano Atlántico. Tantos, como miles de kilómetros de fibra óptica nos unen, nos comunican, y nos permiten mantener una relación fluida entre colegas. Cuando los editores de este volumen me propusieron introducirlo accedí sin dudarlo, porque era el resultado redondo de una colaboración entre nuestras dos universidades, la Universidad Autónoma de Querétaro a la que ambos pertenecen, y Euskal Herriko Unibertsitatea, donde hemos tenido el honor y el privilegio de contar con su visita, sus aportaciones y su inmensa curiosidad académica en varias ocasiones.

Las instituciones las conformamos personas, y en muchas ocasiones son las iniciativas personales las que ayudan a tender puentes. Que el globo terrestre, en su inmensidad, puede quedarse muy pequeño es una evidencia al descubrir intereses, problemas e inquietudes muy parecidos en puntos tan lejanos. Nos une un idioma, sí, pero también nos une el deseo de comprender hacia dónde se dirige nuestro mundo, y el de averiguar qué podemos aportar desde la Comunicación, la Filosofía y el estudio de la Cultura en esta época de cambios constantes y febril necesidad de adaptación.

Vivimos tiempos confusos. Los fenómenos sociales siempre fueron complejos, pero en los últimos años me atrevería a decir que resultan enigmáticos. Y en la era digital no se limitan a un solo campo. Por eso esfuerzos como el recogido en estas páginas, que trasciende las fronteras disciplinares, invitan a comprender de manera más integral la realidad social, integrando perspectivas, metodologías, marcos teóricos y sensibilidades diferentes. La multidisciplinariedad permite combinar, pues, perspectivas de diferentes campos para abordar un mismo objeto de estudio.

Así, fenómenos como la cultura de la cancelación, el *marketing de influencers*, o la representación mediática de la migración pueden ser examinados considerando sus dimensiones culturales, éticas, políticas y comunicacionales. La filosofía de la digitalización, por ejemplo, se mueve entre la ontología, la ética y la política, tratando aspectos críticos de la relación humana con la tecnología digital y el control de datos. Parece una coctelera repleta de combustible de alto octanaje, y probablemente lo sea, pero estas visiones favorecen el análisis transversal. Y además impulsa la innovación, y es obvio que las sociedades actuales requieren de enfoques novedosos y creativos para ser comprendidas y explicadas a la sociedad.

Los desafíos de la sociedad digital no nacieron con la democratización del acceso a la Inteligencia Artificial, pero hoy es imposible entender nuestro mundo sin ella, oportunidad y reto a partes iguales. José de Jesús Fernández Malvárez (p. 9) analiza las transformaciones del trabajo en la era de la IA desde una perspectiva socioantropológica, explorando cómo los componentes míticos del trabajo se transfiguran en lógicas algorítmicas. Históricamente, el trabajo estructuraba las identidades colectivas, pero hoy la tecnologización disminuye la necesidad de parte de la fuerza de trabajo, redefiniendo su esencia y contribuyendo a deshumanizarlo. Como es sabido, nunca fue neutra la tecnología, como tampoco lo es la IA, y su pre-

sencia en las relaciones laborales, desde las nuevas profesiones emergentes a la legitimidad de su participación en procesos de contratación es objeto de análisis y discusión.

Juan Granados Valdéz (p. 26) aborda los riesgos ontológicos, éticos y epistémicos de la digitalización. En un contexto en el que la validez de los objetos sociales depende de su inscripción en registros digitales, surgen cuestiones relacionadas con la autonomía y la privacidad, la manipulación algorítmica y la posibilidad de la documentalidad totalitaria. Y también intentos de resistencia: preservar también lo indocumentable, como la experiencia del amor o del dolor, la capacidad de sentir remociones, la intuición o el conocimiento tácito, lo que en definitiva hace humanos a los seres humanos, quizá sea un acto subversivo en nuestros tiempos.

La necesidad del pensamiento crítico es abordada por la profesora Udane Goikoetxea Bilbao (p. 40), que se centra en particular en el Periodismo, en un contexto de saturación informativa en el que las habilidades cognitivas bien dirigidas son esenciales para analizar, evaluar y sintetizar información, tomar decisiones informadas y resolver problemas. La sobrecarga informativa y la automatización de decisiones por parte de la IA pueden limitar la capacidad de pensar críticamente e incluso llevar a la dependencia tecnológica, con lo que tanto el Periodismo *slow* como la verificación de fuentes son cuestiones emergentes sobre las que poner la lupa para conducir a la reflexión.

El capítulo firmado por Eduardo M. González de Luna (p. 56) explora el modo profundo en el que la subjetividad y las relaciones sociales deben reconfigurarse en la era digital. El autor introduce el concepto de subjetividades nómadas: identidades móviles, fluidas y fragmentadas que se despliegan en entornos digitales mediados por pantallas. Los medios de comunicación participan activamente en la producción de estas nuevas formas de ser sujeto, más allá de la estabilidad y la presencia física, pero quizá sea responsabilidad de toda la sociedad repensar cuestiones como agencia y vinculación para responder a los desafíos de todo tipo vinculados a vivir en un mundo en el que la identidad es móvil y las relaciones son cada vez más mediadas.

Además de coordinar el volumen, Gabriel A. Corral Velazquez, en conjunto con Guillermo Gurrutxaga Rekondo, firman un texto en el que proponen una lectura filosófico-discursiva de lo político, centrada en el lenguaje generador de subjetividades y marcos de sentido: el poder moderno no se ejerce solo por represión, sino por la producción de discursos, saberes y subjetividades (p. 69). Las teorías críticas han mostrado que el sujeto no es una instancia autónoma, sino que se existe en el seno de redes discursivas, tecnológicas y sociales. El ámbito político es, por tanto, una disputa permanente por los significados, por la forma en que se nombra lo común y se construyen los sujetos, que en los entornos digitales está moldeado por las infraestructuras algorítmicas. Corral y Gurrutxaga, defienden la necesidad de una filosofía crítica que desnaturalice los órdenes discursivos dominantes y permita la existencia de nuevas posibilidades de enunciación y acción democrática.

Entre la antropología y la reflexión filosófica, José Miguel Esteban (p. 83) evalúa las tesis de Leroi-Gourhan sobre la regresión de la mano ante las tecnologías digitales. Si bien la digitalización ahorra esfuerzos, puede llevar a la desensibilización de la mano y al desuso de habilidades manuales, con las derivas preocupantes que puede acarrear esto. Y además contrasta vivamente con la evolución de la mano en los homínidos, que a lo largo de la evolución fue liberada para funciones como el desarrollo del lenguaje y la herramienta. La mano ha pasado de ser una herramienta artesanal a estar subordinada en la producción industrial, y en la era digital su reducción de funciones continúa, con implicaciones aún por explorar.

Deslizándose hacia el ámbito de la comunicación y la publicidad, y en un capítulo dedicado a la relación entre la retórica visual y el emergente marketing de influencers (p. 95), la coordinadora del libro Rosario Barba González aborda las implicaciones de esta práctica. Los influencers utilizan la imagen como táctica estratégica central en la comunicación digital de marcas, y operan en la economía de plataformas en base a su capacidad para generar interacción. Elementos como la autenticidad, la necesidad de captar la atención, la capacidad para conectar con sus comunidades y el ciclo de validación social resultan clave, mientras los contenidos, condicionados por lógicas algorítmicas, buscan la viralidad. Y de una manera nada inocente, las narrativas que generan y naturalizan afectan a las percepciones de sus espectadores y contribuyen a conformar identidades y comunidades online.

En el centro del texto firmado por Mauricio Ávila (p. 110) se revisa el concepto de la cultura de la cancelación como expresión contemporánea de la policía de la moral, revisitando parcialmente los postulados de J.S. Mill para definir la «tiranía de la mayoría». La cultura de la cancelación, igual que la policía de la moral, impone opiniones y coarta la libertad de pensamiento y acción, pudiendo ejercerse a través de autoridades legales o la propia sociedad. La imposición de creencias debilita el espíritu ciudadano porque, aunque sea por motivos altruistas, es tiránica, y más aún cuando en las comunidades virtuales no busca la justicia, ni la educación, sino denigrar, linchar mediáticamente y generar miedo a expresar ideas. El autor sugiere precauciones, obstáculos y condiciones para un intercambio de ideas respetuoso, reto tan necesario como plagado de dificultades en la esfera digital.

El texto de Bernardo García Camino (p. 124) discute la necesidad de comunicar la ciencia: los medios difunden avances científicos, pero también, y de manera peligrosa, son altavoces para bulos y desinformación. El autor define los estándares de lo que debería ser una buena comunicación de la ciencia, implicando honestidad, objetividad, cuidado, crédito, apertura y transparencia en la investigación, y desterrando malas conductas, como falsificación, fabricación y plagio, así como prácticas cuestionables como el manejo de datos o conflictos de interés.

Para finalizar, el capítulo firmado por Julia Corona Chaparro (p. 134) analiza el fenómeno migratorio, la vulnerabilidad y las fronteras, haciendo hincapié en el papel de los medios de comunicación que, en ocasiones, contribuyen a normalizar la precariedad de los migrantes. La autora propone repensar el concepto de frontera, que sí permite el flujo de capitales, pero no el de personas, y propone que los migrantes se erijan en agentes políticos reclamando su derecho a tener derechos.

En su conjunto, comprobamos cómo este volumen cartografía una serie plural de interrogantes cruciales sobre la experiencia humana actual. Las aportaciones seleccionadas por los profesores Corral y Barba dialogan, se complementan y problematizan las condiciones culturales de nuestra época, pero mantienen un horizonte común: pensar lo digital como un fenómeno filosófico, cultural y político. Este esfuerzo colaborativo, concretado en la participación de académicos de la Universidad Autónoma de Querétaro y Euskal Herriko Unibertsitatea, subraya la necesidad de aunar disciplinas e instituciones para interrogar el sentido, la justicia y la humanidad de nuestra condición digital.

*Estefanía Jiménez Iglesias
Bilbao, junio de 2025*

Presentación

En el presente volumen, se reúnen diez capítulos que dialogan en torno a una preocupación común: las transformaciones contemporáneas del sentido, del conocimiento y de la experiencia humana en el contexto de la digitalización global. Bajo el título *Intersecciones de lo digital: Cultura, Filosofía y Comunicación*, los textos aquí compilados no solo describen fenómenos sociotécnicos, sino que problematizan las condiciones culturales, epistémicas y políticas de nuestra época desde enfoques filosóficos y comunicacionales. Este libro es, una cartografía plural de interrogantes sobre la vida cotidiana en la era digital.

Uno de los ejes que articulan este libro es el análisis de la subjetividad y sus mutaciones en entornos digitales. Desde el examen de las «subjetividades nómadas» hasta el impacto de los algoritmos en la producción simbólica, los autores proponen una lectura crítica del modo en que la identidad, el cuerpo y las relaciones se reconfiguran en territorios mediados por pantallas. En esta línea se cuestionan las narrativas dominantes sobre la tecnología, proponiendo marcos de interpretación que articulan la filosofía poshumana con la antropología técnica.

Otro bloque temático articula la reflexión sobre el trabajo, la política y la verdad. Los cuales, discuten el papel del lenguaje, el poder y la inteligencia artificial en la configuración de los regímenes de producción y legitimidad en las democracias actuales. Esta línea se amplía con la propuesta de examinar los riesgos ontológicos y éticos de la digitalización desde la documentalidad filosófica.

El libro también se detiene en fenómenos emergentes que tensan las nociones modernas de libertad y comunidad. En esta línea, por ejemplo, se revisa la «cultura de la cancelación» como expresión contemporánea de una policía de la moral que limita el ejercicio libre de la especulación pública. De igual manera se aborda la representación mediática de la migración en clave necropolítica, revelando los vínculos entre frontera, exclusión y narrativas hegemónicas.

La obra incorpora un eje transversal de análisis sobre la comunicación científica y la integridad epistémica, desarrollado en el capítulo que reflexiona sobre la tensión entre divulgación, verdad y algoritmos. En diálogo con debates actuales sobre la ética de la información, este texto plantea la necesidad de repensar la ciencia como bien público en entornos mediáticos saturados de datos, desinformación y discursos polarizados.

En su conjunto, *Intersecciones de lo digital*, ofrece una mirada sobre los desafíos que plantea la condición digital de nuestras sociedades. Este libro construye un horizonte común: pensar lo digital como fenómeno filosófico, cultural y político, y no solo como herramienta o entorno. Frente a la aceleración técnica y la urgencia del dato, los textos aquí reunidos interrogan el sentido, la justicia y la humanidad de lo que comunicamos, sabemos y habitamos.

Finalmente, este libro es resultado de la colaboración académica entre los cuerpos académicos Filosofía Contemporánea e Interpretaciones de la educación, la cultura y las artes de las Facultades de Filosofía y Artes de la Universidad Autónoma de Querétaro; así como, los departamentos de Periodismo y Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Euskal Herriko Unibertsitatea.

Bilbao, mayo de 2025

Del mito al algoritmo. Metamorfosis del trabajo en la era de la Inteligencia Artificial

José de Jesús Fernández Malvárez¹

Universidad Autónoma de Querétaro

<https://orcid.org/0000-0002-6687-0805>

Resumen:

El presente texto analiza las transformaciones del trabajo en la era de la inteligencia artificial (IA) desde una perspectiva socioantropológica. Explora cómo los componentes míticos del trabajo —rituales y narrativas sagradas que otorgaban trascendencia a la labor humana— se transfiguran en lógicas algorítmicas. A partir de un enfoque teórico que integra las propuestas de Lévi-Strauss y Roger Bartra sobre la necesidad lo simbólico, y la teoría del actor-red de Latour, se examinan tres fases: problematización (definición del «nuevo trabajo» por actores tecnológicos), interesamiento (adhesiones/resistencias a la IA) y estabilización (institucionalización de algoritmos). Se pone a discusión la reconfiguración de la agencia humana, la desmitificación del sufrimiento laboral y la emergencia de ontologías híbridas (ciborgs, IA generativas). Casos como el de OpenCRISPR o los ciborgs Kevin Warwick, Neil Harbisson, James Young y Rob Spence, ilustran cómo los algoritmos inscriben mitos culturales (meritocracia, eficiencia) y redefinen relaciones de poder. El texto también aborda el capitalismo posthumano y el transhumanismo laboral, destacando dilemas éticos, sesgos algorítmicos y la precarización del trabajo. Concluye que la IA, lejos de ser neutral, encarna narrativas históricas y desafía la identidad humana, exigiendo una reevaluación crítica de sus impactos simbólicos y materiales.

¹ Doctorado en Estudios Multidisciplinarios sobre el Trabajo, Maestro en Estudios Antropológicos en Sociedades Contemporáneas y Licenciado en Antropología. Profesor e Investigador de Tiempo Completo de la Facultad de Artes de la Universidad Autónoma de Querétaro. Coordinador de Planeación y del Centro de Investigación en Artes y Humanidades (CIAH). Miembro del Cuerpo Académico: Interpretaciones de la Educación, la Cultura y las Artes (UAQ-CA-161). Autor de más de 30 publicaciones.

INTRODUCCIÓN

Desde los albores de la humanidad, el trabajo ha operado como un dispositivo mitopoético: un mecanismo que, más allá de su función económica, estructura identidades colectivas mediante rituales y narrativas sagradas (Durkheim, 1912/2008). Los estudios estructuralistas de Lévi-Strauss (1958), por ejemplo, revelaron cómo las sociedades preindustriales codificaban sus labores en mitos que vinculaban agricultura, artesanía o caza con órdenes cósmicos. Esta sacralización persistió —aunque secularizada— en la modernidad: el protestantismo elevó el trabajo a virtud moral (Weber, 1905/2003), mientras el marxismo lo situó como esencia de la alienación y la lucha de clases (Marx, 1867/1999).

Por su parte, la reciente inserción de la inteligencia artificial (IA) en los procesos laborales no solo ha redefinido prácticas económicas, sino que ha sacudido los pilares simbólicos que durante milenios han sustentado la relación entre trabajo y condición humana. Este texto propone, por tanto, un análisis socioantropológico de esta transformación, explorando cómo los componentes míticos del trabajo —aquellos sistemas de significación colectiva que otorgaban trascendencia a la labor humana— se transfiguran en lógicas algorítmicas. Para ello, se articulan tres ejes: 1) la genealogía del trabajo como constructo cultural, 2) la ruptura epistemológica que introduce la IA en las narrativas laborales, y 3) las implicaciones ontológicas de sustituir agencia humana por protocolos automatizados.

NUEVOS [Y NO TAN NUEVOS] PARADIGMAS DEL TRABAJO

Cuando se habla de trabajo, inherentemente se habla de economía y capital. De manera particular, el capital demostró una notable capacidad para ajustarse, asegurando la acumulación a través de métodos flexibles. «De allí la gesta de la llamada empresa flexible o liofilizada» (Antunes, 2009, p. 30), lo que más tarde facilitó el surgimiento de lo que Marx (1867/1995) definió como el trabajo muerto, es decir, un modelo empresarial que emplea la tecnologización en la fábrica para disminuir la necesidad de conocimientos especializados en el trabajador. Este proceso contribuyó a la precarización de los perfiles operarios, alargando sus jornadas y reduciendo el costo de la mano de obra.

Sin embargo, no fue hasta la segunda mitad del siglo XX que el trabajo *per se* experimentó transformaciones significativas en diversas áreas. Entonces se hablaba de la «sociedad del automóvil» descrita por Antunes (2009), que se refería al dominio del modelo fordista en el siglo XX; modelo que se caracterizaba por una producción en masa con un ritmo controlado y homogéneo. Sin embargo, este tipo de producción nunca fue o ya no es el eje central del empleo.

En medio de un ambiente laboral caracterizado por la incertidumbre y una creciente precarización del trabajo activo en el sector fabril, se manifiestan diversas y expandidas formas de empleo. Dentro de estas, destacan las inmateriales; ya que «expresan las distintas modalidades del trabajo vivo necesarias para el incremento contemporáneo del valor» (Antunes, 2009, p. 36), y las mediadas por la tecnología, como la programación de software, o más recientemente, de *prompts*.

Así pues, ante la constante precarización del trabajo clásico, el sector servicios se configura como una vía para extender los recursos humanos fuera de un entorno dominado por

lógicas fabriles. Esto propicia la aparición de ámbitos laborales vinculados a la publicidad, el marketing y, en términos generales, a todas las áreas de la comunicación mediada por la tecnología, en «lo que el discurso empresarial llama sociedad del conocimiento» (Antunes, 2009, p. 31). Aunque este sector abre el mercado laboral, lo hace acompañado de un notable aumento en la depreciación del valor del trabajo, la terciarización, y la proliferación de formas laborales precarias y atípicas (Vasapollo, 2005), generalmente vinculadas a la subcontratación.

Simultáneamente, el trabajo formal y estable, tal como se definía en los términos del fordismo de principios y mediados del siglo XX, prácticamente se desvanece, ya que «se reduce el trabajo taylorista-fordista de la era del automóvil, pero se amplía el universo de la clase-que-vive-del-trabajo, lo que nos remite a las formas contemporáneas del valor» (Antunes, 2009, p. 35).

Actualmente, el trabajo se redefine en su esencia y adopta una nueva morfología que se extiende desde los sectores fabriles y de servicios hasta la incorporación de algoritmos que realizan las tareas con mayor rapidez y precisión; desde la terciarización y subcontratación del mercado laboral hasta su deshumanización. Esta polisemia laboral se caracteriza, en gran medida, por la creación de nichos de empleo inmaterial.

Si bien desde finales del siglo XX la emergente sociología del trabajo inmaterial (Hardt y Negri, 2017) ya señalaba el cambio estructural, inicialmente evidenciado en la transición del fordismo al taylorismo y más tarde al toyotismo, donde se instauró «una inversión de la estructura fordista de comunicación entre la producción y el consumo» (Hardt y Negri, 2017, p. 313), lo que acontece actualmente en el mundo del trabajo con la incorporación de inteligencias artificiales no tiene precedente histórico.

Autores como Žižek (2017), interesados en el tema del impacto que tendría el posthumano mediado por lo tecnológico, han discutido ampliamente (directa o indirectamente) sobre el futuro del trabajo. Tal es el caso que, en 2017, planteó una pregunta clave para el futuro de la humanidad. «¿Cómo se relacionan el capitalismo y la perspectiva posthumana?». Según él, el posthumano es una consecuencia directa del capitalismo. Advierte, incluso, que empresarios como Elon Musk y su predicción respecto a que el capitalismo «como lo conocemos» está llegando a su fin, no hacen sino vaticinar el advenimiento de un capitalismo posthumano.

En principio, el capitalismo posthumano se refiere a una evolución más o menos natural (no por ello, empero, mejor o peor) del capitalismo. Su naturaleza radica en la incorporación de tecnologías avanzadas y teorías del posthumano a los principios económicos que nos rigen actualmente en occidente. En consecuencia, el término «capitalismo posthumano» sugiere una era en la que las capacidades humanas son exponencialmente incrementadas por la tecnología; una en la que la IA, la biotecnología, la nanotecnología y la robótica, juegan parte crucial del entendimiento [de lo] humano y de las dinámicas económicas y sociales.

Esta forma avanzada de capitalismo se presenta, pues, como un concepto que describe una sociedad regida por el binomio tecnología y mercantilización. Su principio rector, la convergencia NBIC². Ejemplo de esto lo da Bostrom (2014), en su obra «Superintelligence: Paths, Dangers, Strategies» donde explora la posibilidad de que las IA puedan trascender la

² Nanotecnología, Biotecnología, Informática y Ciencia Cognitiva.

muerte y acumular grandes fortunas, lo que traería como consecuencia la perpetuación de las grandes desigualdades económicas incluso después de la vida humana.

DEL DISPOSITIVO MITOPOÉTICO A LAS PRÓTESIS CULTURALES POSTMODERNAS

La IA fractura la tradición. Como señala Bartra (2019) en *Chamanes y robots*, los algoritmos funcionan como prótesis culturales postmodernas: sistemas técnicos que no solo optimizan tareas, sino que reconfiguran la percepción humana de agencia y eficacia. Donde los chamanes mediaban entre lo terrenal y lo divino mediante rituales —actos cargados de simbolismo colectivo—, los algoritmos operan como intermediarios desmitificadores, traduciendo decisiones laborales en ecuaciones sin narrativa trascendente. Este giro reactualiza la crítica postestructuralista de Foucault (1975) al biopoder: si las fábricas disciplinarias moldeaban cuerpos, las IA moldean patrones cognitivos, vaciando de sentido experiencial las acciones que ejecutan (Crawford, 2021).

Pensar en la tecnología —y en este caso la inteligencia artificial (IA)— hoy en día implica considerarla no como un mero instrumento neutro, sino como portadora y productora de significados culturales que inciden en cómo se configura y se entiende el trabajo. Esto se puede articular teóricamente mediante el puente entre dos enfoques: La eficacia simbólica (Levi-Strauss, 1958) y las tensiones entre lo mágico y lo técnico (Bartra, 2019).

Levi-Strauss (1958) propuso la eficacia simbólica como un conjunto de sistemas simbólicos (mitos, rituales, códigos culturales) que no solo describen la realidad, sino que la constituyen. Según esta perspectiva, las prácticas y creencias que se imbuyen en los discursos y en los objetos técnicos son fundamentales para dar sentido y orden a la experiencia social. Los símbolos actúan como «mecanismos de eficacia» que transforman percepciones y comportamientos, legitimizando ciertas visiones del mundo —por ejemplo, la idea de que el trabajo debe ser eficiente, medible y meritocrático.

Por su parte, Bartra (2019) actualizó la propuesta de Levi-Strauss, explorando la tensión entre lo «mágico» y lo «técnico» y mostrando cómo, tanto las prácticas tradicionales (encarnadas en la figura del chamán), como las modernas (representadas por el robot o la IA), configuran modos distintos de relacionarse con el conocimiento, el poder y el mundo. Su análisis invita a reconocer que, en la era contemporánea, la tecnología incorpora no solo racionalidades computables sino también narrativas culturales —una especie de «magia tecnológica» que moviliza creencias, emociones y prácticas sociales.

A partir de estos marcos teóricos, se puede analizar como los códigos y algoritmos de la IA «inscriben» en su diseño ciertos valores, creencias y expectativas. Este proceso de inscripción implica que los desarrolladores —y, por extensión, las instituciones que promueven la tecnología— transfieren narrativas culturales (como la fe en la meritocracia y la eficiencia) al objeto tecnológico (Akrich, 1992).

Asimismo, se advierte como la IA, al encarnar estas inscripciones, tiene el potencial de movilizar tanto adhesiones (por ejemplo, la aceptación y entusiasmo de aquellos que ven en la tecnología un camino hacia la modernización y la objetividad) como resistencias (cuando otros actores perciben una pérdida de autonomía o una reproducción de desigualdades culturales). Es decir, en el contexto actual, mediado por una suerte de «encantamiento tecno-

lógico», la IA se imbuje de un aura casi mística, capaz de transformar la percepción del trabajo, al tiempo que suscita escepticismo y rechazo cuando sus efectos prácticos chocan con realidades locales o históricas.

METODOLOGÍA

El análisis que aquí se propone se sustenta en una investigación documental de corte interpretativo, orientada a develar las capas simbólica, histórica y política imbricadas en lo que se advierte como una posible transición del trabajo mítico al algorítmico. Para ello, se adopta un enfoque socioantropológico que combina tres estrategias metodológicas.

En lugar de pares binarios estáticos, se parte de que la teoría del actor-red (Latour, 2005) ofrece un marco para mapear cómo humanos y algoritmos co-construyen redes de acción en el espacio laboral contemporáneo. Este enfoque desplaza la mirada estructural-comparativa hacia un análisis procesual: se rastrean asociaciones heterogéneas donde actantes humanos (trabajadores, empleadores) y no humanos (IA, sensores, protocolos) negocian significados y prácticas. Como señala Latour (2005), ninguna acción es posible sin ensamblar una multitud de actantes que la hacen pensable. Así, se examinará el trabajo contemporáneo como un espacio donde las fronteras entre «sujeto» y «herramienta» se desdibujan.

En segundo término, se aplica el concepto de traducción latouriana para identificar cómo las IA reconfiguran las relaciones laborales. Por ejemplo, el posthumanismo laboral y los *cyborg workers*; y cómo las decisiones humanas (horarios, productividad) se convierten en órdenes automatizadas, generando nuevas controversias³. Este método implica cartografiar tres fases: 1) problematización (¿qué actores definen el «nuevo trabajo» y cómo éste es caracterizado?), 2) interesamiento (¿cómo las IA y la tecnología movilizan adhesiones o resistencias?), y 3) estabilización (¿cómo se institucionaliza la participación de la IA en el mundo del trabajo?). La noción de inscripción (Akrich, 1992) complementa este análisis: los códigos de IA «inscriben» en su diseño mitos culturales, tales como la meritocracia en algoritmos de evaluación de desempeño (Zuboff, 2019).

Finalmente, se evalúan las ontologías híbridas que emergen de estas redes. Siguiendo a Braidotti (2019), la IA no es una herramienta externa, sino una entidad cuasi-viva que participa en la producción de subjetividad. Esto se ejemplifica en chatbots de atención al cliente, cuya capacidad para simular empatía genera paradojas ontológicas en trabajadores, quienes deben negociar si tratan al algoritmo como colega, jefe o simulacro (Crawford, 2021). Aquí, la ANT converge con la neuroantropología de Bartra (2019): los algoritmos operan como prótesis de agencia colectiva, pero su falta de «carnalidad» (dolor, fatiga) desestabiliza los rituales tradicionales de solidaridad laboral.

ALBORES Y DESARROLLO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Por su parte, la inteligencia artificial no es tan nueva como se piensa. Si bien la ciencia ficción ha presentado atisbos importantes para su comprensión y desarrollo, el campo de la

³ Ejemplo de ello son las huelgas por ritmos inhumanos; véase Rosenblat (2018).

investigación científica sólo se ha quedado atrás en cuanto a visibilidad. En 1985, Harmon y King publicaron el libro «Expert systems. Artificial Intelligence in Business», donde exploraban el concepto de los «sistemas expertos», así como su aplicabilidad en los negocios. A través de un diagrama que forma parte de esta obra (Ilustración 1), se puede observar el desarrollo de la Inteligencia Artificial hasta los años 1990. Desde el desarrollo de los ordenadores en la década de 1940, hasta la entrada en escena de la IA para el procesamiento del lenguaje natural, la robótica y los sistemas expertos.

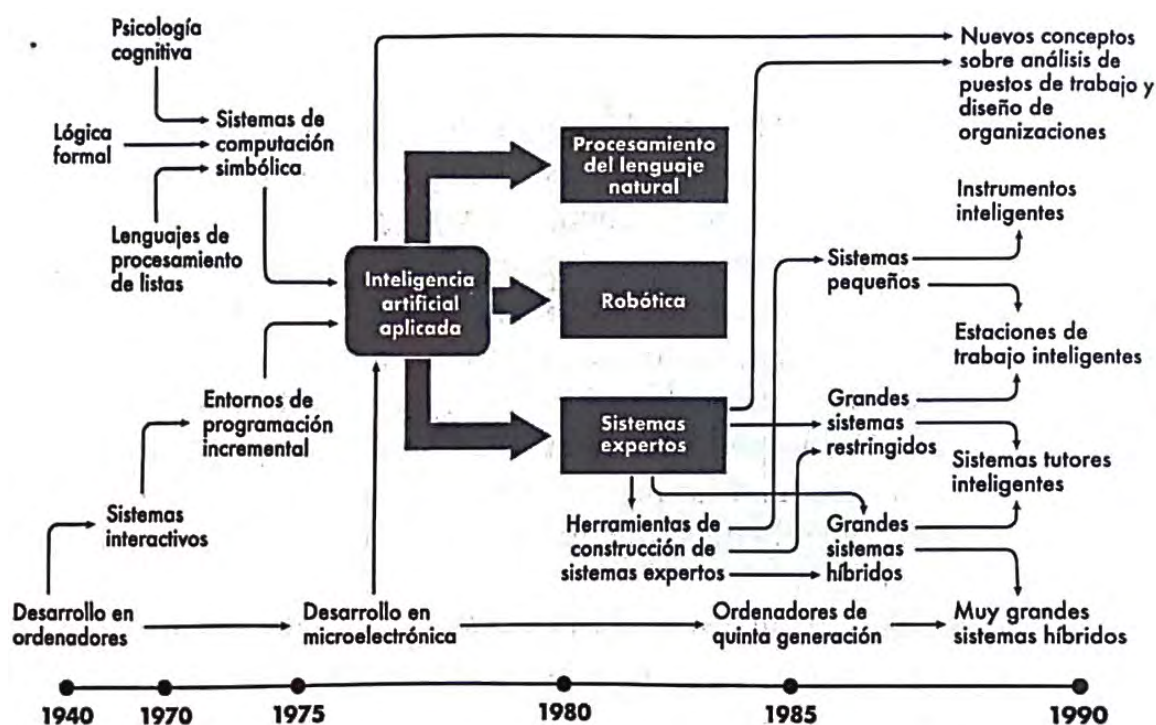


ILUSTRACIÓN 1

Evolución de los Sistemas Expertos hasta los años 1990

Nota: Ilustración recuperada de la obra de Harmon y King (1988).

Otro claro ejemplo de la relevancia histórica que han tenido las IA en nuestra historia, podemos advertirlo en la obra de Haugeland (1988) quien, recuperando algunas ideas de Thomas Hobbes —a quien, por cierto, corona como «el abuelo de la Inteligencia Artificial»—, pone de manifiesto como desde el siglo XVII es posible observar indicios de lo que posteriormente serían las IA. A decir de Riveros (en Pelegrín y Arias, 2023),

«Razón no es sino cómputo», proclamaba el filósofo inglés Thomas Hobbes (1588-1679), con lo cual ponía en marcha profética hacia 1650 la inteligencia artificial. Este lema según él mismo declaraba, explicaba dos ideas básicas. Primero, que el pensar es un «discurso mental», es decir, que el pensar está formado por operaciones simbólicas, exactamente como hablar en voz alta o hacer cálculos con pluma o papel ... Segundo, que el pensar está en su punto más claro y racional cuando sigue reglas metódicas. (pp. 48-49)

Si bien resulta claro que Hobbes no pensaba propiamente en las IA como las conocemos actualmente, su declaración sentó las bases sobre la comprensión del pensamiento como proceso derivado de la interacción entre las redes neuronales, así como las «reglas metódicas» a las que se refiere, a la representación temprana de lo que posteriormente se conocería como algoritmos.

Actualmente sabemos que las IA son sistemas informáticos diseñados para realizar tareas simples y/o complejas generalmente asociadas a las capacidades propias del ser humano. No obstante, si bien su funcionamiento se rige por el uso de algoritmos y modelos matemáticos complejos, que les permiten aprender mediante la acumulación masiva de información, reconocer patrones, tomar decisiones e incluso resolver problemas de manera similar a los nosotros, sigue existiendo un profundo y arraigado miedo a reconocer sus capacidades como [cuasi]humanas.

Es sabido también que parte de la discusión sobre la naturaleza de las IA gira en torno a la distinción conceptual entre unas y otras, es decir, su clasificación de acuerdo a sus capacidades y funcionamiento. De ahí que convenga explorar dichas distinciones. Sin embargo, antes cabe señalar que estas diferencias reflejan una variedad de enfoques para resolver problemas y tareas específicas, por lo que conviene aclarar que algunas IA pueden combinar varios para mejorar sus resultados, o bien, adaptarse a diferentes situaciones, según resulte necesario.

Kay Firth-Butterfield, responsable de Inteligencia Artificial y Aprendizaje Automático del Foro Económico Mundial, clasifica las IA de acuerdo a su capacidad de aprendizaje. Para ella, «la IA se compone de varios modelos diferentes de aprendizaje automático. Estos incluyen, entre otros, el aprendizaje por refuerzo, el aprendizaje supervisado y no supervisado, la visión por computadora, el procesamiento del lenguaje natural y el aprendizaje profundo» (revistaeyn.com, 2024). Sin embargo, para efectos de esta investigación las dividiremos en 5 tipos, de acuerdo con su naturaleza, características y alcance.

- Sistemas Expertos*: estos se caracterizan por utilizar un conjunto de reglas codificadas por programadores para tomar decisiones de acuerdo a un código preestablecido, por lo que estas IA son incapaces de aprender y/o adaptarse más allá de su propio código.
- IA de aprendizaje supervisado*: estas IA se caracterizan por ser entrenadas utilizando una gran cantidad de datos previamente etiquetados. Usan un algoritmo capaz de aprender a asociar datos entre sí para obtener un resultado deseado.
- IA de aprendizaje NO supervisado*: a diferencia de las anteriores, estas se caracterizan por su capacidad de encontrar patrones o estructuras en datos no etiquetados; es decir, bajo un aprendizaje relativamente libre. El sistema identifica relaciones y agrupa datos que considera similares, sin la necesidad de etiquetas previamente establecidas en ellos.
- IA con aprendizaje por refuerzo*: se basan en un sistema de aprendizaje que precisa de la interacción con su entorno, por lo que son capaces de recibir y brindar retroalimentación positiva y/o negativa, en función de sus acciones. Una de sus características centrales es que ajusta sus estrategias para maximizar la recompensa.
- IA con Redes Neuronales Profundas*: también llamadas *Deep Learning*, se caracterizan por utilizar redes neuronales artificiales con múltiples capas para aprender representaciones abstractas de los datos. Otra de sus cualidades es que puede procesar una gran cantidad de información, extraer y analizar características complejas de esta.

Como es posible advertir, existe un avance progresivo entre los sistemas complejos (primeras IA) y las *Deep Learning*. A través de estas últimas se busca replicar la forma en que el cerebro humano procesa la información. Es decir, su complejidad reside en que

las redes neuronales artificiales exhiben sorprendentemente muchas de las funciones del cerebro siendo capaces de aprender, memorizar un conjunto de patrones, clasificarlos, inferir o generalizar a qué clase pertenece un nuevo objeto a partir de la experiencia acumulada por la red neuronal mediante el reconocimiento de otros previos, establecer asociaciones entre objetos, siendo por tanto capaces de reconocer símbolos, tales como letras y números o cualquier objeto o patrón. En consecuencia, el reconocimiento de patrones es su principal aplicación. (Lahoz-Beltrán, 2010, en Pelegrín y Arias, 2023, pp. 50-51)

Ahora bien, el alcance de las IA en nuestro mundo ha sido tal, que en 2016 BBVA API_Market pronosticó que el mercado de aplicaciones relacionadas con la IA alcanzaría un valor de entre 11.100 millones de dólares para 2024 y el mercado global de las IA los 40.000 millones de dólares en 2022 (Ilustración 2). Es decir, que mantendría una tasa de crecimiento anual del 25%. Sin embargo, fuentes más actuales afirman que el mercado de las IA alcanzó un valor de casi 100 mil millones de dólares en 2023, y se espera que se multiplique por veinte para 2030 hasta casi 2 billones de dólares (Taylor, 2023).

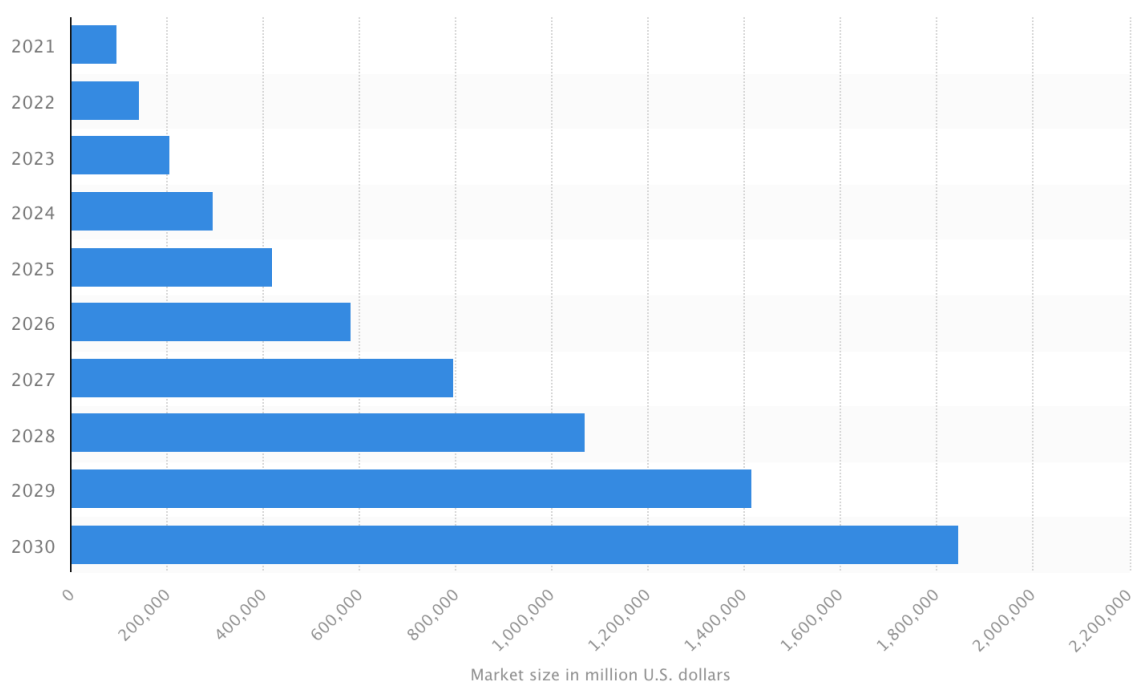


ILUSTRACIÓN 2
Mercado de la Inteligencia Artificial (IA)

Nota: Taylor (2023).

Ha sido tal el impacto de estas tecnologías, que investigaciones relacionadas con IA y categorías como «Medicamentos, cáncer, molecular, descubrimiento de fármacos» se estima que

recibieron, tan solo la iniciativa privada, una inversión de más de 13.800 millones de dólares. Es decir, 4,5 veces más que en 2019. Hasta aquí uno podría pensar que es un efecto derivado de la pandemia por COVID-19, sin embargo, pese al impacto económico que esta trajo consigo, en 2020 se produjo un aumento del 9,3% en la inversión privada en IA. Esto representa un incremento del 5,7% con respecto a los dos años anteriores (Zhang *et al.*, 2021).

Aún con lo anterior, uno de los principales problemas que presentan las IA son los sesgos algorítmicos. Existen un severo problema sobre cómo procesan y traducen la información que obtienen de las Big Data, «errores de tipo estadístico, estructural, cognitivo y social que traen consigo desventajas que son éticamente objetables pues dan lugar a resultados discriminatorios o bien producen beneficios sistemáticamente a un grupo de individuos frente a otros» (Morales, 2023, p. 431).

En cuanto a la adopción y uso de estas tecnologías, el panorama es similar, pues se ha experimentado un importante crecimiento en las tasas de adopción desde 2017 y posteriormente en 2022, con el surgimiento de las IA generativas (ChatGPT, por ejemplo). Es tal el impacto que ha tenido esta industria que, si bien se auguraba un crecimiento importante en el valor de mercado de empresas como OpenAI, de acuerdo con el New York Times, este ya ha alcanzado los 80,000 millones (Forbes, 17 de febrero de 2024).

Este fenómeno trajo consigo diversas situaciones en el mundo del trabajo. Por mencionar un ejemplo, muchas empresas a nivel global han comenzado a usar cada vez más las IA para hacer más eficientes sus procesos de contratación, así como para la automatización en las fábricas. Esto dio pie a diversas discusiones respecto a las implicaciones bioéticas y el límite ontológico a razón del avance de las IA. Asimismo, temas directamente relacionados con las inteligencias artificiales como el capitalismo posthumano, el transhumanismo y la cultura cyborg, van ganando presencia en los debates, sobre todo en los que conciernen a los estudios sobre el trabajo.

CAPITALISMO POSTHUMANO

Žižek (2017) utiliza el ejemplo de *Blade Runner 2049*, en donde se presentan humanos modificados (ciborgs) que se han integrado a la sociedad como sirvientes y esclavos. Así, en esta obra se ofrece una amplia variedad de forma de explotación que Žižek utiliza como excusa para plantear algunas preguntas por demás interesantes como: si los androides fabricados trabajan, ¿es aún operativa la explotación?, ¿produce su trabajo un valor superior al suyo en tanto mercancía, que puede ser apropiado por sus propietarios como plusvalía? A ojos de Žižek, la búsqueda por crear trabajadores posthumanos «perfectos» no es nada nuevo, teniendo ya una larga historia en el siglo xx.

A inicios de mayo de 2024, la empresa Profluent desarrolló a través del uso de Inteligencia Artificial un editor genético llamado OpenCRISPR. Este editor genético tiene como base el CRISPR y

opera abriendo un fragmento del ADN y reparando o reemplazando un gen. Ha estado en funcionamiento cerca e 15 años, con sus creadores obteniendo el premio Nobel de Química en 2020. Es capaz de curar enfermedades en humanos, pero también mejorar el rendimiento de vegetales, como, por ejemplo, provocar que los árboles florezcan antes o aumentar ciertas vitaminas en verduras. (Illán, 2024)

A esto cabe añadir que Profluent ha lanzado el OpenCRISPR-1, al menos en su versión inicial, como de código abierto, lo que lo pone a disposición de manera gratuita tanto para la comunidad investigadora, como para uso comercial. Por supuesto, esto es sólo un ejemplo de hacia dónde apunta la brújula del capitalismo posthumano. Sin embargo, para entender más a fondo sus implicaciones conviene primero explicar cómo opera el transhumanismo y su relación con el trabajo.

TRANSHUMANISMO LABORAL

Lo primero que hay que señalar cuando se habla del transhumanismo, es que 1. el concepto fue utilizado por primera vez por el futurista persaestadounidense Fereidoun M. Esfandiary, en 1966; dato que nos permite dar cuenta de su antigüedad y contexto socio-histórico; y 2. más allá de sus aplicaciones e ideologías circundantes, es una corriente de pensamiento que se caracteriza por buscar superar la condición humana a partir del uso de las tecnologías de vanguardia, particularmente las NBIC⁴.

Ahora bien, según autores como Giesen (2018), el transhumanismo tiene como fundamento tres ejes:

1. El ser humano en su estado original ha pasado a ser obsoleto y por consecuencia debe ser mejorado a través de la tecnología.
2. El ser humano y la máquina debe ser fusionados para alcanzar la cima evolutiva.
3. La ideología transhumanista «propone valores enteramente nuevos estipulando la *necesidad* del tránsito a una criatura poshumana que pueda mejorarse constantemente integrando nuevos artefactos técnicos» (Giesen, 2018, p. 7).

A partir de este fundamento triádico, la ideología transhumanista se anida y cobra presencia en múltiples campos discursivos, ganando vigencia como alternativa que «desafía la premisa de que la condición humana es y seguirá siendo esencialmente inalterada» (Bostrom, 2021, p. 7). Esto lo convierte en algo más que una creencia o ideología abstracta sobre la posibilidad de trascender las limitaciones biológicas a partir del uso de la tecnología, en tanto que es, en realidad, «un intento por reevaluar todo el predicamento humano como se concibe tradicionalmente» (Bostrom, 2021, p. 10).

El concepto de transhumanismo laboral que proponemos, por su parte, permite explorar las formas en que convergen las tecnologías emergentes y el futuro del trabajo. Su paradigma fundamental es que los humanos somos capaces de utilizar la tecnología para mejorar nuestras capacidades físicas y cognitivas, lo que a su vez transforma la manera en que realizamos y pensamos el trabajo.

Ahora bien, cuando hablamos de trabajo y tecnología, generalmente se advierte un halo de incertidumbre en cuanto al futuro del trabajador humano. Sin embargo, la tecnología siempre ha llevado al ser humano a transformar las dinámicas del trabajo. La Revolución

⁴ Esta aclaración se realiza en tanto que, a nivel ideológico, el transhumanismo ha sido altamente politizado, de ahí que convenga recordar su fundamento base.

Industrial trajo consigo una profunda transformación del mercado laboral, pues se con ella se eliminaron muchos oficios y trabajos, a la vez que se crearon otros nuevos. Más recientemente (por mencionar sólo un ejemplo), la automatización de los sistemas bancarios sustituyó buena parte de los trabajos generados por los bancos por cajeros automáticos; que bien puede ser percibidos como robots (Arias *et al.*, en Pelegrín y Arias, 2023).

Sam Altman, CEO de OpenAI, habló en una entrevista realizada el 7 de mayo del 2024 con el Brookings Institution sobre el impacto de las IA en la economía y cómo esto debería ser un tema prioritario para la ciudadanía: ««lo que más me preocupa ahora mismo es la velocidad y la magnitud de los cambios socioeconómicos y sus repercusiones. ... tengo miedo de que no nos lo estamos tomando lo suficientemente en serio» (Brookings Institution, 2024).

Los recientes cambios en el paradigma del trabajo ante la emergencia de las IA, los despidos masivos que han provocado, así como el latente miedo por la desaparición de aún más trabajos⁵ y subsecuentes crisis económicas, no sólo han traído consigo nuevas formas de trabajo, sino nutridos debates sobre la posibilidad de resignificar y revalorar trabajos ya existentes que, ante el creciente aumento de la longevidad de la población⁶, pudieran ser alternativas profesionales viables para el futuro del trabajo:

ocuparse de las tareas domésticas, cuidar de los bebés, cuidar a nuestros mayores, cuidar a una persona enferma o con necesidades especiales, etc. Todos estos son trabaos que nos ocupan a todos, y no suelen ser ni remunerados ni reconocidos. *Wired* plantea reformular estas actividades como una profesión del futuro, especialmente para personas con bajos niveles de cualificación que hasta ahora realizaban trabajos que van a ser sin lugar a dudas automatizados. (Arias *et al.*, en Pelegrín y Arias, 2023, p. 89)

Por supuesto, el análisis planteado por *Wired* no toma en cuenta factores subjetivos implícitos en la labor de cuidado, sin embargo, más allá de profundizar en ello, lo interesante de su propuesta es que permita reconocer en el futuro la posibilidad del trabajo más allá de la automatización por las IA y la robótica.

Países como China, donde desde el 2017 se plantean como meta «convertirse en el principal centro de innovación en materia de inteligencia artificial en el mundo en 2030» (Chou, 2023, p. 5), al punto de enunciarlo como una «prioridad nacional», nos habla de hacia dónde se orienta el mundo del trabajo. Es a tal punto importante para este país (y claro, para casi todo occidente y oriente) convertirse en punta de lanza en materia de tecnología e innovación, que la población misma ha sufrido un radical cambio de paradigma en las últimas décadas.

La robótica es ampliamente aceptada por la población para reemplazar la mano de obra faltante en hoteles, hospitales y bancos.

... Cada año se reciben alrededor de 1,5 millones de ingenieros, seis veces más que en Estados Unidos, entre los cuales al menos un tercio se formó en inteligencia artificial.

⁵ «Según un estudio de la Ball State University un 87% de los empleos perdidos en el sector industrial en Estados Unidos se deben, al día de hoy, a la automatización» (Arias *et al.*, en Pelegrín y Arias, 2023, p. 89).

⁶ «Según el informe de población mundial y edad de 2015 de Naciones Unidas, el número de personas mayores de 60 años se ha triplicado desde 1950; y se estima que sean 2,1 billones de personas en 2050 (Arias *et al.*, en Pelegrín y Arias, 2023, p. 89).

... En mayo de 2022, Baidu, el «Google» chino, lanzó taxis sin conductor en Pekín mientras que WeRide realizó más de 150.000 trayectos con sus taxis-robot en la ciudad de Cantón (Guangzhou, 14 millones de habitantes), sin que se haya reportado ningún accidente. (Chou, 2023, pp. 6-8)

Sin embargo, pese a ser uno de los países más avanzados (si no es que el más) en la implementación tecnológica en la vida social y laboral, y

aunque cerca de un tercio de los mejores investigadores mundiales en este campo [IA] provienen de China, sólo la décima parte trabaja realmente allí. La mayor parte de los talentos chinos se encuentra en Estados Unidos, al punto de que constituyen «el arma secreta estadounidense en la inteligencia artificial», según un estudio del *think tank* estadounidense Marco Polo. (Chou, 2023, p. 9)

Por su parte, Fast Future, otro *Think tank* británico, propuso 20 posibles profesiones que emergerán en los próximos años, entre las que destacan «inspector de cuarentena», «agricultura vertical», «nanomédico», «meteopolicia», «constructor de coches alternativos», «trabajador social de redes sociales», «metapolicia», «biohacker», «gestor de avatar docente», «consultor gerontológico» e «ingeniero de órganos» (Sánchez, 2014).

Si bien es preocupante la desaparición masiva de empleos, lo cierto es que es necesaria una adaptación no sólo del mercado, sino del trabajador y potencial trabajador ante los nuevos retos que enfrenta el mundo del trabajo. Es claro que la política pública necesita echar manos a la obra para no quedarse atrás ante el uso de nuevas tecnologías para el trabajo, lo cierto es que los grandes cambios también promueven la generación de nuevas profesiones, así como la resignificación de algunas no tan nuevas o no remuneradas, será una constante en los próximos años, por lo que el trabajo humano aún está lejos de desaparecer.

CYBORG WORKERS

Si bien ya hablamos de los efectos del transhumanismo y el avance de las IA, así como su relación con el mundo del trabajo, es importante aclarar a este punto que inherentemente estos cambios de paradigmas están atacado el núcleo de la naturaleza y posiblemente de la identidad humana.

Los seres humanos han inventado artefactos que faciliten las actividades diarias desde sus albores. Desde el siglo VII A.C., se han fabricado y utilizado prótesis dentales y los primeros lentes conocidos datan de la Italia del siglo XII, por ejemplo. Quizá uno de los temores más grandes de la sociedad actual, es el posible salto evolutivo desde el *homo sapiens sapiens* al *homo cibernético*. Según Pelegrín y Arias (2023), existen cuatro tipos de cibernéticos:

Seres humanos que llevan incorporados un dispositivo implantado físico, por motivos médicos o para corregir una deficiencia respecto al ser humano estándar.

... Seres humanos que llevan incorporados un dispositivo implementado físico que aumenta sus capacidades innatas por encima del ser humano estándar o medio.

... Seres humanos que llevan una máquina por motivos médicos o para corregir una deficiencia respecto al cuerpo humano estándar.

... Seres humanos que llevan una máquina que aumenta sus capacidades innatas por encima del ser humano estañar. (pp. 31-32)

Por un lado, nuestra sociedad actual acepta las modificaciones del cuerpo siempre y cuando sean por cuestiones médicas: el trasplante de órganos y las cirugías estéticas dan cuenta de ello. Por otro, aún nos inquietan las modificaciones que son visiblemente ajenas a lo que asociamos con la estética o naturaleza humana. Incluso modificaciones menores como los tatuajes (sobre todo las nuevas tendencias que emplean colores neón o que son en zonas faciales u oculares) y los piercings siguen siendo temas tabúes en algunas sociedades contemporáneas.

Para occidente, al menos, los cíborgs se advierten más como entes extraños y a veces hasta inhumanos. Seguimos percibiendo a las máquinas y aquello relacionado con ellas, como extraño a la naturaleza humana.

Masahiro Mori, en 1970, propuso una teoría que hoy conocemos como el valle inquietante (Mori, 2012). En esta, se advierte una respuesta psicológica negativa del ser humano con respecto a las representaciones físicas de los robots que simulan rasgos humanos. A medida que se parecen físicamente más a nosotros, más inquietantes se vuelven ante nuestra mirada, lo que promueve una no aceptación de estos. (Fernández y Granados, 2023, p. 13)

Al presentar modificaciones corporales complejas; visibles o no, los cíborgs siguen generando, aún hoy, inquietud. Sin embargo, la realidad es que la cultura cíborg forma parte de nuestra sociedad actual. Kevin Warwick, reconocido por algunos como el primer cíborg de la historia⁷, por tener implantado un chip en el antebrazo para poder controlar el brazo articulado de un robot en cualquier parte del mundo (Edgar, 2014), y Neil Harbisson, quien, derivado de sufrir acromatopsia de nacimiento, se instaló una pequeña antena en la parte posterior del cráneo para detectar las frecuencias de la luz y convertirlas en vibraciones que su cerebro interpreta como sonido. Esto le permitió a Neil obtener legalmente el título de cíborg por el gobierno británico (ABC Tecnología, 2013).

James Young, aficionado a los videojuegos que en 2012 perdió un brazo y una pierna en un accidente en las vías del tren, recibió de Konami como parte de una campaña publicitaria un brazo protésico desarrollado por la empresa Open Bionics. Esta prótesis no sólo permite recuperar una movilidad completa del brazo, sino que con «una luz láser, una linterna, un puerto USB para cargar el móvil, un reloj e incluso un dron (montado en la parte exterior del hombro)» (Carballo, 2016).

El cineasta Rob Spence es otro ejemplo de este proceso de transhumanismo cíborg. Tras un accidente a los nueve años que le dañó un ojo, y un progresivo deterioro de la vista, terminó por perder la visión en el ojo dañado. En respuesta, Kosta Grammatidis, ingeniero de Space X y amigo de Spence, le construyó un ojo artificial que integraba una cámara de grabación, que se mueve en sincronía con su ojo sano, lo que permite a Spence dirigir la cámara hacia su objetivo con mayor facilidad.

Los ejemplos antes mencionados permiten hacernos una idea de cómo la IA, el transhumanismo y las prótesis robóticas permiten desarrollar nuevas formas de realizar trabajos relacionados con el arte, la danza, los videojuegos, la publicidad y hasta el cine.

⁷ También llamado por sus seguidores «Capitán Cíborg».

Sin embargo, no todo es miel y hojuelas. Cifuentes-Leiton (2022), por ejemplo, plantea una serie de prerrogativas respecto al trabajador cíborg, así como algunas preguntas que vale la pena retomar.

El trabajador cíborg usa unos objetos y artefactos nuevos del mundo digital y cambia el uso convencional de los que no pertenecen a dicho mundo, todo en pro de la realización del trabajo. Su *vita contemplativa* estará apagada por el ruido de abundante información dispuesta en Internet. Cuando trabaje, no podrá escapar de asumir los costos fijos de una operación que antes eran responsabilidad de su patrono; ¿despertará del sueño en el que se transformó su *modus vivendi*? ¿Seguirá en el sueño taciturno para estar *en línea* como lo menciona Evans (2011) cuando se refiere al Internet de las cosas? Este trabajador se presenta solitario en la obra, conectado, vigilado, concentrado y embebido en la «matrix» vía artefactos de tecnología; así se muestra en la Figura 1. ¿Será que estamos ante la imagen de un trabajador eficaz? Y cuando el cíborg se desconecte, ¿podrá hallar su propia figura transformada? (p. 99)

Cifuentes-Leiton (2022) añade también un dibujo que ilustra perfectamente su planteamiento (Ilustración 3), pues muestra la alienación resultante de apagar su *vita contemplativa* en favor de hacer más productivo al trabajador cíborg.

Lo cierto es que, más allá de cómo se perciba esta realidad, el trabajador cíborg ya es parte del engranaje laboral. Estamos, incluso, en un proceso de democratización de tecnologías como las IA y la modificación corporal y genética. Esto debido, en parte, a que «a medida que una tecnología comienza a ser usada por una élite, la difusión al resto de la sociedad se produce cada vez en menor tiempo. ... Cada vez más la sociedad percibe que nuestro cuerpo es modificable» (Pelegrín y Arias, 2023, pp. 34-35).



ILUSTRACIÓN 3

Trabajador cíborg

Fuente: Cifuentes-Leiton, 2023, p. 99.

En el mundo del trabajo, no son pocos los casos en que los cíborgs se han abierto espacios. La artista y activista ciborg española, Moon Ribas, conocida como la primera mujer ciborg de la historia, se implantó un sensor sísmico en los pies que le permite decodificar la actividad sísmica de la tierra mediante sus vibraciones, esto, a su vez, le ha permitido añadir un sentido adicional a su percepción de la realidad, lo que la ha llevado a realizar su trabajo como bailarina de una manera distinta al resto. «Cada vez que hay un terremoto, me muevo según su intensidad. Es un dueto entre la Tierra y yo, la Tierra es la coreógrafa y yo sólo soy la intérprete. Si no hay terremotos, no me moveré, aunque usualmente hay» (Ribas en Landa, 2022).

CONCLUSIONES

El capitalismo tecnológico, de la mano de inteligencias artificiales, transhumanismos y posthumanismos están cambiando, en definitiva, la forma en que el trabajo es y será concebido en un futuro próximo. Es muy probable que el acceso a la tecnología marcará la diferencia entre quienes puedan tener un trabajo digno y quienes seguramente serán (o seguirán siendo) marginados. Será tal su impacto en nuestras vidas, que dependeremos en buena medida (si no es que enteramente) de ella para nuestros quehaceres diarios.

Las IA, por su parte, permiten actualmente desarrollar una serie de trabajos que antes pertenecían en entorno al género humano. Incluso en los campos como el arte, la literatura y hasta la escritura académica ha permeado el uso de inteligencias artificiales generativas. En el campo de la robótica y en la industria, los procesos de automatización se han visto reforzados por estas formas de inteligencia, lo que no sólo ha desembocado en una mejora en la industria, sino en una serie de despedidos masivos.

Incluso factores como el burnout empujan a los trabajadores por el camino de las IA. Cada vez más personas en más empleos se valen de las inteligencias artificiales generativas (como mínimo) para realizar tareas que les parecen engorrosas o difíciles. Según la directora general de Copilot (Microsoft), y cofundadora de Workload, Colette Stallbaumer, «La gente está abrumada con la deuda digital y bajo presión en el trabajo ... y están recurriendo a la IA para aliviarse» (Hoover, 2024).

Así, una vez que los códigos de la IA han inscrito ciertos mitos y narrativas —por ejemplo, la de la meritocracia—, estos se institucionalizan a través de prácticas organizacionales que legitiman y refuerzan la tecnología⁸. El proceso de estabilización implica la estandarización de estos sistemas, que se vuelven parte integral de la evaluación y gestión del trabajo.

La integración de la IA en los sistemas de gestión genera, por tanto, una red de significados que, en apariencia, ofrece objetividad y eficiencia, pero que en realidad reitera determinadas jerarquías y lógicas culturales heredadas. Desde la perspectiva de Levi-Strauss, podría decirse que estos símbolos y mitos siguen operando de manera «eficaz» al ordenar las relaciones laborales.

Finalmente, este recorrido busca mostrar cómo la tecnología (particularmente la IA) se inscribe en la cultura organizacional, legitimándose no solo por su supuesta eficiencia téc-

⁸ El capitalismo posthumano y el transhumanismo laboral dan cuenta de ello.

nica, sino también por su capacidad para encarnar y reproducir mitos que, históricamente, han guiado las prácticas del trabajo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABC Tecnología (2013). Neil Harbisson, la primera persona en el mundo reconocida como cibernético, ABC (5 de diciembre de 2013). https://www.abc.es/economia/abci-tecnologia-historia-primero-hombre-cyborg-202202250027_noticia.html#:~:text=A%20Neil%20Harbisson%20se%20le,ciudadano%20cyborg%20del%20mundo.
- Akrich, M. (1992). The de-scription of technical objects. En W. E. Bijker y J. Law (Eds.), *Shaping technology/building society: Studies in sociotechnical change* (pp. 205-224). MIT Press.
- Antunes, R. (2009). Diez tesis sobre el trabajo del presente (y el futuro del trabajo). Trabajo, empleo, calificaciones profesionales, relaciones de trabajo e identidades laborales. Vol. I. CAICyT CLACSO.
- BBVA OPEN4U (2016). Inteligencia Artificial. Plataformas de Inteligencia Artificial para desarrolladores: reconocimiento de voz, BBVA API Market (19/01/2016). <https://www.bbvaapimarket.com/es/mundo-api/plataformas-de-inteligencia-artificial-para-desarrolladores-reconocimiento-de-voz/>
- Braidotti, R. (2019). *El conocimiento posthumano*. Gedisa.
- Bostrom, N. (2014). *Superintelligence. Paths, Dangers, Strategies*. Oxford University Press.
- Bostrom, M. (2021). ¿Qué es el Transhumanismo? Futuro Hoy, Vol. 02, Junio, Número 02 - «Transhumanismo». <https://doi.org/10.52749/fh.v1i1.8>
- Brookings Institution (2024). Shifting geopolitics in the age of AI: A conversation with Sam Altman [video] (7 de mayo de 2024). Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=sdHCU4jj1u8>
- Carballo, J. (2016). Konami construye una prótesis robótica a un joven británico. Computer Hoy (24 de mayo de 2016). <https://computerhoy.com/noticias/hardware/konami-construye-protesis-robotica-joven-britanico-45467>
- Cifuentes-Leiton, D. M. (2022). Trabajador cibernético: teletrabajo como táctica de liberación fabril. *Perseitas*, 10, 80-110. <https://doi.org/10.21501/23461780.4300>
- Chou, G. (2023). ¿Pierde China la batalla de la inteligencia artificial? En *Le Monde diplomatique*, La nueva superpotencia mundial CHINA Inteligencia Artificial, TikTok, Tecnología, Geopolítica... Editorial Aún creemos en los sueños.
- Crawford, K. (2021). *Atlas of AI: Power, politics, and the planetary costs of artificial intelligence*. Yale University Press.
- Durkheim, É. (2008). *Las formas elementales de la vida religiosa*. Akal. (Trabajo original publicado en 1912).
- Edgar J. (2014). Captain Cyborg: the man behind the controversial Turing Test Claims, *The Telegraph* (10/06/2014).
- Fernández Malvárez, J. de J., & Granados Valdéz, J. (2024). Las nuevas tesis sobre el fin del trabajo ante la emergencia de las Inteligencias Artificiales. *Transdigital*, 5(9), e232. <https://doi.org/10.56162/transdigital232>
- Foucault, M. (1975). *Vigilar y castigar*. Siglo XXI.
- Forbes (2024). OpenAI alcanza los 80,000 mdd tras acuerdo con firma de capital de riesgo: NYT, febrero 17, 2024. <https://forbes.com.mx/openai-alcanza-los-80000-mdd-tras-acuerdo-con-firma-de-capital-de-riesgo-nyt/>

- Giesen, K.-G. (2018). El Transhumanismo Como la Ideología Dominante de la Cuarta Revolución Industrial. *Journal international de bioéthique et d'éthique des sciences*, Artículos selecciona (3), 189-203. <https://doi.org/10.3917/jibes.293.0189>.
- Hardt, M. Negri, A. (2017). Imperio. Paidós.
- Harmon, P. y King, D. (1988). Sistemas expertos: aplicaciones de la inteligencia artificial en la actividad empresarial. Ediciones Díaz de Santos.
- Haugeland, J. (1988). La inteligencia artificial, Siglo XXI.
- Hoover, A. (2024). El burnout empuja a los trabajadores a usar IA, aunque sus jefes ni se enteren. WIRED (9 de mayo de 2024). <https://es.wired.com/articulos/burnout-empuja-a-trabajadores-a-usar-ia-aunque-jefes-ni-se-enteren>
- Illán, P. H. (2024). Gran salto en ciencia: la IA desarrolla una herramienta para modificar la genética humana. *La Vanguardia* (6 de mayo de 2024). <https://www.lavanguardia.com/andro4all/tecnologia/gran-salto-en-ciencia-la-ia-desarrolla-una-herramienta-para-modificar-la-genetica-humana>
- Landa, C. (2022). Moon Ribas: La mujer cyborg que se implantó sensores en los pies para sentir los temblores, *Sociedad 3.0*. <https://sociadadtrespuntocero.com/2022/06/moon-ribas-la-mujer-cyborg-que-se-implanto-sensores-en-los-pies-para-sentir-los-temblores/>
- Latour, B. (2005). Reensamblar lo social: Una introducción a la teoría del actor-red. Manantial.
- Lévi-Strauss, C. (1958). Antropología estructural. EUDEBA.
- Marx, K. (1999). El capital. Siglo XXI. (Trabajo original publicado en 1867).
- Morales, R., G. (2023). Problemática antropológica detrás de la discriminación generada a partir de los algoritmos de la inteligencia artificial. *Medicina y Ética - Abril-Junio - Vol. 34 - Núm. 2*. <https://doi.org/10.36105/mye.2023v34n2.04>
- Pelegrín B., J. y Arias O., Coordinadores (2023). Impactos del transhumanismo en la empresa y la sociedad. Claves para entender el transhumanismo. Tecnos.
- Revistaeyn.com (2024). ¿Qué es la inteligencia artificial y qué no es? www.revistaeyn.com (18 de mayo de 2024). <https://www.revistaeyn.com/empresasmanagement/que-es-la-inteligencia-artificial-y-que-no-es-CD19386015>
- Sánchez, C. M. (2014). El futuro es de las profesiones que todavía no existen, *XLsemanal* (3 de septiembre de 2014). <https://www.xlsemanal.com/actualidad/20140309/futuro-profesiones-to-davia-existen-6972.html>
- Taylor, T. (2023). 20 Artificial Intelligence Statistics that Marketers Need to Know in 2023, HubSpot (16 de mayo de 2023).
- Vasapollo, L. (2005). O trabalho atípico e a precariedade. San Pablo: Expressão popular.
- Žižek, S. (2017). Blade Runner 2049: a view of post-human capitalism. *Thephilosophicalsalon* (30 de octubre de 2017). <https://thephilosophicalsalon.com/blade-runner-2049-a-view-of-post-human-capitalism/>
- Zuboff, S. (2019). La era del capitalismo de vigilancia. Paidós.

Digitalización y filosofía o de los riesgos de la digitalización

Juan Granados Valdéz¹

Universidad Autónoma de Querétaro

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4020-9055>

Resumen:

El capítulo analiza los riesgos ontológicos, éticos y epistémicos de la digitalización desde una perspectiva filosófica centrada en la teoría de la documentalidad de Maurizio Ferraris. Se plantea que la expansión de la documentación digital configura una nueva forma de existencia social, en la cual la validez de los objetos sociales depende de su inscripción en registros digitales. A través de una revisión histórica de los hitos de la digitalización y una exposición sistemática de diversas posiciones filosóficas contemporáneas (Ferraris, Floridi, Stiegler, Han, Flusser, Zuboff, entre otros), se identifica una tendencia a la hiperdigitalización que afecta la subjetividad, la autonomía, la privacidad y la experiencia. El autor sostiene que no todo puede ni debe documentarse ni digitalizarse, y que esta resistencia a la documentación absoluta representa una defensa del núcleo irreducible de la experiencia humana. Finalmente, se argumenta que la filosofía tiene la tarea de ofrecer una crítica normativa frente a la documentalidad, entendida como una condición en la que los seres humanos son reducidos a datos documentales. El texto concluye que el reconocimiento de lo indocumentable constituye una forma de resistencia ética ante las lógicas de registro totalizante.

Palabras clave:

Digitalización, Documentalidad, Ética digital, Filosofía de la tecnología.

¹ Doctor en Artes por la Universidad de Guanajuato. Coordinador del Doctorado en Artes y Humanidades de la Facultad de Artes (FA) de la UAQ. Coordinador Académico del Repositorio Digital de la Cultura Artística (ReDCA) de la FA, de la UAQ y responsable del Laboratorio de socialización y difusión digital. Miembro del Cuerpo Académico: Interpretación de la cultura, la educación y las artes. mismos temas, tanto de artículos arbitrados como de capítulos de libros. Entre sus temas de interés y trabajo destacan la estética, la filosofía de la religión, la ética y la teoría del arte.

INTRODUCCIÓN

[Nota metodológica] Para este texto me he servido de la IA denominada DeepSeek, en su versión gratuita. Después de que se popularizaron ChatGPT y You esta nueva IA generativa hizo su aparición. Que me haya servido de ella significa que, como sucede en otros campos, con una idea o hipótesis en mente, pregunté a la IA lo que me interesaba obtener a modo de información relativa al asunto, pero con la intención de ganar razones que coadyuvaran a mi propuesta. La hipótesis es que la digitalización implica riesgos contra la libertad de los seres humanos, incluso la libertad de no documentarlo todo. Pregunté o solicité información sobre los hitos de la digitalización en la historia, los filósofos que han hecho de esta tema de reflexión, los riesgos de la digitalización y algunos ejemplos sobre aquello que no pudiera ser digitalizado. De todo obtuve datos. Con la teoría de Ferraris sobre la documentalidad, organicé argumentativamente lo recibido por la IA. Asimismo corroboré los datos con búsquedas específicas. Usé, pues, la IA como un auxiliar de la investigación. La IA no es un buscador, pero puede fungir como tal. La IA no es una enciclopedia, pero su capacidad de procesamiento y acceso a información permite obtener ágilmente datos, cual entradas enciclopédicas, que, corroborados, se insertan como razones. No es que la IA lo sepa todo. Tampoco que se inhabilite al investigador por usarla. Ahora que predomina lo digital, como ámbito, el recurso a las IA, no solo para el entretenimiento ocioso e individual, sino para la investigación y argumentación se antoja promisorio, aunque ya se han visto efectos deplorables ¿Queda a salvo la integridad ética del investigador si admite que usó una IA para obtener los datos de su trabajo escrito? La IA solo tiene acceso a información digital o porque surgió como tal o porque se digitalizó. Luego no tiene acceso a lo no digital o aún no digitalizado. Cualquiera reflexión que caiga en esta segunda categoría o aún no se digitaliza o no se va a digitalizar. El acceso a información digital es como ir de compras a un supermercado. En este hay mercancías de diversa índole y de diferentes marcas, en pugna entre sí, para ser adquiridas por los consumidores. Lo que ahí no se vende no existe a ojos del comprador. Lo que ahí no se vende o no se vende porque no pertenece a alguna de las marcas colocadas en el mercado o no es vendible o porque no cuenta con los estándares y registros propios o no es una mercancía. La IA accede al gran supermercado de Internet y de ahí extrae datos para responder la pregunta o cumplir la exigencia de su usuario. Lo que no esté en la World Wide Web no se reflejará en los resultados. Lo que no está en Internet no es una mercancía al alcance. Para que lo sea debe poderse documentar, debe dejarse etiquetar. Lo que piensa, por ejemplo, algún amigo mío y maestro de filosofía sobre la digitalización no lo podré saber con una IA si no ha sido documentado y digitalizado. La digitalización como documentación digital de todo cuanto es posible documentar de las acciones humanas promete preservar del tiempo y la materia todo cuanto sea digno de preservarse. Así dicho, se sigue que no todo es preservable. La dignidad de preservación viene de o poder preservarse o de contar con características de preservación. Esto es, no se puede preservar lo que no se puede documentar y, por ende, no se puede digitalizar. La digitalización se da con lo que tiene la cualidad de ser digitalizable.

Para este escrito me propongo, entonces y primeramente, plantear los riesgos de la digitalización desde la teoría de la *documentalidad* de Maurizio Ferraris (1956), no sin antes dar cuenta, brevemente, de los hitos históricos de la digitalización y de los filósofos más connotados que han dedicado su obra, o parte de ella, a analizar las consecuencias de la era digital, con la intención de contextualizar el planteamiento elegido. El segundo propósito es mos-

trar que una alternativa a la *hiperdigitalización*, entre cuyos riesgos está el de la deshumanización, es la asunción de que no todo es documentable y, por ende, no todo es *digitalizable*.

HISTORIA DE LA DIGITALIZACIÓN

La digitalización de documentos tiene su historia. Esta es parte de la historia de la computación. Y como toda historia tuvo sus precursores. G. W. Leibniz, en el siglo XVII, desarrolló el sistema binario. El telégrafo y el código Morse, en el siglo XIX, contribuyeron a la transmisión de información codificada. Herman Hollerith, en la década de 1890, desarrolló, para el censo norteamericano, las tarjetas perforadas. Así se sentaron las bases de la digitalización, ya que no hay digitalización sin el sistema binario; la transmisión codificada del telégrafo y el código Morse, en concepto, precedieron a la digitalización; y las tarjetas perforadas prefiguraron los sistemas de almacenamiento digital. Ya en el siglo XX, para la segunda mitad, sobre todo, los avances tecnológicos en la digitalización se han sucedido ininterrumpidamente. En el nacimiento de la computación la ENIAC, de 1945, y otras computadoras *primitivas* usaron tarjetas perforadas y cintas magnéticas para el procesamiento de datos. Se introdujeron los discos magnéticos, como el IBM 350, en 1956, y el código ASCII, en 1963, con lo que se estandarizó, tempranamente, la representación digital del texto. El reconocimiento óptico de caracteres, u OCR, surgió en la década de 1950. El sistema ERA 1101 es ejemplo de la novedosa, en ese tiempo, posibilidad de escanear un texto impreso. Con la creación de ARPANET, en 1969, y el correo electrónico se facilitó el intercambio de documentos, esta vez ya, digitales. El Project Gutenberg, en 1971, inauguró la digitalización de libros, con lo que se iniciaba la preservación de obras clásicas en formato de texto². Con los disquetes, desde la década de 1970, y los CD-ROM, en 1982, se popularizó el almacenamiento digital portátil. Los formatos PDF, de Adobe, en 1993, y JPEG, en 1992, estandarizaron documento e imágenes. La World Wide Web o el Internet, desde 1991, ha democratizado el acceso a documentos digitales. Con los motores de búsqueda, como Google, nacido en 1998, la información en línea se organizó. En 2004 Google Books digitalizó millones de libros. En 2008 Europeana lo hizo con *objetos* culturales³. Desde entonces muchas bibliotecas nacionales, como la Biblioteca del Congreso de EE. UU., iniciaron programas de *preservación* digital. Las Clouds computing, como AWS y Google Drive, del 2010 a la fecha, han permitido almacenamiento ilimitado y acceso remoto. La Inteligencia artificial, como Google Vision AI, ha mejorado la OCR, la clasificación y el análisis de documentos. Actualmente YouTube y Spotify digitalizan y procesan contenido audiovisual. El proyecto *Scan the World* ha buscado escanear artefactos históricos tridimensionales. La notariación (trámite que se realiza ante un notario público para autorizar o formalizar un documento), pero, en este caso, digital, ha llevado a implementar tecnologías, como *Blockchain*, para autenticar documentos y evitar fraudes. *Blockchain* es, pues, una tecnología que permite registrar y compartir transacciones de forma segura y descentralizada. Se le conoce también como cadena de bloques. Actualmente se proyectan la digitalización de entornos históricos en entornos virtuales, la restauración de documentos dañados con auxilio de las IA y la reducción del consumo energético de los centros de datos. Parece un futuro promisorio (Ceruzzi, 2018).

² Cfr. <https://www.gutenberg.org/>

³ Cfr. <https://www.europeana.eu/es>

Es cierto, efectivamente, que la digitalización, superando algunos límites físicos y temporales, ha cambiado el modo de acceder al conocimiento y preservarlo. No obstante, es cierto también que no deben eludirse las discusiones sobre innovación y ética, seguridad e inclusión. Y en esto se observan los desafíos y los riesgos de la digitalización, como la migración constante por la degradación de formatos que se vuelven obsoletos, los ciberataques y la manipulación de archivos y el acceso desigual a las tecnologías digitales. En estas discusiones han incursionado los filósofos.

LA DIGITALIZACIÓN Y ALGUNOS FILÓSOFOS CONTEMPORÁNEOS

La digitalización, con *lo digital*, se ha vuelto, pues y también, tema de los filósofos. En general se trata desde la ética y la política, esto es, vislumbrando efectos y consecuencias en el comportamiento y las relaciones humanas, aunque no se dejan de lado la ontología y la epistemología. Se presentan y mencionan a algunos a continuación.

Maurizio Ferraris (Italia), autor de *Documentalidad. Por qué es necesario dejar huellas* (2009) y *Manifiesto del nuevo realismo* (2012), ha propuesto, básicamente, pues se volverá más adelante sobre su propuesta, que los objetos sociales, como el dinero o las leyes, existen porque se los ha registrado en documentos físicos (análogos) o digitales y que estos, como los metadatos, los archivos y los NFTs, en esta era, que bien puede calificarse de digital, son huellas digitales que estructuran la realidad social.

Luciano Floridi (Reino Unido/Italia), autor de *The Philosophy of Information* (2011) y *The Fourth Revolution* (2014), propone filosofía de la información (2012), una ontología de lo digital, analizando la redefinición de la realidad, la ética y la identidad que opera la información digital, para lo cual acuña los conceptos de infosfera⁴ y onlife (2009), con lo que se refiere al entorno informacional en el que se vive y la fusión entre la vida en línea y fuera de línea, respectivamente. Floridi ha dicho que «estamos entrando ahora en la tercera edad del desarrollo humano. Estamos pasando de ser seres relacionados con la información a seres dependientes de la tecnología de la información y comunicación» (BBC News, 2014).

Bernard Stiegler (Francia) es autor de *La técnica y el tiempo* (1994-2001) y *Dans la disruption* (2016). «En *La técnica y el tiempo*, publicado en tres partes entre 1994 y 2003... Bernard Stiegler desarrolla un... argumento que sitúa a la técnica como el problema más urgente del pensamiento contemporáneo. Uno de sus principales logros consiste en revitalizar la filosofía de la técnica en su dimensión antropológica y política, estableciendo a su objeto como el hilo conductor entre problemas centrales de la filosofía tales como la conciencia, el tiempo y lo humano» (Vaccari, 2022). Analiza, también, en otros libros suyos, la afectación a la memoria, la atención y la subjetividad de la digitalización y critica el capitalismo de datos y la proletarización del conocimiento a partir de los algoritmos.

Byung-Chul Han (Corea del Sur/Alemania), autor de *La sociedad de la transparencia* (2013) y *Psicopolítica* (2014), hace una crítica de la sociedad digital, examinando el modo como la digitalización produce transparencia total, vigilancia voluntaria, como ocurre en las

⁴ «...infoesfera (información + esfera)... neologismo que utilizó el crítico de libros de la revista Time en 1971, al explicar que “así como un pez no puede conceptualizar el agua o las aves, el aire, el hombre apenas entiende su infoesfera, esa envolvente capa de smog electrónico y tipográfico compuesto de clichés del periodismo, entretenimiento, publicidad y gobierno”» (BBC News, 2014).

redes sociales, cual enjambre (Han, 2014), y agotamiento, como ya había expuesto en su libro *La sociedad del cansancio*, y advirtiéndolo que en un mundo hiperconectado se pierde lo negativo, como la privacidad y el silencio, tan necesarios para la creatividad y el sentido.

Katherine Hayles (EE. UU.), autora de *How We Became Posthuman* (1999) y *Unthought: The Power of the Cognitive Nonconscious* (2017), introduce términos como hiperatención y tecno-textos y explora la coevolución de humanos y tecnologías digitales, concentrándose en la materialidad de los medios y la cognición distribuida. Hiperatención alude a la atención aumentada, esto es, «La atención aumentada se caracteriza por el cambio rápido de concentración entre diferentes tareas, prefiriendo múltiples corrientes de información, buscando un alto nivel de estimulación, y teniendo una baja tolerancia al aburrimiento» (Hayles, 2007, p. 187). Con *tecnotexto* se quiere decir «Un tipo de texto que destaca la idea de que «la forma física del artefacto literario siempre afecta el significado de las palabras y otros componentes semióticos» (Baetens, 2003).

Vilém Flusser (República Checa/Brasil), autor de *Hacia una filosofía de la fotografía* (1983) y *El universo de las imágenes técnicas* (1985), fue un pionero en el análisis de la transición de la cultura escrita a la digital, proponiendo que los medios digitales son capaces de crear universos de probabilidades, con los algoritmos, por ejemplo, que reconfiguran (han reconfigurado) la libertad de los seres humanos, es decir, plantea una nueva forma de imaginación, de producción de imágenes, la electrónica, o digital, lo mismo que observa el tránsito de la sociedad alfanumérica a la sociedad digital.

Antoinette Rouvroy (Bélgica) ha investigado, sobre la gubernamentalidad algorítmica, el modo como los algoritmos y el *big data* transforman el poder y la toma de decisiones, con lo cual, asegura, se reduce a las personas a datos y la racionalidad a estadística. Señala que «la gubernamentalidad algorítmica se caracteriza particularmente por... a) el abandono de cualquier forma de «escala», de «patrón», de jerarquía, a favor de una normatividad inmanente y evolutiva en tiempo real, de la cual emerge un «doble estadístico» del mundo y que parece rechazar las viejas jerarquías establecidas por el hombre normal o el hombre común; b) la renuncia a cualquier confrontación con los individuos cuyas oportunidades de subjetivación se encuentran enrarecidas...» (Rouvroy-Berns, 2018, p. 124).

Shoshana Zuboff (EE. UU.), autora de *La era del capitalismo de vigilancia* (2020), ha denunciado el modo como las plataformas como Google y Facebook han convertido la experiencia humana en mercancía. Para Zuboff, de hecho, Google y Facebook han devenido antitéticas a la democracia (Johnson, 2019). Gracias a los asistentes personales, Google y Amazon recopilan datos sobre sus usuarios para obtener beneficios económicos. Los usuarios comparten estos datos por conveniencia, pero no perciben las implicaciones para su vida privada (Szalai, 2019).

Judith Simon (Alemania) examina el modo como los sistemas digitales afectan la confianza, la responsabilidad y la justicia en sociedades mediadas por tecnología, cuestionando la objetividad algorítmica y defendiendo una ética centrada en la agencia humana (2020).

Mark Poster (EE. UU.), autor de *The Second Media Age* (1995) o *La segunda era de los medios*, analiza el modo como las identidades y las relaciones sociales se reconfiguran en entornos digitales, como las redes sociales.

Yuk Hui (China/Alemania), autor de *On the Existence of Digital Objects* (2016) propone una filosofía de la tecnología que integre perspectivas no occidentales, cuestionando el universalismo de la digitalización y explora la forma como la tecnología digital puede

coexistir con diversidades culturales. Hui ha propuesto los conceptos de *tecnodiversidad* y *cosmotecnía*, contra la universalidad de la tecnología. Quiere alejarse de la concepción de una tecnología universal surgida de la modernidad occidental. Propone redescubrir la historia de la *tecnodiversidad*, esto es, diferentes concepciones de tecnología y diversas formas de pensamiento y práctica de invención (Hui, 2023).

Hay, ampliando el panorama, algunos otros filósofos más. Eva Illouz (2018) estudia cómo las plataformas digitales comercializan emociones (por ejemplo en su libro *Happycracia*). Benjamin Bratton teoriza (en *The Stack*, 2015) un modelo de capas tecnológicas que organizan el planeta. Paul Virilio, también pionero, criticó la velocidad digital y sus efectos en la percepción humana. Nick Srnicek analiza el capitalismo de plataformas y su impacto económico. Nick Bostrom o Stuart Russell discuten los riesgos existenciales de la inteligencia artificial. Donna Haraway (con su *Manifiesto Cyborg*) o Rosi Braidotti vinculan lo digital con la desestabilización de lo humano, y cuyo rumbo es lo transhumano. Paola Ricaurte⁵ cuestiona el colonialismo de datos en el Sur Global.

Como puede verse la filosofía de la digitalización es un campo de estudio que se mueve entre la ontología, la ética y la política, esto es, entre lo que es un objeto digital, la relación humana con la tecnología digital y el control de los datos. Una filosofía de la digitalización, observando lo que ya se ha señalado, justo trata los aspectos críticos de la digitalización y sus efectos.

En el marco de la ética y la filosofía política, que a todas luces, y con razón, es el área de estudio de la filosofía más socorrida entre los filósofos revisados, y entre otros muchos de los actuales, en orden a la digitalización, cabe notar que son muchos los asuntos. Se enlistan algunos:

1. ¿quién controla los registros, ya que la digitalización genera huellas documentales masivas, como los datos biométricos y los historiales de navegación, y con qué fines? El escándalo *Cambridge Analytica* (Amnistía Internacional, 2019) ejemplifica el uso político de la *documentalidad* digital.
2. La brecha en el acceso a la tecnología digital, porque falta la infraestructura en zonas rurales, por ejemplo, excluye a grupos de la participación en la *documentalidad* global.
3. Los contratos inteligentes (*smart contracts*) que se ejecutan sin intervención humana plantean la pregunta por el modo como afectan los sistemas automatizados (IA, *bots*) en la creación y la gestión de documentos. Incluso, ¿las máquinas son sujetos documentales?
4. Los perfiles digitales generados con IA, como parte de la *documentalidad* algorítmica, desafían el sentido clásico de la intención humana.
5. La dependencia de servidores y los formatos obsoletos, como los disquetes, plantean riesgos para la preservación a largo plazo, a pesar de proyectos, como Internet Archive y la Web3, contra la amnesia digital. A esto se suma la velocidad de producción y la obsolescencia de documentos digitales, como las *stories* de Instagram y los *tweets* efímeros, que redefinen la relación entre la moda y la memoria.
6. Como los perfiles en redes sociales, los avatares en el metaverso o los historiales médicos digitales se han vuelto documentos que redefinen la identidad social, es importante preguntarse ¿cómo afecta esto la autonomía y la autopercepción?

⁵ <https://sitios.itesm.mx/ehe/facultad/pricaurte.htm>

7. ¿Qué hacer con los museos virtuales, los videojuegos como arte o los memes como fenómenos culturales?
8. Hay conflictos entre regulaciones como el *GDPR* (UE) y los modelos extractivistas de datos. No es claro el rol de los estados en la gobernanza de documentos digitales. La propiedad intelectual, el derecho al olvido digital o la titularidad de datos personales son debates urgentes.
9. ¿Cómo afectan la IA generativa, el metaverso o la computación cuántica? Hay riesgos de una *documentalidad* totalitaria, como ha pasado en China con sus sistemas de crédito social, o de un colapso ecológico por el costo energético de infraestructuras digitales.
10. De entre las propuestas filosóficas mencionadas y los asuntos tratados por los filósofos expuestos, me parece, la propuesta de Maurizio Ferraris resulta muy útil para comprender, desde la ontología social, con implicaciones éticas y políticas, los riesgos de la digitalización.

MAURIZIO FERRARIS, LA DOCUMENTALIDAD Y LA DOCUMANIDAD

Maurizio Ferraris (1956), filósofo, fundador y promotor del nuevo realismo en filosofía, presenta su teoría sobre la *documentalidad* en su libro *Documentalidad: Por qué es necesario dejar huellas*, de 2009. Pretende explicar cómo se construye la realidad social desde la materialidad de las inscripciones. Maurizio Ferraris propone que los objetos sociales, esto es, las entidades que existen por la interacción humana, como las leyes, las instituciones, el dinero y las identidades, se fundan en documentos, entendidos como los registros que los hacen posibles y los sostiene. Dichos registros pueden ser físicos o digitales. Para Ferraris es insuficiente la teoría de John Searle (1986, 1992, 1997) para quien la existencia de los objetos sociales dependía de la intencionalidad colectiva, en tanto creencias o acuerdos compartidos, ya que los objetos sociales no sólo dependen de la mente humana, sino de los documentos o las huellas materiales que registran y hacen perdurables esas creencias y esos acuerdos.

Los objetos sociales existen, pues, porque hay actos de inscripción que los registran. Piénsese en un contrato escrito, un pasaporte, una ley publicada en su respectivo boletín. Estos documentos son huellas, marcas o trazas que dan objetividad y estabilidad a las instituciones. No habría, sostiene Ferraris, Estado, dinero, derecho o identidades jurídicas sin tales documentos. La noción de *registro* sirve a Ferraris para enfatizar que los actos sociales se fijan (deben ser fijados) en un soporte, ya sea en papel ya sea de forma digital, para existir duraderamente. Un billete (papel moneda) de dinero es un documento que registra su valor. Sin el soporte físico, el acuerdo social sobre su valor carecería de fuerza. El pasaporte o el perfil en redes sociales son documentos que validan quiénes somos ante la sociedad. Una sentencia judicial o un contrato laboral son registros que establecen obligaciones y garantías. La tecnología digital y la digitalización no eliminan la *documentalidad*, sino que la expanden. Los documentos ya no son *físicos*, sino digitales. Las huellas digitales (correos-e, archivos PDF, etc.), de hecho, ahora son la base de muchos objetos sociales (Ferraris, 2009).

El mismo Ferraris ha propuesto el concepto de *documanidad*, que es la fusión de documento y humanidad, para hacer notar cómo los documentos, especialmente los digitales en esta era, median y definen a los seres humanos, en su libro, de 2023, *Documanidad. Filosofía del nuevo*

mundo. Si los objetos sociales existen porque están registrados en documentos, los humanos son entidades documentadas, ya que gran parte de lo que define a la persona (identidad legal, historial médico, actividad en redes sociales, huellas digitales) está registrado en documentos y, últimamente, en documentos digitales, como pasa con los perfiles en redes sociales, los registros gubernamentales (DNI digital), los historiales de compras y los datos biométricos. Asimismo, si la realidad social es una red de documentos, la humanidad sería, también, una red de documentos, ya que la condición humana está mediada por su huella documental, ya sea física o digital. Y a esto se refiere la *documanidad*. Más aún, los documentos ya no son instrumentos pasivos, sino que condicionan la existencia humana. Piénsese, por ejemplo, en un algoritmo que analiza los datos de alguien para determinar el acceso a créditos, el empleo o la información. Si se aceptara la noción de *documanidad* y su interpretación, implicaría, en primer lugar, que los seres humanos se reducen a colecciones de documentos, o datos, verificables, lo cual mueve a preguntar sobre la autonomía y la privacidad; en segundo, sin documentos, y ahora, especialmente, sin documentos digitales, muchos aspectos de la vida actual colapsarían; y, en tercer lugar, la identidad personal se dispersa en múltiples plataformas, como en Facebook, Instagram, Tik Tok, por sólo mencionar las redes sociales más usadas, lo cual puede traer consigo conflictos y manipulaciones.

Para Ferraris, en el ámbito social, los seres humanos no son más que sus documentos. Si no hay documento de identidad, no se existe. Más aún, Si la *documanidad* reduce al ser humano a datos, se pierde la dimensión experiencial o emocional no registrable (Ferraris, 2023).

En síntesis, siguiendo a Ferraris, cabe decir que los documentos, en especial los digitales, como objetos digitales, no solo registran nuestra realidad, social y humana, sino que la constituyen. Aunque ya se han adelantado algunas pistas, en lo que sigue se relacionarán la digitalización y la *documentalidad*.

LA DOCUMENTALIDAD Y LA DIGITALIZACIÓN

La digitalización, las implicaciones filosóficas de ésta y la teoría de la *documentalidad* de Maurizio Ferraris se relacionan en orden a cinco temas, a saber, la *documentalidad* como fundamento, el alcance y la mutabilidad, la intencionalidad colectiva mediada digitalmente, los nuevos objetos sociales, los desafíos éticos y epistemológicos y la realidad y autenticidad.

Como la teoría de Ferraris propone que los objetos sociales (como el dinero o las instituciones) existen mediante actos inscritos, esto es, documentos, que los registran y validan, la digitalización extiende esto al transformar los documentos en rastros digitales (como los registros *blockchain* o los perfiles en redes sociales), que ahora sostienen la realidad social moderna. En este sentido, la teoría sobre la *documentalidad* de Ferraris sirve de fundamento (filosófico) para describir, comprender y cuestionar la digitalización.

Es claro que la digitalización amplía el volumen y la accesibilidad de los documentos, haciendo que los objetos sociales sean más ubicuos y más fluidos. Igualmente, a diferencia de los documentos físicos, los registros digitales son fácilmente editables, lo que plantea interrogantes sobre la estabilidad y la autenticidad. Estas características de alcance y mutabilidad pueden mover a adecuar la teoría sobre la *documentalidad* de Ferraris para explicar cómo los documentos dinámicos y mutables que son los documentos digitales mantienen su objetividad desde su condición de registrados y desde el reconocimiento colectivo, que no, como pasaba con los documentos físicos, desde su permanencia.

Ferraris subraya que la intencionalidad colectiva es esencial para los objetos sociales. En la era digital las plataformas digitales median dicha intencionalidad, como pasa con las identidades en línea (avatares, perfiles) y las comunidades virtuales. Los documentos digitales moldean interacciones y autopercepciones, ilustrando cómo opera la *documentalidad* en espacios virtuales.

La digitalización permite construir realidades sociales novedosas (como los NFT o mundos virtuales) que dependen de documentación digital. La teoría de Ferraris integra la digitalización y la documentación digital como extensiones de la *documentalidad*, donde su existencia está ligada a registros algorítmicos o criptográficos y no a inscripciones físicas.

Desde la teoría de la *documentalidad* de Ferraris se pueden plantear desafíos éticos y epistemológicos relativos a la privacidad y el control, la fragilidad y la memoria y los sesgos algorítmicos. Los documentos digitales concentran poder en entidades que controlan los datos (empresas, gobiernos), planteando problemas de propiedad y autonomía. El almacenamiento digital implica riesgos de pérdida u obsolescencia, amenazando la permanencia de los objetos sociales. Ferraris podría abogar por prácticas archivísticas robustas para preservar la realidad social. Los documentos digitales pueden perpetuar prejuicios (por ejemplo, en sistemas de IA), afectando cómo se construyen y perciben los objetos sociales.

La digitalización difumina los límites entre lo físico y lo virtual. La documentalidad de Ferraris, al enfocarse en la inscripción (no en el soporte), ofrece una herramienta para analizar fenómenos digitales (como los *deepfakes*) como objetos sociales moldeados por su forma documental, independientemente de su materialidad.

La digitalización refuerza y complejiza la teoría de Ferraris. Amplía el alcance de la *documentalidad* al digitalizar inscripciones, crear nuevos objetos sociales y reconfigurar la intencionalidad colectiva. Sin embargo, desafía a la teoría a tratar la mutabilidad, la fragilidad y la ética inherentes a los medios digitales en esta *sociedad hiperdigitalizada*.

DE UNA SOCIEDAD HIPERDIGITALIZADA

Una sociedad *hiperdigitalizada* es aquella en la que la tecnología digital no solo es omnipresente, sino que estructura casi todas las dimensiones de la vida humana: economía, comunicación, educación, salud, política e incluso la identidad. Se caracteriza por la dependencia de infraestructuras digitales (redes, algoritmos, plataformas) y la conversión de experiencias, relaciones y procesos en datos gestionables. Entre los ejemplos se pueden enumerar las ciudades inteligentes (o *smart cities*), las monedas digitales, los sistemas de crédito social y la integración de IA en la toma de decisiones.

Esta *hiperdigitalización* conlleva riesgos complejos, tanto individuales como colectivos. Considérense, primeramente, que las personas existen, en la actualidad, como perfiles en redes sociales, avatares en el metaverso o registros en bases de datos estatales, lo cual tiene como consecuencia que como todo está interconectado mediante sensores, cámaras, dispositivos IoT (Internet de las Cosas) y redes 5G/6G, un ciudadano puede ser rastreado desde su pulsera biométrica hasta su historial de compras en línea; que como las acciones humanas se traducen, últimamente, en datos cuantificables (ej. métricas de productividad, hábitos de consumo), ya hay toda una economía que se basa en la extracción y monetización de datos, lo cual ya habla de un capitalismo de la vigilancia; y que como las decisiones cruciales (préstamos bancarios, diagnósticos médicos) son delegadas a algoritmos, ahora los sistemas de reclutamiento laboral se filtran CVs mediante IA.

En este contexto, ¿cuáles son los riesgos en una sociedad *hiperdigitalizada*, una sociedad que digitaliza cuanto documento genera? Son muchos. Apenas se mencionarán algunos. Se está perdiendo la privacidad por la vigilancia masiva. Los gobiernos y las corporaciones pueden monitorear en tiempo real mediante cámaras, geolocalización y metadatos, como ha pasado con los sistemas de crédito social en China y el escándalo *Cambridge Analytica*. Asimismo ha incrementado la sensación de ser observado, lo cual modifica comportamientos, limitando la libertad expresiva. Las personas ya son tratadas como conjuntos de variables (de ahí que se desarrollen algoritmos que predigan emociones o conductas). Las habilidades humanas (memoria, navegación espacial) se están atrofiando por la delegación de las actividades a las máquinas. Quienes no tienen acceso a tecnología (por costo, infraestructura o conocimientos) están quedando marginados de servicios esenciales (banca, salud, educación). Piénsese en los adultos mayores que han sido excluidos de los trámites gubernamentales en línea. Además, ya se ha visto, los algoritmos replican sesgos históricos (racismo, clasismo), profundizando injusticias. Las infraestructuras críticas (hospitales, redes eléctricas) han sido, y seguirán siéndolo, blancos de *ransomware* o hackeos. La obsolescencia tecnológica o los fallos en los servidores pueden borrar archivos esenciales (ej. historiales médicos). Las plataformas como Facebook o TikTok personalizan contenidos, reforzando prejuicios y polarización. Ya abundan vídeos o audios falsos hiperrealistas, lo cual socava la confianza en instituciones y en los hechos objetivos. Hace tiempo ya se hablaba de la posverdad. El mismo Maurizio Ferraris se detuvo a tratar el asunto en alguno de sus libros (Ferraris, 2019). Los centros de datos, criptomonedas y dispositivos electrónicos consumen enormes recursos (agua, energía, minerales raros). Por ejemplo Bitcoin usa más electricidad anual que países como Argentina. La vida en múltiples plataformas (laboral, social, íntima) ya está generando ansiedad y desconexión de lo presencial. La *hiperconexión* fomenta la superficialidad (como puede verse en la comunicación mediante emojis y el contenido efímero). Ya advertía Nicholas Carr (2011) que «¿Google nos vuelve estúpidos?». De hecho corporaciones como Google o Meta acumulan más poder que muchos Estados, sin mecanismos democráticos de control. Además, los sistemas como el crédito social chino premian o castigan comportamientos, coartando disidencias.

¿Qué se puede hacer? Lo común es que se insista en la regulación ética y jurídica, en el diseño tecnológico responsable, en una educación crítica para entender sesgos algorítmicos, en la descentralización de la tecnología y en la soberanía tecnológica de países y comunidades, de tal manera que no dependan de las transnacionales.

Pero puede hacerse más. Puede no digitalizarse todo, no documentarse todo, tan sólo, porque no todo puede ser documentado. No documentarlo todo cabe como una acción de resistencia.

LO INDOCUMENTABLE

La capacidad de documentar y digitalizar información ha transformado la manera de preservar y acceder al conocimiento, pero existen límites intrínsecos en ambos procesos. ¿Qué no puede documentarse ni digitalizarse total o parcialmente?

El amor, el dolor, la nostalgia o la felicidad pueden describirse, pero su experiencia interna es única e intransferible. Un poema o un diario personal capturan solo una aproximación, no la vivencia en sí. La subjetividad de percibir colores, sabores o sonidos. Por más que un dispositivo mida longitudes de onda o frecuencias, no puede transmitir cómo se siente ver el rojo o probar el café para cada persona, incluso ver el café y probar el rojo. Un perfume puede documentarse mediante fórmulas químicas, pero su olor no puede digitalizarse plenamente (aunque existen «nari-

ces electrónicas», no replican la experiencia humana). La textura de una tela o la calidez del sol en la piel son experiencias táctiles que dependen de la interacción física, como cuando, en esos días muy fríos, se siente el alivio de la luz y el calor del sol al tocar la piel. La energía de un concierto en vivo, la tensión en una sala de reuniones o la serenidad de un bosque son fenómenos que se diluyen al ser grabados o digitalizados. Una mirada de complicidad, un gesto de desprecio o un abrazo genuino pierden matices al ser documentados en video o foto. Apenas el registro sirve para imaginar o recordar. La presencia física implica una conexión no replicable.

La capacidad de sentir y responder a las emociones de otro en tiempo real (como en una terapia o una conversación íntima) no puede sustituirse por mensajes digitales o registros. Con los mensajes de texto se ha perdido una gran *cantidad* de signos que matizan, agravan, corrigen el contenido transmitido tan sólo con letras. El proceso de pensamiento introspectivo, la duda existencial o la creatividad emergente son fenómenos mentales que no pueden documentarse sin simplificarlos. Un ritual religioso, una danza tradicional o un objeto sagrado pueden fotografiarse, pero su significado espiritual para una comunidad depende de la participación y la transmisión oral. Técnicas de agricultura, medicina tradicional o artesanías que se transmiten oralmente y dependen de la práctica directa (ejemplo: tejer un telar maya). Una pintura original tiene pinceladas, texturas y envejecimiento que una reproducción digital no captura. Lo mismo aplica para esculturas, manuscritos antiguos o reliquias históricas. Obras como las de *land art* (como *Spiral Jetty* de Robert Smithson) están diseñadas para cambiar con el tiempo y el entorno, lo que las hace imposibles de preservar intactas.



Spiral Jetty from atop Rozel Point, in mid-April 2005

Dominio público

Archive: Spiral-jetty-from-rozel-point.png

Creado el: 17 de abril de 2005 (fecha original de carga)

Subido el: 25 de mayo de 2007

Ubicación: 41° 26' 20,26" N, 112° 39' 59,09" W

https://es.wikipedia.org/wiki/Spiral_Jetty#/media/Archivo:Spiral-jetty-from-rozel-point.png

Tocar un violín con maestría, esculpir mármol o bailar flamenco implican un conocimiento corporal que no se transmite plenamente mediante manuales o videos. La capacidad de un médico para diagnosticar con base en experiencia acumulada, o la intuición de un bombero ante una emergencia, son difíciles de digitalizar.

Hay experiencias, pensamientos o conversaciones que, por ética o respeto, no deben documentarse (por ejemplo: las confesiones personales, los rituales privados). La privacidad es un límite deliberado a la documentación. El clima, los ecosistemas o el comportamiento de un enjambre de abejas son demasiado dinámicos y multivariantes para documentarse en su totalidad. Eventos únicos como un rayo o una supernova dependen de condiciones irrepetibles. Su documentación siempre será parcial.

Ya Walter Benjamin (2003) decía que la reproducción técnica (actualmente, digital) destruye el *aura* de lo original. No siempre es fácil dirimir si Benjamin lo dice a favor o en contra. Para algunos gracias a la reproductibilidad técnica las obras de arte son, ahora sí, observadas, aunque, lo que se observa no sea la obra de arte misma, como un vitral, si no su reproducción digital a través de una pantalla.

En un mundo *hiperdigitalizado*, y en el supuesto de que es cosa importante el aura, preservar lo *indocumentable* es proteger aquello que hace humanos a los humanos, a saber, la capacidad de sentir, improvisar y existir más allá de las huellas dejadas.

CONCLUSIÓN

Es cierto que la teoría de Ferraris puede ser criticada. Quizás Ferraris sobredimensiona el papel de los documentos, ignorando que algunos objetos sociales, como las normas culturales no escritas, existen sin registro o documento. La teoría puede no explicar el surgimiento de nuevos documentos a partir de prácticas sociales previas. Sin embargo, la teoría sobre la *documentalidad* de Maurizio Ferraris tiene su utilidad. Ayuda a entender fenómenos actuales como la importancia de los *metadatos* y el *big data* en la configuración de la realidad social; el papel de las tecnologías para certificar documentos digitales; y la lucha por la privacidad, puesto que los registros digitales pueden usarse para vigilar y controlar a las personas. Para Ferraris la realidad social se teje con documentos. En la era digital, estos documentos parecen estar vivos, ya que cambian profundamente las interacciones humanas. La tarea de la filosofía es, pues, cuestionar qué mundo se está construyendo con los documentos digitales. No puede quedarse, entonces, en la mera descripción. Para Ferraris *documanidad* es el nombre que da a la situación de cómo la humanidad está cada vez más constituida por documentos, pues, en la era digital, se han redefinido las nociones como identidad, privacidad y agencia, generando desafíos éticos y políticos. La teoría sobre la documentalidad de Ferraris es, pues, útil, porque permite subrayar que la realidad social —analógica o digital— está arraigada en actos registrados, aunque la naturaleza de la documentación evolucione. También permite criticar esta sociedad hiperdigitalizada y descubrir que hay cosas que no pueden documentarse y, por ende, no pueden digitalizarse.

Una sociedad *hiperdigitalizada* ofrece oportunidades sin precedentes (acceso a conocimiento, eficiencia, conectividad global), pero también nos enfrenta a una paradoja existencial: cuanta más libertad tecnológica alcanzamos, más expuestos estamos a formas sutiles de control, alienación y fragilidad. Ya Byung-Chul Han advertía que el exceso de transparencia y positividad digital puede aniquilar lo que nos hace humanos, esto es, la capacidad de opacidad, el misterio y el contacto no mediado. ¿Será que se pueda domesticar la tecnología antes de que ella domestique a los seres humanos? Algunos asuntos urgentes son, en esta sociedad *hiperdigitalizada* o de *hiperdigitalización*, el uso de algoritmos de IA en hospitales que prio-

ricen pacientes por criterios económicos, las condiciones laborales de quienes usan las plataformas como Uber que explotan a repartidores mediante sistemas de puntuación opacos y el recurso a bots para difundir noticias falsas y manipular elecciones. Son urgentes, porque son recurrentes, muy visibles y no han sido resueltos. Ahora bien, y precisamente por lo anterior, lo *indocumentable* es valioso. Pone límites a la documentación excesiva y la digitalización de la vida. Estos límites no son fallas, sino recordatorios de que lo humano trasciende lo técnico. La belleza de un beso, la profundidad de un silencio compartido o la emoción de un logro personal residen en su resistencia a ser reducidos a datos.

¿Por qué existen estos límites? Porque lo físico (átomos) y lo digital (bits) operan bajo lógicas distintas. La conversión siempre implica pérdida de información (ejemplo: compresión de archivos); porque la experiencia humana es cualitativa y contextual, mientras que lo digital se basa en cuantificación y estandarización; y porque algunos fenómenos existen solo en un momento y contexto específicos, como una conversación espontánea o un atardecer único.

Mi amigo José de Jesús Fernández Malvárez me ha dicho que «No diría que novedoso —refiriéndose al texto—, porque en sí el tema ya es polémico y ampliamente debatido —como yo mismo lo muestro—, pero sí invita a la reflexión». Y, efectivamente, esto es lo que he querido hacer en el fondo. Mover a la reflexión.

REFERENCIAS

- Amnistía Internacional (2019), ««El gran hackeo»: Cambridge Analytica es sólo la punta del iceberg» en <https://www.amnesty.org/es/latest/news/2019/07/the-great-hack-facebook-cambridge-analytica/>
- Baetens, J. (2003). «The Book as Technotext: Katherine Hayles's Digital Materialism» en <https://www.imageandnarrative.be/inarchive/mediumtheory/janbaetens.htm>
- BBC News (2014), «Llegamos a la infoesfera... y ahora, ¿qué hacemos?» en https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/11/141128_infosfera_filosofia_tecnologia_finde_dv
- Benjamin, W. (2003). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. México: Itaca.
- Carr, N. (2011). ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes? Superficiales. España: Taurus.
- Ceruzzi, P. (2018). Breve historia de la computación. México: FCE.
- Ferraris, M. (2009). Documentalidad: Por qué es necesario dejar huellas. España: Trea.
- Ferraris, M. (2013). Manifiesto del Nuevo Realismo. Actas
- Ferraris, M. (2023). Documanidad. Filosofía del nuevo mundo. Madrid: Alianza.
- Ferraris, M. (2019). Posverdad y otros enigmas. Madrid: Alianza.
- Floridi, L. (2009). The Onlife Manifesto. Being Human in a Hyperconnected Era. Springer Open.
- Floridi, L. (2012). «Pasos a seguir para la filosofía de la información» en Revista Interamericana de Bibliotecología, vol. 35, núm. 2, pp. 213-218.
- Flusser, V. (2015). El universo de la imágenes técnicas. Caja Negra.
- Han, B.C. (2013). La sociedad de la transparencia. Herder Editorial.
- Han, B.C. (2014). En el enjambre. Herder Editorial.
- Han, B.C. (2014). Psicopolítica. Herder Editorial.
- Hayles, K. (1999). How We Became Posthuman: Virtual Bodies in Cybernetics, Literature and Informatics. The University of Chicago Press.

- Hayles, K. (2017). *Unthought: The Power Of The Cognitive Nonconscious*. The University of Chicago Press.
- Hayles, N. K. (2007). «Hyper and Deep Attention: The Generational Divide in Cognitive Modes». *Profession*, 2007 (1), 187-199.
- Hui, Y. (2023). *Sobre la existencia de los objetos digitales*. Materia Oscura.
- Illouz, E.-Cabanas, E. (2018). *Happycracia. Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*. Paidós.
- Johnson, E. (2019). «Google and Facebook have become «antithetical to democracy,» says The Age of Surveillance Capitalism author Shoshana Zuboff», 20 de febrero, <https://www.recode.net/2019/2/20/18232469/shoshana-zuboff-age-surveillance-capitalism-book-google-face-book-privacy-data-kara-swisher>
- Poster, M. (1995). *The Second Media Age*. Polity Press.
- Roubroy, A.-Berns, T. (2018). «Gobernabilidad algorítmica y perspectivas de emancipación: ¿lo dispar como condición de individuación mediante la relación?» en *Ecuador Debate*, 104: 124-147.
- Searle, J. R. (1986). *Actos de habla*. Ediciones Cátedra.
- Searle, J. R. (1992). *Intencionalidad*. Editorial Tecnos.
- Searle, J. R. (1997). *La construcción de la realidad social*. Ediciones Paidós Ibérica.
- Stiegler, B. (2002), *La técnica y el tiempo vol. II: La desorientación*, Hondarribia, Hiru.
- Stiegler, B. (2002), *La técnica y el tiempo, vol. I: El pecado de Epimeteo*, Hondarribia, Hiru.
- Stiegler, B. (2004), *La técnica y el tiempo, vol. III: El tiempo del cine y la cuestión del malestar*, Hondarribia, Hiru.
- Szalai, J. (2019). «O.K., Google: How Much Money Have I Made for You Today?». *New York Review of Books*, 16 de enero, <https://www.nytimes.com/2019/01/16/books/review-age-of-surveillance-capitalism-shoshana-zuboff.html>
- Vaccari, A. (2022). «La aporía de la técnica y la división empírico-trascendental en *La técnica y el tiempo* de Bernard Stiegler» en *Sig. Fil vol.20 no.39 Ciudad de México ene./jun. 2018 Epub 07-Feb-2022*.
- Wong, P.H.-Simon, J. (2020). «Reflexión sobre la «ética» en la ética de la IA» en <https://revistai-dees.cat/es/reflexio-sobre-letica-en-letica-de-la-ia/>
- Zuboff, S. (2020). *La era del capitalismo de la vigilancia. La lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder*. Paidós.

La necesidad del pensamiento crítico en la era algorítmica

Udane Goikoetxea Bilbao¹

Euskal Herriko Unibertsitatea

<https://orcid.org/0000-0002-9844-5221>

Resumen:

En el contexto de la sociedad posmoderna, caracterizada por la inmediatez, la sobrecarga informativa y el impacto de la inteligencia artificial los medios de comunicación han perdido el monopolio de la creación y difusión de contenidos, que ha pasado a manos de las redes sociales. El periodismo ha respondido con contenidos más superficiales y fáciles de leer. Frente a esta tendencia, el *slow journalism* aboga por textos más elaborados y profundos que fomenten la reflexión y el pensamiento crítico. La metodología elegida para este estudio es la técnica cualitativa de búsqueda de consenso conocida como Delphi, en la que colaboró un panel de expertos de cinco países de tres continentes. El análisis reveló la necesidad de reorientar el periodismo y el tratamiento de la información hacia sus rasgos fundamentales de presentar objetivamente la información y potenciar la calidad de los contenidos. Dos tercios de la población admite que no sabe qué es verdad y qué no en este caos informativo en el que vivimos. Entre los resultados de la investigación, se destaca que en el entorno tecnológico-digital la lectura en profundidad se ha convertido en una necesidad para el desarrollo, porque en la narración audiovisual, rápida y artificialmente creada que predomina hoy todo está dado y no hay espacio para la reflexión crítica.

Palabras Clave:

Journalism, slow journalism, digital media, fake news, critical thinking, IA.

¹ Es profesora en el Departamento de Periodismo de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) y profesora visitante en la Universidad George Washington (Washington D. C.); doctora en Comunicación Social, máster en Comunicación (UPV/EHU) y máster en Formación del Profesorado. Ha recibido el premio extraordinario a la mejor tesis doctoral. Imparte asignaturas relacionadas con especializaciones en periodismo, ética y portavocía. Ha publicado trabajos en forma de capítulos, libros y artículos en revistas académicas de calidad.

INTRODUCCIÓN

Ante el inquietante panorama que enmarca el vertiginoso avance de las nuevas tecnologías y el surgimiento de nuevos medios, modos y paradigmas de la información, el periodismo clásico y el periodismo digital enfrentan un horizonte de desafíos, pero también de oportunidades, que nos plantean otras formas de comunicar, narrativas más inclusivas, en formatos más creativos y, principalmente, con un mayor componente de compromiso social y político.

En la era de la posmodernidad, el periodismo se enfrenta a desafíos sin precedentes que invitan a una profunda reflexión filosófica y ética. La fragmentación de la verdad, la proliferación de información y la diversidad de voces han transformado el paisaje mediático, generando un entorno donde la objetividad y la veracidad son constantemente cuestionadas. En este contexto, la filosofía se convierte en una herramienta esencial para analizar y comprender las implicaciones de la práctica periodística, así como para abordar las responsabilidades éticas que conlleva. La ética periodística, en particular, se ve desafiada por la necesidad de equilibrar la libertad de expresión con el deber de informar de manera responsable y justa. Así, la intersección entre filosofía, ética y periodismo en la posmodernidad no solo invita a un examen crítico de las normas y valores que rigen la profesión, sino que también plantea preguntas fundamentales sobre el papel del periodista en la sociedad contemporánea y su capacidad para contribuir a un discurso público informado y plural.

La fragmentación de la verdad, la proliferación de información y la diversidad de voces han reconfigurado radicalmente el paisaje mediático contemporáneo. En un mundo donde las redes sociales y las plataformas digitales permiten que cualquier persona se convierta en emisor de información, la noción tradicional de la verdad se ha vuelto más compleja y, a menudo, ambigua. La multiplicidad de perspectivas y narrativas ha enriquecido el debate público, pero también ha dado lugar a la desinformación y a la polarización.

En este entorno, la objetividad y la veracidad, pilares fundamentales del periodismo, son constantemente desafiadas. Los periodistas se enfrentan a la difícil tarea de discernir entre hechos y opiniones, entre información verificada y rumores. La presión por ser el primero en informar, junto con la competencia feroz por la atención del público, puede llevar a la difusión de contenidos que no siempre cumplen con los estándares éticos y de calidad.

Además, la diversidad de voces, aunque esencial para una democracia saludable, puede complicar la búsqueda de una verdad común. En lugar de un consenso, a menudo encontramos un mosaico de realidades que reflejan las experiencias y creencias de diferentes grupos. Esto plantea preguntas cruciales sobre la responsabilidad de los medios en la construcción de narrativas inclusivas y precisas, así como sobre su papel en la promoción de un diálogo constructivo en lugar de la división.

La función del periodismo, más que nunca, tiene que ser contundente: el periodismo debe seguir cumpliendo una función social que es la de proporcionar a la ciudadanía las herramientas necesarias para interpretar el mundo que nos rodea, bajo unos principios casi consagrados como son las fuentes, la verificación y el contraste, siempre desde una óptica seria y rigurosa. Ahora, todas esas demandas que hemos señalado son de emergencia y se necesita un cambio sísmico. El periodismo tiene una responsabilidad ante la sociedad y unos deberes para el buen funcionamiento de la democracia. En esta coyuntura, los y las profesionales de

la información son máximos responsables de la transformación social y tienen que recuperar ese periodismo de calidad con el apoyo de los medios de comunicación en los que trabajan.

La ciudadanía precisa la alfabetización digital, la alfabetización mediática; del mismo modo que requieren de la alfabetización en lo referente a los valores cívicos para actuar en concordancia con la exigencia deontológica del periodismo.

En este contexto de la sociedad posmoderna y la Inteligencia Artificial, que se caracteriza por la inmediatez y la sobrecarga de información, los medios de comunicación han perdido el monopolio de la creación y difusión de contenidos, que ha pasado a manos de las redes sociales. El periodismo ha respondido con contenidos más superficiales y fáciles de leer. Además, ante la proliferación de los *fake news* subrayamos la necesidad de la máxima atención en la *inventio* del discurso. En definitiva, ante el ecosistema mediático que nos rodea, proponemos un periodismo en el cual se subraye la información que se convierte en conocimiento, con todo el conjunto de calificativos que le corresponden, acentuando la validez de la lectura como referente. Frente a esta tendencia, el *slow journalism* aboga por textos más elaborados y profundos que fomenten la reflexión y el pensamiento crítico.

EL ALCANCE DE LA DESINFORMACIÓN EN LA SOCIEDAD POSMODERNA

Aunque el tema de la desinformación no es nuevo (Burnam, 1975; Galdón, 1994), esta tendencia ha aumentado en los últimos cinco años. La popularización del uso de las redes sociales como fuente de noticias, así como el aumento de la sospecha de que los medios tradicionales son mediadores e intérpretes, ha supuesto, entre otras cosas, el fortalecimiento de la desinformación. En definitiva, en la actualidad, a través de las plataformas digitales que soportan las redes sociales se generan, intercambian, multiplican y dispersan desinformaciones de forma exponencial y en tiempo real, sin margen de reflexión o corrección.

El estudio *Modernidad aporética: hacia una revisión del proyecto emancipatorio moderno* (García Morán, 2016:) pertenece al ámbito filosófico. Al mismo tiempo que explora Kant, Fichte, Hegel y Marx, enfrenta modernidad y posmodernidad con el sujeto y la sociedad en el punto de mira. Según este estudio, la modernidad siempre ha estado en crisis, es más, la crisis es su característica propia. Sin embargo, esta crisis parece haber llegado a su punto álgido en los últimos años con la aparición del pensamiento posmoderno (ibid. 2016).

Con su radical puesta en cuestión de los fundamentos conceptuales básicos de la modernidad —más concretamente de los conceptos de razón «fuerte», universalista y absoluta; de sujeto unitario, consciente y autónomo; y de historia unitaria, lineal y orientada hacia un fin— que inspiraron el proyecto emancipatorio moderno, no se limita a dar una vuelta de tuerca más a la tan mentada «crisis de la modernidad» sino que anuncia, tajante y terminantemente, el «fin de la modernidad» y la entrada en un tiempo nuevo: la llamada «posmodernidad»

En este sentido, la posmodernidad no sólo supone una cierta «ruptura cognitiva» con los criterios de «verdad» y «objetividad», y con las pretensiones de «unidad» e «integridad» que supuestamente promovía la racionalidad moderna, sino también el final del proyecto emancipador que suponía la modernidad, porque no hay confianza en su capacidad para articular o liderar dicho proyecto (ibid., 2016).

Baudrillard (1987, 2009), Rorty (1988) y Vattimo (1987) se consideran los principales analistas de la posmodernidad. Vattimo (1987) considera que las ideas de postmodernidad y de lo que define como «pensamiento débil²» están íntimamente relacionadas con el desarrollo del escenario multimedia, la toma de posición de los medios, en el nuevo esquema de valores y relaciones que caracterizan a la sociedad posmoderna.

«La realidad» ha sufrido un gran golpe en el mundo académico desde principios del siglo XX; desde que los académicos comenzaron describiendo las diferentes perspectivas y cuestionando la validez de términos como verdad, realidad y objetividad (Sims, 2009:13):

All that was good, even if overdone. The study of literary journalism, however, involves the efforts of skilled writers who speak about the reality of the world as they find it, and who write about people located in time and space with real names and real lives:

Silvio Waisbord (2018) afirma que esto ha supuesto «la apertura de las compuertas de agua, de información y desinformación, de la verdad y de la mentira, del conocimiento científico y del no científico, de los hechos y de la ficción»:

Information unvetted by conventional news organizations has gained wide presence in widely popular platforms and is easily accessible. States and intelligence agencies warned social media with misinformation aimed at generating confusion and swaying public opinion and electoral results (Bennett and Livingston, 2018). The battle for public mind gained new dimensions.

Aunque todavía no existe un consenso universal sobre el término fake news —ni siquiera en el periodismo (Zhou; Zafarini, 2018)— son muchos los estudios que hablan del problema. Precisamente, Waisbord subraya que la crisis epistemológica está reconocida incluso cuando el posmodernismo ha mostrado su cabeza.

Even after an epistemological crisis is widely recognized (There is no truth!) and vulgar postmodernism rears its ugly head, legacy journalism opts to stick to philosophical realism (Waisbord, 2013).

En la actualidad, las noticias falsas (fake news) (Berkowitz y Schwartz, 2016; Bastos y Mercea, 2019; Zilles, 2019), mentiras, rumores no confirmados y teorías conspirativas se propagan sin control en las redes sociales y tienen consecuencias globales (Ramírez de la Piscina, Peñafiel, Goikoetxea, 2020:86).

Este fenómeno afecta hoy día a múltiples dimensiones sociales. Entre otras, al sistema político, las relaciones internacionales y las políticas públicas sobre el cambio climático. También incide en diversas cuestiones relacionadas con la salud, como ha ocurrido con el caso de los mensajes divulgados por el movimiento contrario a las vacunaciones (Salaverría *et al.*, 2020).

² El pensamiento débil es un pensamiento antimetafísico, siempre que entendemos por metafísica que existe la idea objetiva de ser.

Estamos ante una burbuja de desinformación que amenaza la democracia y que está sacrificando la calidad profesional, la calidad informativa, la ética y la deontología. Además, la desinformación está diseñada para ser difícil de detectar. La Inteligencia Artificial (IA) se utiliza ya al servicio de las *deep fake news*, haciéndolas cada vez más sofisticadas y complejas de detectar.

La desinformación amenaza a la sociedad, a la igualdad, a la democracia y existe una falta de respeto por el periodismo ético. En este escenario, el periodismo lucha contra las asimetrías de la era digital: riesgos de la velocidad a la que se propaga la información. Este compromiso es asumido por muchos y muchas profesionales que se comprometen cada día en ejercer un periodismo ético y responsable con informaciones veraces, rigurosas y contrastadas, a través de los distintos estilos de elaborar y presentar la información.

La desinformación representa una amenaza para nuestra sociedad, la igualdad y la democracia, además de evidenciar una falta de respeto hacia el periodismo ético. En este contexto, el periodismo se enfrenta a los desafíos de la era digital, como la rapidez con la que se difunde y propaga la información, brevedad en los planteamientos, estandarización, fragmentación de las informaciones. Sin embargo, muchos profesionales del periodismo se dedican cada día a practicar un periodismo ético y responsable, ofreciendo información veraz, rigurosa y bien contrastada, utilizando diversos estilos para elaborar y presentar sus contenidos.

Es ahí donde tiene su lecho el periodismo slow al que nos referimos, ya que contribuye a la ralentización de la velocidad si se ha construido en torno a textos fast y fake news trabajados superficialmente, en la realidad que vivimos (Marwick 2018; Castro *et al.*, 2021).

Cuando todo se convierte en impredecible, inestable y sospechoso surge la nostalgia de las pasiones tranquilas y se plantea con especial inquietud el problema de en quién confiar, cómo recuperar alguna referencia que nos permita orientar nuestros conocimientos y emociones (Innerarity, 2018: 12).

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y PENSAMIENTO CRÍTICO

Sabemos que vivimos en un planeta totalmente interconectado, en un entorno lleno de datos. Reconocemos que la seguridad que se daba en la vieja sociedad, en la modernidad; el valor de la narración universal, ha desaparecido en la era digital. En la civilización de las fake news, entendemos que la participación de los medios es imprescindible para que desempeñen un papel orientador de la ciudadanía.

Con la llegada de la tecnología, el eco de la misma difumina los objetivos del milenio y los de la educación. Puede resultar difícil avanzar en el uso de la tecnología si no se aclaran dichos objetivos. Por tanto, la era de Internet y la IA exige un repaso de las estructuras de reproducción material y simbólica de la sociedad (individual).

En este sentido, si la sociedad de la información hiciera suyas las teorías emitidas por la economía del conocimiento, uno podría incluso pensar qué lugar ocuparían los hechos. Información y conocimiento no son sinónimos; al imponerse el primero, *know who* y *know how* pueden llegar a ser tal y como son las luciérnagas en la hierba estival, raras, extrañas. Es decir, las brechas de estas deficiencias dan lugar a la dicotomía de los enmascaradores (fake y otros) de la realidad, aportando poder y debilidad.

Los expertos consideran que la capacidad humana de pensamiento crítico es la que nos permite cuestionar la saturación de información y desafiar los supuestos.

El pensamiento crítico es una habilidad cognitiva esencial que permite a los individuos analizar, evaluar y sintetizar información de manera efectiva (Vendrell-Morancho, **Valero Moya**, 2025). En un mundo saturado de datos y opiniones, el pensamiento crítico se convierte en una herramienta fundamental para la toma de decisiones informadas y la resolución de problemas complejos. Este enfoque no solo se aplica en contextos académicos, también es crucial en la vida cotidiana, en la política, en los negocios y en la interacción social.

Desde una perspectiva académica, el pensamiento crítico implica un proceso reflexivo que incluye la identificación de supuestos, la evaluación de argumentos y la consideración de diversas perspectivas. Este proceso se basa en la lógica y la evidencia, lo que permite a los individuos distinguir entre información válida y falacias. La capacidad de cuestionar y desafiar ideas preconcebidas es un componente clave del pensamiento crítico, ya que fomenta un ambiente de aprendizaje dinámico y abierto.

El desarrollo del pensamiento crítico se puede fomentar a través de diversas estrategias pedagógicas. La enseñanza basada en la indagación, el debate y el análisis de casos son métodos efectivos que invitan a los estudiantes a participar activamente en su aprendizaje. Además, la integración de la tecnología en el aula puede proporcionar herramientas que faciliten el acceso a información diversa y la colaboración entre pares, lo que enriquece el proceso de pensamiento crítico.

Uno de los principales desafíos que enfrenta el pensamiento crítico en la era de la IA es la sobrecarga de información. La IA, a través de algoritmos de recomendación y motores de búsqueda, puede generar un flujo constante de datos que, aunque útil, puede dificultar la capacidad de los individuos para discernir información relevante y veraz (Facione, 2011). Esta sobreabundancia de información puede llevar a la formación de burbujas de filtro, donde los usuarios solo son expuestos a perspectivas que refuerzan sus creencias preexistentes, limitando así su capacidad para pensar críticamente (Bezanilla *et al.*, 2019).

Además, la automatización de procesos de toma de decisiones mediante IA plantea interrogantes sobre la responsabilidad y la ética. Cuando las decisiones son tomadas por algoritmos, se corre el riesgo de deshumanizar el proceso y de desviar la atención de la necesidad de un análisis crítico de las implicaciones de dichas decisiones. Esto puede llevar a una dependencia excesiva de la tecnología, donde los individuos pueden dejar de cuestionar y evaluar críticamente la información proporcionada por sistemas automatizados (Torrecillas, 2023).

En la actualidad, se emiten millones de informaciones, un exceso que acaba en el mercado de noticias descontrolado. Sin embargo, aunque el periodismo vive momentos convulsos, la información tiene mucho interés y seguirá teniéndolo. En este marco, el periodismo debe seguir desempeñando una función social, es decir, dotar a los ciudadanos de las herramientas necesarias para interpretar el mundo que le rodea, al hilo de unos principios casi sagrados como son las fuentes, la verificación y el contraste. El proceso de verificación debe realizarse independientemente de la fuente, comprobar la fiabilidad, sea una fuente de Internet o un medio acreditado. Hay que separar el rumor de la información. La verificación supone, por tanto, contrastar la fiabilidad de las fuentes.

En la era de la sobreabundancia informativa y el entretenimiento tenemos la necesidad de reflexionar en qué lugar queda el pensamiento crítico, expresando la preocupación que

nos produce no saber en qué marco conceptual hemos de situar lo que sabemos. En este contexto, el pensamiento crítico es una competencia esencial que debe ser promovida y desarrollada en todos los niveles educativos y en la vida cotidiana (Tubay Pilay; Frutos Garcés, 2024). Fomentar esta habilidad no solo empodera a los individuos para tomar decisiones más informadas, sino que también contribuye a la construcción de sociedades más justas y democráticas, donde el diálogo y la reflexión son valorados. En un mundo en constante cambio, el pensamiento crítico se erige como un faro que guía a las personas hacia una comprensión más profunda y matizada de la realidad.

La lectura también es una competencia básica y esencial. La inmediatez dificulta cada vez más la lectura sostenida y la asimilación de textos largos, como los libros. En esencia, la velocidad que facilita la tecnología no siempre equivale a verdadero conocimiento (Carr, 2011). En este escenario es fundamental introducir la lectura como catalizador, ya que la competencia lectora está íntimamente ligada a la consecución de otras competencias transversales esenciales. Este proceso implica que el lector interactúe con el texto, cree su propia comprensión y lo haga suyo (Yubero y Larrañaga, 2015).

Al hablar de lectura, nos referimos específicamente a la lectura en profundidad, que es inseparable del pensamiento profundo y crítico (Carr, 2008). Así, no se puede considerar la lectura sin la comprensión; ambas son componentes indispensables del proceso de aprendizaje. En consecuencia, los estudiantes universitarios deben desarrollar sus habilidades lectoras para interpretar los textos en profundidad, para discernir lo que se esconde bajo la superficie (Cassany, 2006). Primero aprendemos a leer y luego leemos para aprender. Cuando este último aspecto flaquea, resulta esencial examinar el estado del conocimiento (Jiménez y O'Shanahan, 2008); la narrativa puede ayudar al autodescubrimiento, permitiendo así a los individuos enfrentarse a su entorno (Marchesi, 2005).

Es precisamente dentro de este proceso donde opera el periodismo lento, ya que su propósito va más allá de la mera transmisión de información; su objetivo es generar conocimiento. Mientras que la información puede adquirirse rápidamente y automatizarse, el conocimiento se interioriza y se estructura, creciendo lentamente con el tiempo; es inherentemente humano y nos impulsa a actuar. La lectura es la clave para alcanzar el conocimiento (Millán, 2001), y la lectura profunda es inseparable del pensamiento profundo (Wolf, 2018).

Pero seamos sinceros, para describir la realidad hay que romper con la actualidad, alejarse de las ruedas de prensa, sentir el palpito de quienes sufren en las fronteras, describir el drama de las personas sin hogar, sentir en nuestra propia piel el terror que sufren a diario las mujeres maltratadas, o sacar a la luz el racismo estructural que se percibe en nuestras calles, también aquí.

Analizar el caos exige explicar la complejidad, posarse en los matices, disfrutar con una descripción concreta, huir del corsé de la pirámide inversa, convertir las fuentes en personajes tanto como alabarlos y dejarse querer por las historias. Y para ello, además de responder a qué, a quién, cuándo y dónde, hay que contar el porqué de las cosas. Como señala Roberto Herrscher, «la base del periodismo narrativo, como la de cualquier narración, es el «cómo». El periodismo narrativo puede aportar mucho en este sentido ya que es otra forma de entender el periodismo que se desató contra esa fast, otra forma, otro tenor, una reflexión que es la base del pensamiento crítico.

LA NECESIDAD DEL PERIODISMO SLOW A LAS PUERTAS DE LA COMUNICACIÓN POST HUMANA

La pérdida de credibilidad de los medios de comunicación y el auge de la desinformación plantean grandes retos desde el punto de vista de la calidad informativa, en particular en un contexto de precarización laboral y redefinición del modelo de negocio de los medios, pero también de complejidad e incertidumbre. Se necesita una reflexión sobre las cuestiones que afectan a la calidad de la información a profundizar en un diagnóstico completo de las causas de este déficit y a plantear propuestas para la implementación de mejoras.

En la era de la comunicación post-humana, de sobreabundancia informativa, donde las noticias se suceden a gran velocidad y se informa de ellas al instante, actualizándolas con mayor frecuencia, hay medios que no pierden de vista realizar un periodismo reposado, lento, con un tratamiento de los contenidos en profundidad, haciendo periodismo ‘artesanal’. Los géneros y formatos han experimentado una hibridación, y los medios y soportes han aprovechado la convergencia tecnológica.

En esta coyuntura surge el llamado *periodismo slow*, una corriente que apuesta por huir de la presión de informar en tiempo real para dotar a los contenidos de mayor análisis y profundidad que fomenten la reflexión y el pensamiento crítico. Se caracteriza igualmente por la calidad y la creatividad periodística frente a la cantidad y la estandarización de las noticias, que se sitúan como ejes principales en contra de la inmediatez, la brevedad y la fragmentación de informaciones.

En definitiva, el periodismo narrativo, huyendo de la inmediatez, es una práctica periodística que genera textos que incitan a la reflexión y al análisis. Para ello se pueden utilizar imágenes literarias, pero sin traspasar los límites de la ficción, siempre tratando de proporcionar información rigurosa y de calidad (Ramírez de la Piscina, 2021):

¿Quién, cómo y dónde se ejerce el periodismo narrativo? No hay soportes exclusivos ni formatos únicos. Encontramos columnas brillantes, análisis certeros, crónicas maravillosas y reportajes sugerentes tanto en medios considerados hegemónicos como en pequeños medios, especialmente digitales, medios independientes que se financian con aportaciones de sus socios y socias, ajenos a las servidumbres y podredumbres del poder ya sea éste político, económico o financiero.

Slow media manifesto (Köhler, David y Blumtritt, 2010) recorre de arriba abajo el área de los efectos a nivel mundial (David, 2015). Este trabajo abre también un camino para la reflexión, que se centra en los parámetros culturales y económicos que se relacionan con el concepto de slow media, teniendo en cuenta los diferentes países, culturas y disciplinas:

Slow media claims reflection and consciousness and advocates a thoughtful progress. Further research would have to analyze which cultural and economic parameters correlate with being attracted by the slow media concept. Another interesting question would be the reverse perspective —what correlates with not needing to talk of slow media? There seem to be two options: Either those countries are not yet technologically developed enough to have this kind of problems (which would mean they will think of slow media in ten years) or they do not have to respond to Slow Media because they already (or: still) proceed gently and embrace technology in a reflective and conscious way (which would mean we could learn from that).

ANTECEDENTES Y ESTADO DEL SLOW JOURNALISM

En este escenario de verdad, mentira, posverdad, en tiempos de intoxicación interesada, se consolida el periodismo reposado o periodismo *slow journalism*, un periodismo más explicativo y analítico, dentro de un ecosistema de medios de comunicación híbridos que aboga por rescatar la información no contaminada (Rauch, 2011, Greenberg, 2012, Le-Masurier, 2015). Un periodismo que profundiza en el contexto de los hechos y en las circunstancias de sus protagonistas, utilizando para ello géneros de todo tipo. El slow se toma su tiempo para trabajar el contenido de la noticia, investigando, reflexionando y profundizando en el contexto (Rauch, 2011); es una forma más narrativa de entender el oficio, sin adentrarse en el ámbito de la ficción, por supuesto (Goikoetxea, 2020). Albalad (2018) añade que el término *slow journalism* es una etiqueta que se utiliza para referirse al periodismo narrativo/literario clásico que se publica o se sirve de él sobre todo en la época de Internet en general (Goikoetxea y Ramírez de la Piscina, 2019). Ante esta rápida realidad que vivimos, caracterizada por la inmediatez, desde el slow se responde con información rigurosa, creando narrativas e historias de largo formato no vinculadas a los temas de mayor actualidad (Greenberg, 2012; Le Masurier, 2015).

El *slow journalism* es un tipo de periodismo con múltiples etiquetas. En el mundo anglo-sajón encontramos los términos *slow journalism*, *literature journalism* y *narrative journalism*. En castellano, periodismo narrativo y periodismo reposado o lento. En euskera hemos preferido el periodismo de largo aliento, término que el periodista Hasier Etxeberria acuñó a través del portal Zuzeu. En realidad, este fenómeno no es nada nuevo, ya que han pasado cerca de 60 años desde que se inventó el término *new journalism* o nuevo periodismo en Estados Unidos. Entonces aquella práctica puso patas arriba algunos principios periodísticos (imposibles de tocar), como el esquema de la pirámide invertida o el laconismo expresivo. Tom Wolfe fue el teórico más conocido de este fenómeno; Wolfe publicó el libro llamado *New Journalism* (1973) que marcó un hito.

La elaboración profesional del periodismo narrativo requiere la combinación de tres elementos: tenacidad, valentía y calidad. Tenacidad para saltarse los horarios. Valentía para enfrentarse a los dirigentes e incomodar al poder. Pero la clave es la calidad; calidad estética y ética. Calidad estética para seducir a la audiencia.

Otra característica del *slow journalism* es que pretende atraer lectores especializados a una parte del mercado. Diversos estudios han analizado cómo afecta esto a la producción y consumo de noticias (Barranquero-Carretero, 2013; Dowling, 2016). Según Vanoost (2013), este tipo de periodismo pretende contar historias olvidadas por los medios de comunicación de masas, convirtiendo los hechos y sus sujetos en protagonistas.

En respuesta al movimiento Slow, cada vez son más las plataformas que apuestan por el periodismo narrativo en la red. Ejemplos de esta práctica a nivel mundial son The New York Times, New Yorker, Esquire, Rolling Stone o Le Monde. Además de las citadas, hay más publicaciones que han realizado importantes aportaciones: *Delayed Gratification* (revista editada por la Slow Journalism Company desde 2011), la plataforma Longform (2010), la revista de pensamiento Aeon (revista digital sin ánimo de lucro creada por Paul y Brigid Hains en 2012 en Londres) y la revista Retro Report (2013).

El fenómeno se extiende también a otras lenguas y países (el francés *Revue 21* merece una mención especial), pero es justo destacar la importante presencia de esta práctica en La-

tinoamérica. Algunos autores y profesionales hablan abiertamente de un nuevo «boom» del periodismo narrativo en América Latina, sugiriendo cierto paralelismo con el «boom» del siglo 50 y 60 del siglo XX anterior al *new journalism* o nuevo periodismo norteamericano. Otros hablan de «nuevas tendencias» e insisten en que se trata de un fenómeno al alza en el continente americano.

En el panorama periodístico iberoamericano, Barranquero-Carretero y Rosique-Cedillo (2014) señalan que «existe una larga tradición de revistas de formato lento». Algunas proceden del suplemento cultural, es el caso de *El Cultural*, *ABCD de las Artes y las Letras*, o *Babelia*. *El Cultural* surge en 1999 con una periodicidad semanal; el *ABCD de las Artes y las Letras*, nace en 1991 como suplemento cultural semanal de *ABC*. Muy interesante se publica desde 1981 como revista mensual de divulgación y ciencia popular. *Babelia* es suplemento cultural de *El País* que se publica desde 1991. *National Geographic* se publica ininterrumpidamente desde el 22 de septiembre de 1888, aunque la primera edición en castellano es de 1997. La revista *Descubrir el Arte* busca sugerir nuevas miradas sobre el mundo del Arte desde 1999. *Forbes* es una revista especializada en el mundo de los negocios y las finanzas fundada en 1917, se publica en español desde 2013. *Esquire* se define a sí misma como revista de tendencias de moda masculina, se publica desde 2007. Sin embargo, Barranquero-Carretero y Rosique-Cedillo enumeran algunos ejemplos de revistas tanto en soporte papel como online, nacidas después de 2005 que utilizan el ensayo, la crónica, el reportaje en profundidad, o formatos de tipo literario y narrativo. Señalan las siguientes: *Jot Down*, *Yorokobu*, *FronteraD*, *Libero*, *Periodismo Humano*, *La Marea* y *Via52* (2014). En España existen espacios y mercados para nuevas narrativas, incluso en ámbitos especializados como el periodismo deportivo; la revista *Panenka* aborda el fútbol desde aspectos políticos, sociales, históricos y culturales, con un diseño innovador, cuidado y atrevido.

El periodismo *slow* también ha experimentado un fuerte auge en Latinoamérica. La *si*lla vacía (Colombia) cumple diez años como medio para explicar qué hay detrás del poder. La revista *Arcadia* (Colombia), creada en 2005, es una publicación de referencia en el ámbito cultural y es un proyecto independiente, con identidad y retos propios. *Gatopardo y Letras Libres* (México) siguen un modelo que combina tradición e innovación. En el caso de *Anfibia* (Argentina) trabaja un periodismo narrativo de calidad y es un referente de la vanguardia progresista en Argentina, especialmente entre las mujeres jóvenes y en un ambiente universitario.

En 2005 apareció el llamado *new journalism* (Boynton, 2005). El profesor norteamericano afirma que si a partir del *new journalism* (nuevo) el diálogo principal era entre periodismo y literatura, en el *new journalism* (novísimo) se añade un nuevo diálogo: entre el periodismo literario y las ciencias sociales.

Del mismo modo que el periodismo digital trajo la aceleración de los ritmos de producción y provocó cambios disruptivos en el consumo de información, el periodismo pausado (*slow*) podría ser un portal para reflexionar sobre la arquitectura de la información y preparar a fuego lento contenidos que no siempre deben coincidir con las tendencias más cercanas. Pero, como dice Pau Llop (2014), periodista y activista social, «las piezas largas deben ganar su extensión».

Todos los responsables de los medios de comunicación citados destacan el valor añadido que tiene este tipo de periodismo, una marca propia que añade al producto, el sello específico. De hecho, en el periodismo se habla ampliamente de la necesidad de recorrer el ca-

mino hacia la reflexión que da el paso ante la velocidad o el marcaje de los propios tiempos. En este sentido, hoy en día, la avalancha de información y la velocidad a la que nos llega la tecnología son conscientes de que no siempre supone un conocimiento fundamentado. Más aún, que produce un conocimiento fragmentado, sin criticidad. Porque de vivir rodeados por una creciente oleada de información no se deriva propiamente de conocimiento, saber, sino de interpretación y comprensión crítica (Barranquero-Carretero, 2013:419):

De ahí que la «sociedad del conocimiento» a la que apuntan muchos análisis aún diste mucho de ser realidad, puesto que el conocimiento no es sinónimo de acceso ilimitado o mayor circulación de información, sino de interpretación, comprensión crítica e incluso recreación de esa información dentro de un contexto espacial, temporal y cultural determinados.

Por otra parte, en relación con el control del tiempo, existe una serie de estudios muy extendida al margen de la sección de información, que hace referencia a la economía (economía ecológica) y a la civilización actual en general, que nosotros no trabajamos más allá de la mera mención. En este sentido, el movimiento lento o *slow movement* es uno de los pocos «programas de investigación» que incluye la dimensión temporal de la crisis de las civilizaciones y trata de construir propuestas como «el derecho a establecer nuestros tiempos».

En definitiva, el *slow journalism* o periodismo narrativo es una práctica periodística que, huyendo de la inmediatez, produce textos que incitan a la reflexión y al análisis. Aunque hoy por hoy podría estar condenado a la periferia —llena espacios marginales: suplementos de fin de semana o informativos audiovisuales al margen del *prime time*— presentamos el *slow periodismo* como una alternativa a la espiral de noticias inmediatas.

MÉTODO

El método Delphi consiste en plantear preguntas estructuradas sobre un tema concreto a un grupo de expertos. Sus orígenes se remontan a los antiguos griegos, que consultaban a los oráculos para conocer el futuro. En la actualidad, se utiliza de forma prospectiva para recabar un consenso de opiniones de un grupo de expertos sobre un tema concreto (Eiroa y Barranquero, 2017). El objetivo principal es analizar las percepciones de los expertos sobre el tema de estudio e identificar tendencias futuras (Landeta, 1999). El método implica la realización de minuciosas encuestas iterativas de forma individual con estos expertos intercaladas con la retroalimentación del grupo, lo que conduce a una exploración abierta y a la creación de una opinión representativa que refleje el punto de vista colectivo a través de rondas sucesivas. Además, el método Delphi goza de amplio reconocimiento y está bien establecido entre los expertos, y ha demostrado sistemáticamente su eficacia siempre que se ha empleado (Christie y Barela, 2005; Okoli y Pawlowski, 2004; Somerville, 2008), incluso en contextos periodísticos (Ross *et al.*, 2020).

Linstone y Turoff (2002) destacan que el método Delphi se basa en la creencia de que las opiniones colectivas son más fiables que las individuales. Puede considerarse un enfoque estructurado de la comunicación en grupo, que permite a un grupo cohesionado de individuos examinar en colaboración problemas complejos. El empleo de esta técnica permite a los expertos alcanzar cierto grado de consenso sobre temas de interés en los que puede faltar información concluyente, lo que conduce a conocimientos más profundos (Varela-Ruiz, Díaz-

Bravo y García-Durán, 2012). El proceso garantiza que los encuestados puedan expresar sus opiniones sin influir en los demás, asegurando el anonimato de todos los participantes (Ruiz, 2009), evitando así la transversalidad. Los miembros potenciales del panel pueden ser invitados a participar si poseen una formación y experiencia relevantes relacionadas con el tema de estudio, así como la capacidad de ofrecer contribuciones valiosas y la voluntad de reevaluar sus sesgos para alcanzar un consenso (Pill, 1971).

La mayoría de los estudios Delphi oscilan entre 10 y 18 miembros del panel (Okoli y Pawlowski, 2004), mientras que Galdón (1994) propone un número algo mayor, entre 15 y 35 miembros. Nosotros invitamos a participar en este estudio a los 30 expertos que aceptaron participar, informándoles sobre el estudio: ejes temáticos, objeto, método, participación voluntaria, implicaciones y uso de la información. La primera ronda fue completada por 23 expertos y la segunda por 21 expertos. En el segundo semestre de 2024 se relanzó el cuestionario incluyendo la variable IA.

La muestra final (n=23) estaba compuesta por un 34,78% de mujeres y un 65,21% de hombres. La edad media de los participantes oscilaba entre 30-40 años (13,04%), 40-50 años (39,13%) y más de 50 años (47,82%). En cuanto al origen, los participantes procedían de China (n=1), Europa (n=12), EE. UU. (n=4), Canadá (n=1) y Sudamérica (n=5). El ámbito al que pertenecen los participantes es el siguiente: académico (investigación) (52,17%), profesional (30,43%) y ambos en proporción similar (17,39%).

Una vez seleccionado el panel de expertos, se procedió a elaborar el cuestionario, que se centra en tres claves de la investigación y consta de un total de diez preguntas. Las tres primeras preguntas son, en general, una introducción a la situación del periodismo y, más concretamente, al panorama de las redes sociales y la escritura periodística. Las tres preguntas siguientes exploran tanto la posmodernidad y sus características como la sociedad en la que se ejerce el periodismo. Las tres siguientes se refieren a la importancia de la lectura profunda en la civilización de la era digital e Inteligencia Artificial. Finalmente, la última pregunta pretende predecir el futuro de la lectura y el pensamiento crítico en el paradigma del periodismo narrativo o lento.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

La enorme influencia de Internet en el periodismo conlleva la aparición de un periodismo lento frente al impacto del «aquí y ahora» de la información en general y de los medios sociales en particular.

El tema central de la lectura justifica recurrir a los textos de largo aliento en lugar de sucumbir al dominio de la brevedad y la velocidad que se encuentran en los textos fast, que a menudo carecen de la profundidad narrativa que se observa en las obras clásicas arraigadas en la filosofía griega. La convicción es que el pensamiento profundo no puede separarse de la lectura en profundidad.

Deducimos que el lector está alfabetizado digitalmente, está alfabetizado mediáticamente; junto con estar alfabetizado en valores cívicos para actuar en armonía con la necesidad deontológica del periodismo. Ante la proliferación de fake news, subrayamos la necesidad de la máxima exigencia en la inventio del discurso. En definitiva, en medio del

ecosistema visual que nos rodea, proponemos un periodismo que enfatice la transformación de la información en conocimiento, utilizando términos comprensivos para subrayar la validez de los libros como valiosas referencias.

El objetivo del periodismo es proporcionar información que se transforme en conocimiento. En el panorama mediático posmoderno, la interpretación y la comprensión críticas desempeñan un papel crucial en la concienciación de la sociedad. Este es el papel del periodismo interpretativo, el periodismo en profundidad. Los pensadores del periodismo coinciden en que la proliferación de medios de comunicación ha sido beneficiosa para la sociedad democrática. Sin embargo, en este contexto surge un reto, ya que las redes sociales pueden crear una ilusión de democracia participativa, dando la impresión de que la voz de cada ciudadano tiene el mismo peso. En realidad, la influencia de empresas e individuos poderosos en las redes sociales supera con creces la del ciudadano medio, lo que lleva a pensar que las redes sociales no se están democratizando de verdad.

Mientras muchos expresan su optimismo ante los avances tecnológicos, hay quienes destacan críticamente la falta de valores cívicos y el desequilibrio de la sociedad. Abogan por un enfoque equilibrado que combine la ciencia y las humanidades.

Teniendo en cuenta el choque entre la sociedad moderna y la posmoderna desde el punto de vista periodístico, resulta crucial dedicarse a un periodismo interpretativo o que profundice en la sustancia. Se trata de ofrecer información más allá de los detalles superficiales, abordar las causas y consecuencias de los hechos noticiosos y ofrecer explicaciones razonadas. Frente a los intereses materiales, es imprescindible establecer principios éticos y pensamiento crítico como contrapeso.

El periodismo también ha recurrido al movimiento slow en busca de oportunidades. El slow journalism es lo que surge como reacción a la tendencia dominante hacia la inmediatez y las primicias, e invita a repensar el tiempo necesario para producir y consumir información rigurosa, creativa y de calidad: la actitud crítica adoptada frente a las consecuencias de la velocidad. El slow journalism surge como una orientación crítica, es decir, como una práctica periodística; como un nuevo paradigma de investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albalad-Aiguabella, J. M. (2018): Periodismo Slow. O cómo se cuecen las historias en los fogones de Anfibia, Narratively y FronteraD. Madrid: Fragua.
- Barranquero-Carretero, A. (2013). Slow media. Comunicación, cambio social y sostenibilidad en la era del torrente mediático. *Palabra Clave* 16 (2), 419-448. <http://dx.doi.org/10.5294/pacla.2013.16.2.6>
- Barranquero-Carretero, A., Rosique-Cedillo, G. (2014). Comunicación y periodismo *slow* en España. Génesis y balance de las primeras experiencias. *Primer Congreso Internacional Intoxicación: mercado de la información y psique*, Libro de Actas, 32-47.
- Bastos, M.T., Mercea, D. (2019). The Brexit botnet and user-generated hyperpartisan news. *Social science computer review*, 37(1), 38-54. <https://doi.org/10.1177/0894439317734157>
- Baudrillard, J. (2009). La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras. Madrid: Siglo XXI.
- Berkowitz, D., Schwartz, D. (2016). Miley, CNN and the onion. When fake news becomes realer than real. *Journalism Practice*, 10(1), 1-17. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1006933>

- Bezanilla, María José, Fernández-Nogueira, Donna Poblete, Manuel, Galindo-Domínguez Hector (2019) Methodologies for teaching-learning critical thinking in higher education: The teacher's view. *Thinking Skills and Creativity*, Volume 33, 100584, ISSN 1871-1871, <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2019.100584>.
- Boynton, R. (2005). *The new new journalism. Conversations with America's Best Nonfiction Writers on Their Craft*. Estados Unidos: Vintage.
- Burnam, T. (1975). *The dictionary of misinformation*. New York: Thomas & Crowell.
- Carr, N. (2011). *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Madrid: Taurus- Penguin Random House.
- Carr, N. (2008). Is Google Making Us Stupid? What the Internet is doing to our brains. *The Atlantic*. Hemen jaso: www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/306868/
- Castro, L., Strömbäck, J., Esser, F., Koc-Michalska, K. (2021). Navigating High-choice European Political Information Environments: A Comparative Analysis of News User Profiles and Political Knowledge. *The International Journal of Press/Politics*, 1-33. Beverly Hills, CA: Sage publications.
- Cassany, D. (2006). *Tras las líneas: Sobre la lectura contemporánea*. Barcelona: Anagrama.
- Christie, C. A., Barela, E. (2005). The Delphi technique as a method for increasing inclusion in the evaluation process. *The Canadian Journal of Program Evaluation*, Vol. 20(1), 105-122.
- Dowling, D. (2016). The Business of Slow Journalism. Deep storytelling's alternative economies. *Digital Journalism*, 4(4), 530-546. doi:10.1080/21670811.2015.1111769
- Eiroa, M., Barranquero, A. (2017). *Métodos de investigación en la comunicación y sus medios*. Madrid: Síntesis.
- Facione, P. A. (2011). Critical thinking: What it is and why it counts. Insight Assessment.
- Galdón, G. (1994). *Desinformación: método, aspectos y soluciones*. Pamplona: Eunsu.
- García-Morán Escobedo, J. (2016). *Modernidad aporética. Hacia una revisión del proyecto emancipatorio moderno*. Universidad Nacional de Educación a Distancia (España). Facultad de Filosofía. Departamento de Filosofía y Filosofía Moral y Política.
- Goikoetxea, U. (2020). La nueva era del periodismo de cultura futbolística ante un escenario hollywoodiense basado en estrellas y titulares. Panenka y las revistas amigas. *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi*, 37 (1), 9-30. DOI: 10.2436/20.3008.01.188
- Goikoetxea, U., Ramírez de la piscina, T. (2019). Revistas Jot Down, Anfibia y Panenka: tres formas audaces de entender el periodismo narrativo digital en plena crisis del papel. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 961-979. DOI: 10.4185/RLCS-2019-1352-35
- Goikoetxea, U., Murua, I., Ramírez de la Piscina, T. (2019.) Arnasa luzeko kazetaritza euskal hedabideetan: egungo esperientziei errepaso. *Euskal Hedabideen urtekaria* 2018, 49-67. ISBN: 978-84-09-10999-9.
- Greenberg, S. (2012). Slow Journalism in the Digital Fast Lane. En Richard L. Keeble y John Tulloch (Ed), *Global Literary Journalism: Exploring the Journalistic Imagination*, (pp. 381-393). New York: Peter Lang Publishing.
- Herrscher, R. (2012). *Periodismo narrativo. Cómo contar la realidad con las armas de la literatura*. Barcelona: UB Universitat de Barcelona.
- Jiménez J., O'Shanahan, I. (2008). Enseñanza de la lectura: de la teoría y la investigación a la práctica educativa. *Revista Iberoamericana de Educación*, 45(5). 1-22. 10.35362/rie4552032
- Köhler, B., David, S., Blumtritt, J. (2010). *The Slow Media Manifesto*. <http://en.slow-media.net/manifesto>

- Landeta, J. (1999). El método Delphi. Una técnica de previsión para la incertidumbre. Barcelona: Ariel.
- Llop, P. (2014). *Cuéntamelo despacio, que tengo prisa*. Instituto para la Innovación periodística.
- Pill, J. (1971). The Delphi method: Substance, context, a critique and an annotated bibliography. *Socio-Economic Planning Science*, 5, 57-71.
- Rauch, J. (2011). The Origin of Slow Media: Early Diffusion of a Cultural Innovation through Popular and Press Discourse, 2002-2010. *Transformations* (14443775). 2011, Issue 20, 1-15.
- Sims, N. (2009). The problem and the promise of literary journalism studies. *Literary Journalism Studies* 1: 7-16.
- Linstone, H. A., Turoff, M. (Eds.). (2002). *The Delphi Method*. Boston: Addison-Wesley Pub.
- Le Masurier, M. (2015). What is slow journalism? *Journalism Practice*, 9 (2), 138-152.
- Llop, P. (2014). Cuéntamelo despacio, que tengo prisa. Instituto para la Innovación periodística.
- Marchesi, A. (2005). La lectura como estrategia para el cambio educativo, *Revista de educación*, N° 1, (Ejemplar dedicado a: Sociedad lectora y educación), 15-35.
- Marwick, A. E. (2018). Why Do People Share Fake News? A Sociotechnical Model of Media Effects. *Georgetown Law Technology Review* 474: 474-512.
- Millán, J. A. (2001). *La lectura y la sociedad de conocimiento*. Madrid: Federación de Gremios de Editores.
- Okoli, C., Pawlowski, S.D. (2004). The Delphi method as a research tool: an example, design considerations and applications. *Information and Management*, 42, 15-29.
- Ramírez de la Piscina, T. (2021). Periodismo Narrativo: Analizar el caos explicando la complejidad. In *Nuevos modelos y paradigmas de la información: desafíos y oportunidades en el periodismo*. Madrid: Dykinson.
- Romero, L. (1998). El futuro del periodismo en el mundo globalizado. Tendencias actuales. *Revista Mexicana de ciencias políticas y sociales*. 43(171), 168-171.
- Ruiz Olabuénaga, J. I. (2003). *Técnicas de triangulación y control de calidad en la investigación socioeducativa*. Bilbao: Mensajero.
- Torrecillas, T. (2023). Inteligencia artificial y periodismo: oportunidades para la lucha contra la desinformación en la red. In *Inteligencia artificial, periodismo y democracia* (2023) Vázquez Barrio, T.; Salazar-García, I. Tirant humanidades
- Tubay Pilay, P. F., & Frutos Garcés, A. I. (2024). La lectura crítica: Un enfoque para cultivar habilidades de pensamiento crítico. *Ciencia Y Educación*, 6(1), 6 - 17. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14579615>
- Vanoost, M. (2013). Journalisme narratif: proposition de définition, entre narratologie et éthique. *Les Cahiers du journalisme*. n.º 25, Printemps/Été.
- Varela-Ruiz, M., Díaz-Bravo, L., y García-Durán, R. (2012). Descripción y usos del método Delphi en investigaciones del área de la salud. *Revista Investigación en Educación Médica*, 1(2), 90-95. <http://zl.elsevier.es/es/revista/revista-investigacion-educacion-medica-343/descripcion-usos-metodo-delphi-investigaciones-area-salud-90122899-metodologia-investigacion-educacion-medica-2012>
- Vattimo, G. (1987). *El fin de la modernidad. Nihilismo y hermenéutica en la cultura posmoderna*. Barcelona: Gedisa.
- Vendrell-Morancho, Mireia; Valero Moya, Aída (2025). Cartografía del pensamiento crítico: principales aportaciones para repensar la educación. *Educ. Pesqui.* 51 <https://doi.org/10.1590/S1678-4634202551278119es>
- Waisbord, S. (2018). Truth is What Happens to News. *Journalism Studies*, 19, 13, 1866-1878, doi: 10.1080/1461670X.2018.1492881

- Wolf, M. (2018). *Reader, Come Home: The Reading Brain in a Digital World*. New York: Harper.
- Wolfe, T., & Johnson, E. W. (1973). *The new journalism: With an anthology edited by Tom Wolfe and E.W. Johnson*. New York: Harper & Row.
- Yubero, S.; Larrañaga, E. (2015). Lectura y universidad: hábitos lectores de los estudiantes universitarios de España y Portugal. *El profesional de la información*, v. 24, n. 6, 717-723.
- Zhou, X.; Zafarani, R. (2018). Fake news: A survey of research, detection methods, and opportunities. *ACM Comput. surv*, v. 1, 1-40. <https://arxiv.org/abs/1812.00315>
- Zilles, C. (2019). *Social media and the fake news problem*. Social Media Headquarters. <https://bit.ly/346utEQ>

Subjetividades nómadas y comunicación: Nuevas formas de relación en la era digital

Eduardo M. González de Luna¹

Universidad Autónoma de Querétaro

ORC ID: 0000-0001-7469-7478

Resumen:

En el contexto de la expansión digital y la hiperconectividad contemporánea, las formas tradicionales de subjetividad y relación social se han visto profundamente reconfiguradas. Este trabajo propone una reflexión filosófica en torno a la emergencia de *subjetividades nómadas*, entendidas como formas identitarias móviles, fluidas y fragmentadas que se despliegan en entornos digitales. A partir de un diálogo crítico con autores como Gilles Deleuze, Félix Guattari, Rosi Braidotti, Byung-Chul Han, Zygmunt Bauman, y otros, se examina cómo los medios y los espacios virtuales actúan como territorios de desplazamiento simbólico, afectivo y comunicacional. La hipótesis central sostiene que en la era digital las relaciones humanas adquieren una lógica rizomática y efímera, cuestionando los modelos clásicos de interacción y comunicación basados en la estabilidad, la continuidad y la presencia física. Asimismo, se reflexiona sobre la tensión entre la autonomía subjetiva y las nuevas formas de control algorítmico y visibilidad mediada, que complejizan la idea de libertad en la comunicación digital. Se concluye planteando la necesidad de repensar la agencia y la vinculación en un mundo donde la identidad ya no es un punto fijo, sino un proceso continuo de devenir; y se sugiere una ética situada como respuesta a los desafíos emergentes.

Palabras clave:

Subjetividad nómada, era digital, comunicación, posmodernidad, redes sociales.

¹ Doctorado en Filosofía de la Ciencia en el Instituto de Investigaciones Filosóficas, de la UNAM. Ha dirigido numerosas tesis a nivel de licenciatura, maestría y doctorado, y ha publicado diversos libros y artículos especializados en el campo de la filosofía de los conocimientos. Sus intereses de investigación actuales se relacionan con problemas de la filosofía social de la ciencia y la tecnología, las metodologías de la complejidad, los problemas éticos de la investigación científica y la ética animal.

INTRODUCCIÓN

Vivimos en una época marcada por una transformación radical de las formas de existencia, interacción y producción de sentido. El advenimiento de la era digital ha modificado no solo los modos en que nos comunicamos, sino también los modos en que nos constituimos como sujetos. La subjetividad, lejos de ser una entidad fija o esencial, se manifiesta cada vez más como un proceso mutable, abierto y transitorio, condicionado por la lógica de la conectividad, la exposición constante y la multiplicidad de plataformas virtuales.

Los medios de comunicación, en su rol como máquinas sociales y tecnológicas, son actores clave en la construcción de subjetividades dentro del llamado *Posthumanismo*: una era en la que se cuestionan los valores del modernismo ilustrado humanista para explorar nuevas formas. En este nuevo escenario, emerge la figura de la *subjetividad nómada*, un concepto que remite a identidades en tránsito, sin anclajes estables ni centros fijos de referencia, que se despliegan en una red de relaciones discontinuas y rizomáticas. Esta subjetividad se constituye en diálogo, y también en conflicto, con dispositivos tecnológicos que median nuestras formas de ver, sentir, pensar y vincularnos con los otros. Las redes sociales, los entornos virtuales y las plataformas de comunicación digital no solo facilitan la interacción, sino que también configuran nuevas topologías del yo, nuevas formas presenciales y nuevas modalidades afectivas.

En este contexto, repensar filosóficamente la relación entre subjetividad y comunicación en la era digital no es solo un ejercicio de interés teórico: es una tarea urgente para comprender los desafíos ontológicos, éticos y políticos del presente. ¿Qué significa el ser sujeto en un mundo de pantallas, algoritmos e identidades múltiples? ¿Qué tipo de lazos sociales se gestan en este entorno de hiperconectividad? ¿Hay aún posibilidad de agencia y comunidad en medio de la fragmentación digital? Estas son preguntas que guían esta reflexión.

Este trabajo se enmarca en una metodología filosófica de tipo teórico-crítico, que parte del análisis conceptual y discursivo para problematizar las formas contemporáneas de subjetividad en la era digital. A diferencia de las metodologías empíricas o cuantitativas, esta propuesta no se basa en la recolección de datos observacionales, sino en el cruce y reinterpretación de marcos filosóficos, anclados en experiencias, especialmente desde el postestructuralismo, la teoría crítica y el pensamiento posthumanista.

Se parte del análisis de nociones como *subjetividad nómada*, *rizoma*, *psicopolítica*, *algoritmo* y *comunicación digital*, a partir de autores como Gilles Deleuze, Félix Guattari, Rosi Braidotti, Byung-Chul Han, Michel Foucault y Zygmunt Bauman, entre otros. Estas referencias son leídas en diálogo con fenómenos actuales como el uso de redes sociales, las plataformas educativas virtuales y la cultura algorítmica, que conllevan procesos contemporáneos de subjetivación.

FUNDAMENTOS FILOSÓFICOS PARA PENSAR LA SUBJETIVIDAD NÓMADA EN LA ERA DIGITAL

La digitalización de la vida cotidiana ha generado una profunda mutación en la configuración del sujeto contemporáneo y en las formas de comunicación intersubjetiva. A di-

ferencia del modelo moderno de subjetividad, anclado en la noción de un yo coherente, autónomo y racional, hoy nos enfrentamos a identidades fragmentarias, descentradas y en constante proceso de reinención. Esta transformación, que ha sido interpretada por pensadores como Deleuze, Guattari y Braidotti como un tránsito hacia formas *nómadas de subjetividad*, plantea un conjunto de tensiones no resueltas que afectan la manera en que comprendemos la experiencia, el cuerpo, la comunidad y el lenguaje.

Al mismo tiempo, los entornos digitales han redefinido la comunicación. La instantaneidad, la hiperconexión y la circulación de signos desmaterializados reconfiguran los vínculos humanos, e introducen nuevas formas de control, vigilancia y performatividad. En este marco, la comunicación ya no puede pensarse únicamente como intercambio de significados entre sujetos estables, sino como prácticas atravesadas por dinámicas de poder, algoritmos y, lo que Deleuze y Guattari (2004) han llamado, *flujos de deseo*.

El problema filosófico que se plantea, entonces, es cómo comprender la subjetividad en este nuevo régimen de relaciones digitales, donde los sujetos parecen oscilar entre la libertad de reinventarse y la captura constante, voluntaria a veces, por tecnologías que los modelan. Es cuestionable hablar aún de autenticidad, agencia o comunidad en un contexto donde el yo es simultáneamente múltiple, visible y programable. Y resulta también problemático el tipo de ética que puede sostenerse cuando la subjetividad está mediada por dispositivos que afectan profundamente nuestra forma de relacionarnos. Más que ofrecer respuestas definitivas, este trabajo pretende abrir un campo de interrogación que dialogue con los desafíos que plantea la era digital al pensamiento crítico y la ética de la comunicación.

DEL SUJETO MODERNO AL SUJETO NÓMADA: GENEALOGÍA Y RUPTURA

La noción clásica de sujeto, heredada de la modernidad cartesiana y kantiana, se fundamenta en la unidad, la racionalidad y la autonomía. Este sujeto es concebido desde el humanismo ilustrado como un centro de conciencia y control, capaz de establecer una identidad coherente y una relación estable con el mundo. Sin embargo, el desarrollo del pensamiento posmoderno, post-estructuralista y posthumanista cuestiona esta imagen del sujeto como núcleo fijo y autosuficiente.

Autores como Michel Foucault (1975) y Jacques Derrida (2002) deconstruyen la idea del sujeto como fundamento, mostrando cómo es producido por discursos, prácticas y estructuras históricas. A partir de esta crítica, Deleuze y Guattari proponen una noción alternativa: el sujeto no como esencia, sino como proceso de devenir, como flujo atravesado por multiplicidades: En *Mil mesetas* (1980), los autores introducen la noción de «sujeto rizomático» y la idea del *nomadismo* como forma de existencia no lineal, no jerárquica y no centrada.

La subjetividad, en este marco, ya no es una entidad dada, sino una construcción mutable, fragmentada y situada. Este concepto abre paso a lo que Rosi Braidotti (2000) denomina «sujeto nómada», una figura que rechaza la estabilidad de las identidades fijas y adopta el desplazamiento, la hibridez y la multiplicidad. Para Braidotti, el nomadismo no es sólo un estado geográfico o psicológico, sino una estrategia crítica y ética frente a las lógicas de exclusión y normalización de la modernidad.

SUBJETIVIDADES DIGITALES: MULTIPLICIDAD Y PERFORMATIVIDAD EN ESPACIOS VIRTUALES

En la era digital, estas ideas se reconfiguran en un nuevo escenario: el espacio virtual. Las plataformas digitales permiten y a la vez exigen una constante reinención del yo. La identidad se vuelve un *performance* continuo, visible, medible y evaluable por algoritmos y audiencias masivas.

Autores como Judith Butler (2007) ya habían propuesto la idea de la performatividad del sujeto, donde el yo se constituye a través de actos repetitivos en contextos normativos. En el entorno digital, esta performatividad se intensifica: el yo se vuelve un «perfil», una interfaz, una narrativa que se actualiza en tiempo real. Además, pensadores como Byung-Chul Han advierten sobre una transformación de la subjetividad en la era del «capitalismo de la información». En obras como *La Sociedad de la transparencia*, *Psicopolítica*, *Infocracia*, entre otras, Han señala cómo la exposición permanente y la autooptimización constante generan formas de subjetivación marcadas por valores como el rendimiento, la positividad, la vigilancia voluntaria y la auto-explotación. Es así que el sujeto nómada digital se mueve entre la libertad de reinventarse y la captura por dinámicas de control invisibles, operadas por sistemas algorítmicos.

COMUNICACIÓN Y RIZOMA: DEL VÍNCULO SÓLIDO A LA LIQUIDEZ

Las formas de comunicación también han cambiado drásticamente. En lugar de vínculos estables, íntimos y duraderos, asistimos al auge de lo que Bauman (2000) denomina «relaciones líquidas»: vínculos frágiles, temporales y fácilmente reemplazables. En un entorno donde todo es conexión instantánea, lo relacional se convierte en flujo superficial más que en encuentro profundo. Más adelante regresaremos a este tema.

Deleuze y Guattari anticiparon esta transformación al hablar de *estructuras rizomáticas*: redes sin centro ni jerarquía, donde cada punto puede conectarse con cualquier otro. La comunicación en la era digital se asemeja a este modelo: múltiples nodos interconectados, flujos discontinuos, proliferación de mensajes e identidades simultáneas. Las redes sociales encarnan esta lógica rizomática, donde las relaciones se configuran como trayectorias efímeras y múltiples, no como estructuras sólidas o lineales.

Por otro lado, Manuel Castells (2012) ha señalado que vivimos en una *Sociedad red*, en la que el poder y la identidad se reconfiguran a través de conexiones digitales. El espacio público ya no es exclusivamente físico: es también un entorno virtual donde la subjetividad y la comunicación se producen, circulan y transforman constantemente.

SUBJETIVIDAD, VIGILANCIA Y AGENCIA EN LA ERA DEL ALGORITMO

La posibilidad de agencia del sujeto nómada digital está mediada por tecnologías que no solo habilitan, sino también condicionan sus posibilidades. El sujeto se vuelve objeto de *datificación* (Cfr. Cukier y Mayer-Schonberger, 2013, Han, 2020), es decir, un ente convertido en información legible y cuantificable por algoritmos que predicen, moldean y rentabilizan sus comportamientos.

Aquí emerge la tensión entre libertad y control. Aunque el entorno digital permite la pluralidad de identidades y la expansión de la voz subjetiva, también instaaura nuevas formas de *biopoder* y *psicopoder*, como plantea Han (2014, 2020, 2022). El sujeto nómada se enfrenta entonces al desafío de mantener una autonomía crítica en un contexto donde lo visible se vuelve obligatorio, y donde la comunicación deviene una forma de producción de sí bajo criterios de eficiencia, capitalización y exposición.

LOS MEDIOS COMO MÁQUINAS PRODUCTORAS DE SUBJETIVIDADES

En la era del posmodernismo, la relación entre los sujetos humanos y las tecnologías se redefine a través de un enfoque que desdibuja las fronteras entre lo humano, lo animal y la máquina. El posthumanismo, como corriente filosófica y cultural, cuestiona la primacía de la subjetividad humana y promueve una visión del mundo en la que las entidades no humanas, como las máquinas, los medios y sistemas tecnológicos, son fundamentales en la construcción de la subjetividad. En este marco, los trabajos de Deleuze y Guattari sobre el concepto de «máquina», ofrecen una herramienta teórica para comprender cómo los medios de comunicación, como tecnologías sociales, actúan como fuerzas modeladoras de la subjetividad. Los autores proponen una visión radicalmente diferente de las máquinas en comparación con la concepción tradicional que las ve como meras herramientas subordinadas al hombre. Para ellos, las máquinas son agentes activos que no solo operan en el mundo material, sino que también producen deseos, relaciones sociales y, en última instancia, subjetividades. Los medios de comunicación, en este sentido, pueden ser comprendidos como máquinas sociales que participan activamente en la producción de nuevas formas de subjetividad.

En su obra conjunta *El Anti-Edipo*, Deleuze y Guattari presentan una crítica al psicoanálisis tradicional y a la concepción de la subjetividad como algo interior o cerrado. Hemos mencionado que, para estos filósofos, la subjetividad no es una esencia fija, sino un proceso en constante devenir, en el que las máquinas, entendidas como sistemas complejos de relaciones y flujos de deseo, desempeñan un papel fundamental. Las máquinas no son solo objetos mecánicos, sino que son redes de relación que afectan y modifican la subjetividad humana. En *Mil Mesetas*, profundizan en este concepto, sugiriendo que las máquinas son herramientas activas que se conectan en una *red maquina de deseos* que no se limita a lo material, sino que también afecta lo mental y lo social.

Es así que el concepto de «máquina» en Deleuze y Guattari no es mecánico, instrumental, ni funcional, sino más bien relacional y productivo. Las máquinas son redes de flujo que transforman la materia, la mente y el deseo, y en este sentido, son agentes activos en la creación de subjetividades. El deseo es entendido como un flujo que circula a través de estas máquinas, y la subjetividad se forma a partir de los flujos de deseo que se interconectan con estas redes de máquinas.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO MÁQUINAS DE DESEO

En el contexto de los medios de comunicación, estas dinámicas de flujo y deseo se amplifican y se reconfiguran de maneras complejas. Los medios de comunicación no son simplemente transmisores de información, sino que son potentes maquinarias que moldean los

deseos, las identidades y las subjetividades. Las plataformas digitales, por ejemplo, funcionan como máquinas de deseo que organizan y direccionan las interacciones humanas, creando nuevas formas de subjetividad, tanto en los individuos como en las colectividades. A través de las redes sociales, los «algoritmos de recomendación», los entornos de realidad virtual y los medios en general, crean y regulan flujos de información que producen identidades fluidas y cambiantes.

El posthumanismo, al proponer una visión de la subjetividad que trasciende los límites humanos, encuentra en los medios un lugar central en la construcción de nuevas formas de identidad, que se hallan más allá del cuerpo humano tradicional (Cfr. Hayles, 1999). Los medios, en su interacción con las tecnologías y las máquinas, facilitan la creación de «subjetividades posthumanas», en las cuales los individuos ya no son simplemente sujetos autónomos, sino entidades híbridas, donde lo humano y lo tecnológico están entrelazados de manera indisoluble.

LA SUBJETIVIDAD EN EL POSTHUMANISMO: NUEVAS FORMAS DE IDENTIDAD MEDIADAS POR LA MÁQUINA

En el mundo digital contemporáneo, la subjetividad no se limita a lo biológico, ni a lo sociológico, sino que se entiende como una construcción que involucra una red de relaciones entre lo humano, lo animal, lo tecnológico y lo artificial. Las máquinas de los medios juegan un papel crucial en este proceso, ya que permiten la circulación de nuevos significados, emociones y relaciones que reconfiguran las identidades. Por ejemplo, la forma en que las plataformas digitales construyen «identidades virtuales» a través de los algoritmos de recomendación, la reconfiguración de los cuerpos en los entornos de realidad aumentada, y la creación de identidades híbridas en los mundos virtuales, muestra cómo las máquinas (y los medios como máquinas) contribuyen activamente a la construcción de subjetividades.

La máquina en Deleuze y Guattari también se conecta con la idea de que la subjetividad es algo colectivo, siempre en proceso y compartido. En este sentido, los medios pueden ser vistos como «máquinas de deseo colectivas» que producen sujetos a través de interacciones masivas, donde las identidades se forman en el cruce de las interacciones humanas y no humanas, en un flujo continuo de comunicación y afectividad.

Los medios de comunicación, en su rol como máquinas sociales y tecnológicas, son actores clave en la construcción de subjetividades. Según Deleuze y Guattari, los medios no solo transmiten información, sino que participan activamente en la creación de deseos, identidades y subjetividades que atraviesan las fronteras entre lo humano y lo no humano.

A través de las interacciones con tecnologías mediáticas, las subjetividades se configuran en nuevas formas que reflejan una redefinición de lo que significa ser humano en una era *posthumana*, donde las máquinas y los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la creación de nuevas realidades.

Este análisis abre nuevos caminos para comprender cómo las tecnologías mediáticas no solo alteran la forma en que interactuamos, sino que también reconfiguran nuestras identidades en un mundo que ya no puede ser comprendido exclusivamente desde una perspectiva antropocéntrica.

SUBJETIVIDAD NÓMADA Y SUJETO DIGITAL

El concepto de «sujeto nómada», desarrollado principalmente por Rosi Braidotti (2000) a partir de los aportes de Deleuze y Guattari, emerge como una figura filosófica que desafía los postulados identitarios de la modernidad y el humanismo ilustrado. Frente al sujeto cartesiano: autónomo, racional, unitario y universal; el sujeto nómada encarna una subjetividad en tránsito, en constante devenir, que no se define por un punto fijo o una esencia, sino por un movimiento continuo a través de territorios simbólicos, culturales, corporales y afectivos.

Para Braidotti, el nomadismo es una estrategia epistemológica y ética: una manera de pensar el yo desde la apertura, la hibridez y la multiplicidad, evitando el pensamiento binario y dicotómico, y las estructuras jerárquicas del pensamiento occidental. No se trata tanto de un nomadismo literal, espacial, sino más bien de un nomadismo ontológico y político, que permite concebir la subjetividad como un campo dinámico de fuerzas, una intersección de historias, afectos y tecnologías. En palabras de la autora: «el nomadismo que apoyo como opción teórica es también una condición existencial que, en mi caso, se traduce en un estilo de pensamiento figurativo» (Braidotti, 2000, p. 26), la subjetividad nómada no es tanto una identidad, sino una forma de pensar en términos de desplazamiento, de no tener pertenencia fija, de apertura figurativa a lo múltiple.

El sujeto nómada confronta las narrativas tradicionales del yo y propone una identidad que se construye, parafraseando, desde la diferencia, la desidentificación y la movilidad constante, sintonizada con una visión rizomática del ser.

Cuando la figura del sujeto nómada se traslada al contexto contemporáneo del mundo digital, encontramos implicaciones —pero también tensiones— con el tipo de subjetividad que emerge en los entornos virtuales. El sujeto digital habita y se construye a través de plataformas tecnológicas: redes sociales, entornos virtuales, algoritmos de recomendación, sistemas de visibilidad y vigilancia.

Este sujeto está constantemente compelido a *performar*, a mostrarse, a producirse, construirse y reconstruirse como imagen, marca o narrativa. Se despliega como una multiplicidad de *perfiles*, cada uno adaptado a un contexto específico: profesional en LinkedIn, íntimo y funcional en WhatsApp, estético en Instagram, etc. La identidad digital no es una sola, sino una red de fragmentos identitarios que coexisten y mutan, respondiendo a dinámicas algorítmicas y sociales de adaptación al *marketing*.

Es preciso pensar en el sujeto digital, como una forma actualizada de subjetividad nómada: un yo que se desplaza entre plataformas, que se reinventa en cada espacio virtual, que no tiene un centro ni una verdad esencial, sino que se constituye en el flujo de datos, afectos e interacciones. La idea deleuziana de que el sujeto es una posición en una multiplicidad rizomática, cobra una fuerza nueva en la figura del usuario digital, cuya identidad es intermitente, editable y estratégicamente modulada.

NÓMADA VS. CAPTURADO: LAS TENSIONES CONTEMPORÁNEAS

Sin embargo, esta aparente afinidad entre el sujeto nómada y el sujeto digital encierra una paradoja estructural. Mientras que el nomadismo filosófico es una apuesta por la autonomía, la apertura y la crítica a las formas de sujeción, el nomadismo digital puede conver-

tirse en una forma de captura neoliberal, donde la multiplicidad se traduce en autoexplotación, y la movilidad en precariedad.

Como advierte Byung-Chul Han (2013, 2020, 2022), el sujeto digital es al mismo tiempo libre y vigilado, múltiple, creativo y sometido a la lógica del rendimiento. La constante necesidad de mostrarse, de comunicarse, de actualizar el yo ante una audiencia invisible, convierte al usuario en un productor de sí mismo bajo parámetros de productividad, visibilidad y optimización. El sujeto nómada, en este contexto, corre el riesgo de convertirse en un sujeto que, aunque se desplaza, no es libre, pues está atrapado en la trampa del control algorítmico y la transparencia obligatoria.

Así, la subjetividad nómada en el entorno digital puede leerse como un doble filo: por un lado, permite escapar de los moldes rígidos de identidad tradicionales, abrirse a la diferencia y experimentar formas inéditas de existencia; por otro lado, puede devenir en una figura hiperconectada, disgregada y colonizada por lógicas de mercado, eficiencia y visibilidad.

En este cruce entre nomadismo filosófico y digitalidad performativa, se abre una pregunta clave para el pensamiento crítico: ¿será posible habitar la subjetividad nómada digital de forma emancipadora?

Responder a esta pregunta implica repensar la agencia en contextos atravesados por tecnologías que median la percepción, la emoción, el tiempo, la incertidumbre y el deseo. Supone también cuestionar las formas dominantes de comunicación y explorar otras modalidades de vínculo: otras éticas del cuidado, de la presencia y del reconocimiento.

El sujeto digital puede ser leído como una figura contemporánea del sujeto nómada, pero bajo condiciones estructuralmente cambiantes y ambivalentes: una existencia en tensión constante, entre la apertura creativa y la captura mercantilista neoliberal.

RELACIONES DIGITALES LÍQUIDAS: VÍNCULOS EFÍMEROS Y DESAFECTIVOS

Con la expansión de las tecnologías digitales, las formas tradicionales de relación humana han sido profundamente alteradas. En la modernidad, los vínculos sociales estaban mediados por la presencia física, la continuidad en el tiempo y la cercanía emocional. Eran lazos que se forjaban en la cotidianidad compartida, en la experiencia común de un espacio y un tiempo determinados.

En contraste, la era digital introduce una lógica de relaciones radicalmente distinta: inmediata, fragmentaria, rizomática y desmaterializada. Las redes sociales, los servicios de mensajería como *Amazon*, y las plataformas de interacción virtual permiten establecer contacto con cientos o miles de personas sin compartir espacio físico ni tiempo presente y continuo. Se inaugura así una nueva ecología del vínculo, donde la comunicación es constante pero superficial, abundante pero volátil.

Este fenómeno ha sido analizado por Zygmunt Bauman (2000) bajo el concepto de «amor líquido» y, más ampliamente, «relaciones líquidas», propias de una modernidad tardía en la que los vínculos ya no están hechos para durar, sino para ser consumidos, descartados y reemplazados rápidamente. En este contexto, las subjetividades nómadas no solo se desplazan en su identidad, sino también en su forma de relacionarse, es decir, se conectan, se entrelazan y se disuelven con una velocidad repentina.

RELACIONES RIZOMÁTICAS: CONEXIONES SIN JERARQUÍA NI PROFUNDIDAD

Podemos entender las relaciones sociales digitales como estructuras rizomáticas: redes abiertas, amplias, no jerárquicas, donde los nodos (usuarios) se conectan de manera múltiple y no necesariamente ordenada. En este modelo, no hay un centro organizador ni una lógica lineal; cualquier punto puede conectarse con cualquier otro, generando trayectorias impredecibles.

Las redes sociales como Instagram, X (Twitter), TikTok o LinkedIn operan bajo esta lógica: las personas establecen lazos que no siempre responden a criterios de afinidad profunda o durabilidad, sino a visibilidad, interés momentáneo, entretenimiento, afinidad ideológica o estética pasajera. Las relaciones se asemejan más a «interacciones» o «eventos comunicacionales» que a vínculos estables.

Estas relaciones rizomáticas, aunque desestabilizan las formas rígidas de pertenencia tradicional, también tienen sus límites: su superficialidad, precariedad afectiva y dependencia del reconocimiento constante pueden generar experiencias de aislamiento, ansiedad o desconexión emocional real, a pesar de la hiperconexión técnica.

En los entornos digitales, el afecto ya no circula exclusivamente por el cuerpo, la mirada o la palabra hablada, sino por *emojis*, reacciones, comentarios, *likes* y algoritmos en general. La comunicación afectiva está mediatizada por interfaces que seleccionan, priorizan y visibilizan ciertos vínculos sobre otros.

Esto da lugar a una economía del afecto donde la visibilidad se vuelve una forma de mercancía. La subjetividad nómada se relaciona con otras subjetividades no tanto desde la intimidad, sino desde la exposición compartida, la estética común o el capital simbólico que se acumula en línea. Los lazos se transforman en «seguimientos», «interacciones» o «colaboraciones», categorías propias de una lógica algorítmica que cuantifica el vínculo.

COMUNIDAD Y PERTENENCIA EN EL NOMADISMO DIGITAL

Sin embargo, pese a esta aparente fragilidad, las relaciones digitales también han permitido la emergencia de nuevas formas de comunidad, más abiertas, descentralizadas y situadas. Estas comunidades no se basan en la territorialidad física ni en la historia común, sino en afinidades electivas, causas compartidas, identidades en construcción. Son comunidades que pueden ser feministas, activistas, *queer*, tecnopolíticas, etc., y que permiten a los sujetos nómadas encontrar alianza, comunidad y resistencia.

Estas formas de relación no son meramente instrumentales ni efímeras: en muchos casos, logran generar vínculos significativos y procesos de subjetivación colectivos. En este sentido, la virtualidad puede ser una herramienta para la producción política del lazo social, no su disolución.

Esto nos dice que las relaciones sociales digitales oscilan entre la liquidez neoliberal y la potencia rizomática. Por un lado, tienden a reproducir lógicas de consumo, rendimiento, competencia y superficialidad; por otro, ofrecen posibilidades inéditas de conexión, creación de comunidad y experimentación afectiva.

La subjetividad nómada digital se construye en este campo de tensiones: debe aprender a navegar entre la exposición y el silencio, entre la conexión instantánea y la necesidad de

vínculos significativos. Este desafío exige nuevas éticas del cuidado, de la presencia y del reconocimiento, así como una crítica radical a las tecnologías que median nuestras formas de estar con otros.

AGENCIA, CONTROL ALGORÍTMICO Y PSICOPOLÍTICA: LA PARADOJA DE LA LIBERTAD DIGITAL

Una de las cuestiones más persistentes en torno al mundo digital es el de la libertad individual: la posibilidad de expresarse, conectarse, informarse y construir la propia identidad sin mediaciones externas. Este relato de empoderamiento está en la base de muchas narrativas tecnológicas, en las que se invita al usuario a convertirse en su propio empleador, gestor y productor; y, en su propia marca comercial.

Sin embargo, detrás de esta aparente libertad se ocultan mecanismos sofisticados de control y direccionamiento de la conducta, que no operan ya mediante la represión o la prohibición, como en las formas clásicas de poder descritas por Foucault, sino mediante la seducción, la autoexposición y la autorregulación. Este desplazamiento del poder hacia formas más sutiles y afectivas es lo que Han (2014, 2020) conceptualiza como *psicopolítica*.

DE LA BIOPOLÍTICA A LA PSICOPOLÍTICA: LA CAPTURA DEL DESEO

Para Foucault (1975) el poder moderno se transforma con la aparición de la biopolítica: una forma de poder que ya no se centra en el sometimiento del cuerpo individual (como en el castigo) sino en la vida misma, en la regulación de poblaciones, cuerpos, salud, productividad, etc.

Han actualiza esta noción y propone que en la era digital hemos pasado a una psicopolítica, donde el control no se impone desde afuera, sino que se internaliza y habita al sujeto, opera desde el interior de la conciencia y las emociones. En este nuevo régimen, el individuo ya no necesita ser vigilado por un ojo externo; es él mismo quien se vigila, se expone, se muestra, se mide, se corrige, se optimiza en función de estándares internalizados, muchas veces invisibles.

El sujeto digital es, así, a la vez sujeto y objeto del control: se constituye como agente libre al mismo tiempo que colabora activamente con su vigilancia, ofreciendo datos, emociones y preferencias que serán luego utilizados por sistemas algorítmicos para modular su conducta.

Los algoritmos son hoy dispositivos de subjetivación, es decir, tecnologías que no solo median la experiencia, sino que producen formas específicas de ser, actuar y desear. Desde los sistemas de recomendación hasta los filtros de contenido, los algoritmos curan nuestra atención, determinan lo visible e invisible, y moldean las decisiones que creemos autónomas.

El sujeto nómada digital se ve así inmerso en un entorno de captura: sus trayectorias, aunque múltiples y cambiantes, están condicionadas por estructuras invisibles que segmentan, ordenan y valorizan sus elecciones. La agencia, entendida como la capacidad de actuar libre y críticamente en el mundo, se vuelve ambigua: el sujeto actúa, pero dentro de un marco preconfigurado que anticipa y modula sus movimientos.

Esta lógica de captura de los flujos de deseos se profundiza en el entorno digital, donde el deseo no escapa al poder, sino que se gestiona, cuantifica y rentabiliza a nivel individual. Deseamos lo que se nos ofrece, conectamos con lo que se nos sugiere, y afirmamos nuestra identidad a través de respuestas diseñadas para maximizar nuestra permanencia en la red.

CONCLUSIÓN: HACIA UNA ÉTICA DEL SUJETO NÓMADA DIGITAL

Frente a este panorama y desde una perspectiva filosófica, la posibilidad de generar una agencia crítica en el entorno digital no se descarta, pero exige formas renovadas de consciencia y resistencia. Según Braidotti, (2000, 2009, 2017) la clave está en una subjetividad afirmativa y una ética afirmativa, que no niegue la condición posthumana y tecnológica del yo, pero que la oriente hacia prácticas emancipatorias, creativas y éticamente sostenibles.

La figura del sujeto nómada digital, tal como ha sido explorada a lo largo de este trabajo, revela una subjetividad en tránsito, plural, expuesta y performativa, que habita un entorno profundamente mediado por plataformas tecnológicas, algoritmos y diversas lógicas de visibilidad. Si bien esta condición habilita nuevas formas de expresión, creación y vínculo, también expone al sujeto a procesos de captura, autoexplotación y control afectivo.

Ante este panorama, surge la necesidad de pensar una ética específica para este tipo de subjetividad, no basada en ideales trascendentes o normas universales, sino en prácticas concretas de cuidado de sí, del otro y del entorno digital compartido. Esta ética debe asumir el carácter fluido, híbrido y situado de la subjetividad contemporánea, y operar desde la conciencia crítica de los dispositivos que nos constituyen.

ÉTICA DE LA CONSCIENCIA TECNOLÓGICA: SABER CÓMO FUNCIONAMOS

Un primer paso ético del sujeto nómada digital es reconocer la mediación tecnológica como constitutiva, no como un obstáculo externo. La agencia crítica comienza con una alfabetización profunda sobre cómo operan los algoritmos, qué datos producen, qué dinámicas de comportamiento fomentan y cómo inciden en la producción del deseo.

Esta ética no es tecnófoba, pero tampoco ingenua: exige saber cómo estamos siendo subjetivados para poder elegir, interrumpir o reconfigurar esos procesos. Como plantea Puech (2018), el conocimiento de las infraestructuras algorítmicas es condición para cualquier forma de emancipación en la era digital.

ÉTICA DEL SILENCIO: PAUSAR, DESCONECTARSE, FALLAR

Frente a la lógica de hiperconectividad y rendimiento continuo, el sujeto ético es aquel que se permite pausar, no responder, desconectarse, fallar. La interrupción de la conectividad se convierte en una forma de resistencia subjetiva frente a la psicopolítica del rendimiento descrita por Byung-Chul Han (2014).

Desobedecer al algoritmo no siempre es posible, pero sí lo es generar pequeñas fugas cotidianas: publicar fuera del horario ideal, no participar en dinámicas de sobreexposición,

practicar el anonimato selectivo o simplemente dejar de cuantificar la propia presencia. Estas acciones mínimas son gestos de una ética del ritmo y del silencio.

ÉTICA DEL CUIDADO DE SÍ Y DEL OTRO

Siguiendo la idea de las tecnologías del yo en Foucault (2010), esta ética implica también una relación diferente con uno mismo: no como empresario de la identidad, sino como sujeto que se cultiva, se escucha y se cuida. En lo digital, esto puede traducirse en cuidar los espacios que se habitan, la energía que se invierte y las emociones que se exponen.

Pero también se trata de una ética intersubjetiva: de cómo se cuida al otro en la red. Esto implica formas de escucha activa, contención emocional, acompañamiento en contextos virtuales, y la construcción de comunidades donde el lazo no esté mediado solo por el *like*, sino por la atención afectiva y el reconocimiento simbólico.

Según Braidotti, una ética del sujeto nómada digital no puede limitarse a la adaptación individual. Debe abrirse a una dimensión colectiva e inventiva, capaz de reimaginar los espacios digitales como territorios de creación, crítica y cuidado compartido.

Esto implica cuestionar la arquitectura neoliberal de las plataformas, crear espacios digitales alternativos, prácticas comunitarias de aprendizaje, plataformas autogestionadas o movimientos tecnopolíticos que desestabilicen la lógica de la datificación. Como propone Braidotti se trata de desarrollar una ciudadanía digital radical, que no solo use las tecnologías, sino que intervenga activamente en su diseño, sentido y orientación política.

LA ÉTICA COMO PRÁCTICA SITUADA

La era digital nos enfrenta a un dilema profundo: somos sujetos en constante devenir, capaces de desplazarnos, inventarnos, conectar con lo múltiple. Pero también estamos sometidos a formas inéditas de control, más sutiles que nunca, que colonizan nuestra atención, nuestro tiempo y nuestro deseo.

La psicopolítica del algoritmo representa uno de los mayores desafíos filosóficos del presente. Si el sujeto nómada quiere conservar alguna forma de agencia, deberá aprender a moverse no solo a través de los territorios digitales, sino también contra sus mapas predefinidos, reapropiándose del sentido y del vínculo como espacios de resistencia subjetiva y política.

Siguiendo las ideas de Braidotti, la ética del sujeto nómada digital no pretende ofrecer recetas universales, sino abrir un campo de práctica reflexiva, cotidiana y situada. Es una ética que no busca controlar la multiplicidad del yo, sino habitarla con consciencia, cuidado y sentido. Que no rechaza la tecnología, pero tampoco la fetichiza. Que no se conforma con hacer buen uso de ella, sino que aspira a redefinir el vínculo entre subjetividad, tecnología y comunidad.

Frente al algoritmo, la vigilancia, la autoexplotación emocional, una ética nómada propone presencia crítica, vínculo real y práctica política del deseo. Porque ser nómada no es solo desplazarse: es también decidir cómo y con quién se camina en esta red mutable que habitamos.

El sujeto contemporáneo, nómada y digital, habita un mundo de conexiones múltiples, de identidades variables y de vínculos mediatos. Esta condición, lejos de ser meramente técnica, es profundamente ontológica, ética y política. La era digital no solo transforma lo que hacemos, sino quienes somos.

Frente a ello, es necesario pensar la subjetividad como una práctica crítica, no como una esencia. Una subjetividad que sepa resistir la captura algorítmica, que se permita el silencio, la pausa y la opacidad. Una subjetividad que se atreva a imaginar vínculos menos instrumentales, más humanos, más pausados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bauman, Z. (2000). *Modernidad líquida*. México: FCE
- Braidotti, R. (2000). *Sujetos nómades. Corporización y diferencia sexual en la teoría feminista contemporánea*. Buenos Aires: Paidós
- Braidotti, R. (2009). *Transposiciones. Sobre la ética nómada*. Barcelona: Gedisa
- Braidotti, R. (2013). *Lo Posthumano*. Barcelona: Gedisa
- Braidotti, R. (2017). *Por una política afirmativa. Itinerarios éticos*. Barcelona: Gedisa
- Butler, J. (2007). *El género en disputa: Feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós, México.
- Castells, M. (2012). *Comunicación y Poder*. México: Siglo XXI.
- Cukier K. y Mayer-Schönberger V. (2013) *Big Data. La revolución de los datos masivos*. Madrid: Turner.
- Deleuze, G., y Guattari, F. (2000). *El Anti-Edipo: Capitalismo y esquizofrenia*. Barcelona: Paidós
- Deleuze, G., y Guattari, F. (2004). *Mil mesetas: Capitalismo y esquizofrenia*. Valencia: Pre-Textos.
- Derrida, J. (2002). *La escritura y la diferencia*. Barcelona: Anthropos,
- Foucault, M. (1975). *Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión*. México: Siglo XXI.
- Foucault, M. (2010). *Tecnologías del yo y otros textos afines*. Barcelona: Paidós.
- Han, B.C. (2013). *La sociedad de la transparencia*. Barcelona: Herder.
- Han, B.C. (2014). *Psicopolítica: Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Barcelona: Herder.
- Han, B.C. (2022). *Infocracia*. Barcelona: Herder.
- Han, B.C. (2020). *En el enjambre*. Barcelona: Herder.
- Hayles, N. K. (1999). *How We Became Posthuman: Virtual Bodies in Cybernetics, Literature, and Informatics*. Chicago: University of Chicago Press.
- Puech, M. (2018). *The Ethics of Ordinary Technology*. Oxfordshire: Routledge.

Lenguaje, poder y subjetividad: claves para pensar lo político

Gabriel A. Corral Velazquez¹

Universidad Autónoma de Querétaro

<https://orcid.org/0000-0002-6885-4913>

Guillermo Gurrutxaga Rekondo²

Euskal Heriko Unibertsitatea

<https://orcid.org/0000-0002-6770-979X>

Resumen:

Este capítulo propone una lectura filosófico-discursiva de lo político centrada en el lenguaje como práctica constitutiva de subjetividades, marcos de sentido y formas de lo común. Partiendo de los aportes de Michel Foucault, Judith Butler y Ernesto Laclau, se argumenta que el lenguaje no representa lo político, sino que lo configura performativamente mediante procesos de enunciación, interpelación y articulación hegemónica. En este marco, la subjetividad no es previa al discurso, sino su efecto: se produce dentro de matrices simbólicas que definen qué puede ser dicho, quién puede hablar y qué formas de vida pueden ser reconocidas. El análisis se sitúa especialmente en el contexto de los entornos digitales, donde la discursividad se encuentra mediada por infraestructuras algorítmicas que regulan la visibilidad y moldean las condiciones de aparición pública. A través de una estrategia metodológica interpretativa, el texto examina cómo los discursos configuran antagonismos, instituciones simbólicas y subjetividades políticas, planteando que toda intervención en lo político implica una disputa por el lenguaje y por las formas de significar lo común. Así, el ensayo defiende la necesidad de una filosofía crítica que desnaturalice los órdenes discursivos dominantes y habilite nuevos horizontes de enunciación democrática.

Palabras clave:

Lenguajes, Hegemonía discursiva, Subjetividad, Cultura digital.

¹ Doctor en Estudios Científico Sociales (ITESO – Universidad Jesuita de Guadalajara, México) Profesor de tiempo completo desde 2006 adscrito a la Facultad de Filosofía de la Universidad Autónoma de Querétaro (México) Su línea de investigación se centra en la filosofía y comunicación política; focalizando el interés en las prácticas que configuran la cultura política y el espacio público. Ha publicado cinco libros sobre investigación de la comunicación, la producción informativa en México, la cultura digital y la filosofía política. Miembro desde 2015 del Sistema Nacional de Investigadores del CONACYT – México

² Doctor en Comunicación Social (EHU) Profesor – Investigador Agregado en el Departamento de Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales y la Comunicación en la Euskal Herriko Unibertsitatea. Sus intereses de investigación se centran en el periodismo, la redacción periodística y los medios informativos. Ha publicado artículos científicos, libros, capítulos de libro y monográficos sobre redacción periodística y periodismo en editoriales de prestigio internacional. Ha realizado estancias de investigación y docencia en la Universidad Casa Grande (Guayaquil, Ecuador) y en la Agência da Boa Notícia Guajuvira (Brasil)

INTRODUCCIÓN

En tiempos de polarización creciente, disputas mediáticas y resignificación constante de símbolos, pensar lo político exige un giro hacia lo que comúnmente se da por sentado: el lenguaje. No se trata únicamente de observar el modo en que los actores políticos se expresan, sino de entender al lenguaje como una práctica constitutiva de lo social, como el terreno donde se producen y reproducen las relaciones de poder, las subjetividades y las identidades colectivas. La política, lejos de ser un mero espacio de toma de decisiones racionales o confrontación de intereses, es también una arena simbólica donde se juega la lucha por los sentidos comunes que organizan la vida social.

La pregunta que orienta este trabajo: *¿qué significa pensar lo político desde el lenguaje?* parte de la sospecha de la forma en que hablamos del mundo político ya configura las posibilidades de acción, exclusión o reconocimiento en ese mismo mundo. Así, no se trata de asumir el lenguaje como un simple reflejo de realidades previas, sino de entenderlo como condición de posibilidad de lo político. Esta perspectiva implica desplazar la mirada desde los contenidos hacia las formas de enunciación, desde los actores hacia las prácticas discursivas, desde el sujeto hacia la subjetividad como efecto de ejercicio de poder. Es decir, pensar lo político desde el lenguaje es atender a la dimensión performativa del discurso; a su capacidad de configurar realidades, de delimitar lo que puede ser nombrado y lo que permanece fuera de campo.

Desde esta perspectiva, el enfoque en el que converge la filosofía, la cultura y la práctica de lo político resulta pertinente. Por un lado, la filosofía contemporánea ha problematizado la noción de sujeto autónomo y la concepción del lenguaje como instrumento neutro, abriendo paso a una comprensión del discurso como dispositivo de poder (Foucault, 1971) y del sujeto como producción discursiva (Butler, 1997). Por otro lado, los estudios culturales han mostrado cómo las prácticas simbólicas narrativas, imágenes, rituales, representaciones operan como dispositivos de construcción de hegemonía (Hall, 1997), es decir, como mecanismos que construyen el consenso social, producen exclusiones y moldean las sensibilidades en torno a lo público.

Este trabajo propone una lectura del vínculo entre lenguaje, poder y subjetividad como claves para pensar lo político. Se plantea una articulación interpretativa concentrada en desmontar la visión tradicional de la política como gestión de intereses dados y ha mostrado cómo la lucha política es, ante todo, una lucha por el significado, por la forma en que se nombran los problemas, se reconocen los sujetos y se estructuran las demandas sociales.

El objetivo general de este trabajo es argumentar que el lenguaje no solo representa lo político, sino que lo constituye. En concreto se plantea:

1. delinear una concepción del lenguaje como práctica social y política;
2. analizar cómo se produce la subjetividad en el cruce entre discurso y poder;
3. examinar el carácter contingente y disputable de lo político como construcción discursiva.

Se sostiene en una premisa: no hay política sin lenguaje, pero tampoco hay lenguaje fuera de relaciones de poder y subjetivación. Reconocer esto implica desplazar ciertas nociones como: la idea de una razón política neutral, de sujetos políticos dados o de consensos

prediscursivos; a partir de ello, asumir que lo político se juega en la disputa permanente por los significados.

Este enfoque busca problematizar las condiciones contemporáneas de la acción discursiva. Si lo político se configura discursivamente, entonces las formas de intervenir en él pasan necesariamente por una exploración de las formas emergentes de subjetivación y una apuesta por imaginar otras posibilidades de enunciación.

En este horizonte, resulta imposible pensar las disputas políticas actuales sin considerar los entornos digitales como nuevos espacios de enunciación, visibilidad e interacción. Las redes sociales, plataformas digitales y medios en línea han multiplicado las posibilidades de discurso, pero también han transformado radicalmente las condiciones bajo las cuales se produce lo político. En estos espacios, el lenguaje adquiere una dimensión algorítmica, afectiva y viral, en la que la lucha por el sentido se intensifica, se acelera y se vuelve más inestable. Por ello, este ensayo también se inscribe en la necesidad de pensar lo político en entornos digitales, como nuevos campos de hegemonía, subjetivación y antagonismo.

PENSAR EL LENGUAJE DESDE LO POLÍTICO

Pensar el lenguaje como eje de las prácticas de referencia sociocultural supone abandonar la concepción tradicional que lo entiende como mero vehículo de comunicación o reflejo de una realidad previa. En cambio, se propone una comprensión del lenguaje como práctica constitutiva, como matriz de sentido desde la cual el mundo se vuelve interpretable, y por tanto, habitable. Esta orientación filosófico-cultural parte de reconocer que toda experiencia humana está mediada simbólicamente, y que esa mediación no es neutra, sino estructurada históricamente en regímenes de verdad, relaciones de poder y procesos de subjetivación. El lenguaje, en este marco, no solo nombra el mundo: lo configura, lo instituye y lo disputa.

En esta clave, Michel Foucault (1971/2012) ofrece una de las críticas más influyentes a la idea de un lenguaje transparente y universal. Para Foucault, el lenguaje no puede dissociarse de las condiciones históricas de su enunciación. Hablar no es solo comunicar, sino actuar dentro de un régimen discursivo que delimita lo que puede ser dicho, pensado o creído en un determinado momento. Los discursos no son simplemente descripciones del mundo, sino prácticas que lo producen; en ellos se sedimentan relaciones de saber y poder que configuran los marcos de inteligibilidad de lo real. Así, la política no es un dominio separado del discurso, sino una de sus manifestaciones privilegiadas, ya que toda lucha por el poder es también una lucha por definir los términos de la realidad.

Desde esta perspectiva, las prácticas culturales no pueden entenderse como expresiones de una esencia identitaria, sino como lugares de construcción y negociación de sentido. Stuart Hall (1997) insiste en que la cultura es el campo simbólico donde se definen y redefinen las formas de pertenencia, las narrativas del nosotros y del ellos, los imaginarios sobre el orden social. El lenguaje, como dimensión central de la cultura, no solo transmite significados, sino que produce marcos de interpretación: esquemas mediante los cuales se jerarquiza, se organiza y se interpreta lo social. En ese sentido, todo lenguaje es, en última instancia, político.

En diálogo con Foucault, Judith Butler (1997), retoma la idea de la performatividad del lenguaje para explicar cómo se producen los sujetos políticos. En lugar de concebir al sujeto

como el origen del discurso, Butler (1997) argumenta que el sujeto emerge en la reiteración de normas discursivas que lo nombran, lo interpelan y lo regulan. El lenguaje no solo designa identidades, sino que las constituye: decir «nosotros», «minoría», «nación» o «pueblo» no es una descripción neutra, sino una acción performativa que produce efectos sociales y políticos. Estas palabras no reflejan una realidad dada, sino que organizan la experiencia compartida, habilitan prácticas de inclusión o exclusión, y delimitan los contornos de lo decible.

En el terreno específico de lo político, Ernesto Laclau (2005) plantea que lenguaje no es una dimensión accesoria de la política, sino su núcleo estructurante. Lo político se juega en el terreno del discurso, entendido como el espacio de articulación contingente de significados. No existen identidades políticas fijas o esenciales; lo que hay son cadenas de significantes que se articulan en torno a puntos nodales como «pueblo», «democracia» o «justicia» que condensan demandas heterogéneas y las organizan en proyectos hegemónicos. Esta concepción implica que toda práctica política es, en última instancia, una práctica simbólica: una intervención en los marcos de referencia desde los cuales se interpreta el mundo.

El lenguaje, en este marco, no puede reducirse a una estructura formal ni a un instrumento utilitario. Es una práctica social situada, cargada de historicidad y atravesada por relaciones de poder. A partir de esta comprensión, la filosofía contemporánea ha dejado de pensarse como un discurso fundacional y ha comenzado a asumirse como práctica cultural, como forma de intervención crítica en las matrices de sentido de una época. Richard Rorty (1989), por ejemplo, propone una filosofía sin fundamentos trascendentales, que renuncia a la pretensión de representar la realidad de manera objetiva y se dedica, en cambio, a generar nuevas formas de conversación pública. El filósofo, desde esta mirada, no descubre verdades eternas, sino que participa en la transformación de los vocabularios con los que nos entendemos a nosotros mismos y al mundo.

De manera similar, Gianni Vattimo (1983/1991) sostiene que la tarea del pensamiento filosófico ya no es la de ofrecer estructuras sólidas, sino la de habitar la fragilidad del sentido en la era de la interpretación. En un mundo caracterizado por la multiplicación de relatos y la disolución de verdades absolutas, la filosofía debe ocuparse de las condiciones de posibilidad de la comunicación, del diálogo y de la interpretación mutua. En este contexto, el lenguaje es la materia prima de toda experiencia cultural y política, y la práctica filosófica consiste en cuestionar los marcos desde los cuales esa experiencia se organiza.

Estas perspectivas convergen en una idea fundamental: que el lenguaje no es exterior a lo social, sino constitutivo de él. Los marcos de referencia simbólicos mediante los cuales se interpreta el mundo no son universales ni ahistóricos, sino resultado de procesos discursivos que configuran formas específicas de lo común. Por eso, la disputa política no puede limitarse al ámbito institucional o jurídico, sino que debe abordarse también como una disputa semiótica, como una lucha por el control de los signos, de los sentidos y de las narrativas que articulan la experiencia colectiva.

En este sentido, hablar de poder ya no es remitirse exclusivamente a estructuras coercitivas o aparatos del Estado, sino a las múltiples formas en que se regula la producción de sentido. Foucault (1979) lo expresa con claridad al afirmar que el poder moderno no se ejerce principalmente por la represión, sino por la producción: produce discursos, saberes, subjetividades. Y produce, sobre todo, aquello que puede ser pensado como verdadero. Este poder no impone desde fuera, sino que se inscribe en las prácticas cotidianas, en los modos de ha-

blar, de sentir y de nombrar. En consecuencia, toda forma de subjetividad está ya atravesada por el lenguaje, y, por tanto, por relaciones de poder.

Lo digital no introduce una nueva lógica, sino que reconfigura la lógica del discurso en un entorno de mayor exposición, fragmentación y competencia simbólica. Las plataformas no son espacios neutros de intercambio, sino tecnologías que organizan el flujo del discurso, jerarquizan lo visible y amplifican ciertas narrativas. En este sentido, los algoritmos funcionan como dispositivos de poder simbólico, que afectan directamente las condiciones de circulación, validación y reproducción del discurso político. Pensar el lenguaje en entornos digitales exige atender tanto a los modos de enunciación como a las infraestructuras que los posibilitan y regulan.

Esta dimensión simbólica de la política tiene implicaciones decisivas para el análisis contemporáneo. En un mundo marcado por la proliferación de discursos en medios, redes sociales, plataformas digitales, movimientos sociales, comprender el lenguaje como práctica cultural es fundamental para pensar las formas en que se produce lo político. Las palabras, las imágenes, los relatos no son simples adornos del poder: son el campo mismo donde el poder se ejerce y se disputa. La hegemonía no se impone solo con leyes o instituciones, sino con narrativas que logran instalarse como sentido común.

Por ello, el análisis del lenguaje en tanto práctica sociocultural no puede reducirse a una tarea descriptiva. Se trata de una labor crítica, en la medida en que permite identificar los dispositivos simbólicos que naturalizan ciertas visiones del mundo y excluyen otras. La filosofía, en tanto práctica de problematización, ofrece herramientas para desmontar estos dispositivos, para interrogar los modos en que se produce la normalidad, y para abrir espacios de enunciación alternativos. En otras palabras, permite imaginar otras formas de decir, y con ello, otras formas de habitar lo político.

En ello, las prácticas simbólicas organizan las formas de percepción, de subjetivación y de acción colectiva. Por tanto, pensar lo político desde el lenguaje implica asumir que toda acción política es también una intervención en los marcos discursivos que estructuran lo social. El lenguaje no solo representa el mundo, sino que lo instituye. Es en esa institución, siempre abierta y disputable, donde se juega la posibilidad misma del quehacer político.

SUBJETIVIDAD Y PODER: LO POLÍTICO COMO DISPUTA POR LO COMÚN

Uno de los desplazamientos más decisivos en el pensamiento contemporáneo ha sido el cuestionamiento de la noción moderna de sujeto. Lejos de concebir al sujeto como una instancia autónoma, racional y originaria, las teorías críticas han mostrado cómo éste se constituye dentro de redes discursivas, tecnológicas y sociales. Esta transformación implica un giro radical: ya no se trata de pensar al sujeto como fuente de sentido, sino como efecto de prácticas de sentido. En este marco, el lenguaje deja de ser un medio que el sujeto emplea para expresar su interioridad, y se convierte en la condición de posibilidad de su existencia misma. El sujeto no antecede al discurso; es producido por él.

En este sentido se propone entender al sujeto como una construcción histórica, producto de tecnologías de poder que lo individualizan, lo normalizan y lo hacen inteligible dentro de un régimen de saber. Foucault (1979) En su arqueología del saber y genealogía

del poder, Foucault (1979) muestra cómo las formas de subjetividad no emergen de la voluntad o la conciencia, sino de dispositivos discursivos que delimitan lo decible, lo visible y lo pensable. Estos dispositivos no actúan desde una exterioridad represiva, sino desde una productividad interna: producen saberes, subjetividades, conductas. En este sentido, la subjetividad es siempre efecto de relaciones de poder que se ejercen a través del lenguaje.

En sintonía con esta concepción, Judith Butler (1997/2021), profundiza la idea de la performatividad del lenguaje como matriz de subjetivación. En su lectura crítica de la teoría del discurso, Butler argumenta que el sujeto es interpelado por normas discursivas que lo preceden y lo constituyen. No hay un yo soberano que hable desde un lugar exterior al lenguaje; más bien, es en el acto mismo de ser nombrado donde el sujeto cobra existencia social. La subjetividad, así entendida, es una posición dentro del discurso, una forma de inscripción en matrices normativas que definen lo que cuenta como vida, lo que merece ser escuchado, lo que puede ser reconocido.

Esta comprensión de la subjetividad tiene implicaciones fundamentales para pensar lo político. Si el sujeto es un efecto del discurso, entonces lo político no puede reducirse a la confrontación entre voluntades autónomas o intereses dados, sino que debe pensarse como el campo en el que se disputan las formas de subjetivación. Lo político se configura como una lucha por los significados, por los lugares posibles del sujeto, por las formas en que se nombra lo común. En lugar de una esencia previa, lo político se define por su carácter discursivo y contingente.

Laclau (2005) lleva esta problematización al centro del análisis político. En su teoría del discurso, Laclau (2005) sostiene que lo político es un terreno estructurado por articulaciones significantes que configuran identidades colectivas y estructuras de poder. Lo político no se funda en la existencia de actores sociales con intereses estables, sino en la capacidad de articular demandas diversas en torno a significantes vacíos que condensan un proyecto hegemónico. Esta operación no se basa en una lógica racional de complementariedad, sino en una lógica antagonica: toda identidad se constituye por diferenciación, por la exclusión de una alteridad que amenaza su estabilidad.

La noción de antagonismo es clave en esta concepción. Para Laclau (2005), el antagonismo no es un conflicto entre intereses preexistentes, sino una forma específica de articulación discursiva que surge cuando las demandas sociales no encuentran satisfacción dentro del orden vigente. El antagonismo desestructura el campo de sentido dominante y abre la posibilidad de nuevas configuraciones políticas. Así, la emergencia de un antagonismo no es un síntoma de disfunción, sino el momento fundacional de lo político. Allí donde el consenso fracasa, se activa el potencial instituyente del conflicto.

El discurso político, entonces, no se limita a representar intereses: los produce. Construye sujetos colectivos, delimita campos de exclusión e inclusión, redefine los límites de lo pensable. La política no opera sobre una realidad social previa, sino que la constituye a través de operaciones discursivas. En esta clave, el lenguaje no solo estructura la subjetividad individual, sino que también modela lo común. Las comunidades políticas no se fundan sobre una identidad esencial, sino sobre una identificación contingente con ciertos significantes que logran articular demandas dispares en una cadena de equivalencia.

Esta dimensión de lo común es especialmente relevante en contextos marcados por la fragmentación social, el pluralismo cultural y la crisis de los grandes relatos. Lo común ya no

puede pensarse como una sustancia compartida, sino como un efecto de articulación discursiva. No hay un «pueblo» dado, sino una cadena de significantes que construye esa unidad en torno a una demanda. El significante «pueblo», por ejemplo, no refiere a una entidad empírica, sino que funciona como punto de sutura en una cadena de equivalencias que busca estabilizar un sentido colectivo. Su eficacia radica precisamente en su vacuidad: al no tener un contenido fijo, puede ser llenado con significados diversos.

La construcción de lo común, por tanto, es una operación discursiva que exige tanto la inclusión de demandas heterogéneas como la exclusión de una alteridad constitutiva. Toda identidad colectiva se funda sobre una exterioridad excluida que amenaza con disolverla. Esta exclusión no es contingente, sino estructural: toda formación hegemónica se define por lo que deja fuera. De ahí que la política sea, en esencia, un campo de lucha por la significación, por la inclusión o exclusión de ciertos sujetos y demandas en el espacio de lo común.

En este sentido, el lenguaje no es solo el medio en el que se expresa la política, sino el lugar mismo donde se configura. La batalla política es una batalla por el sentido. Lo que está en juego en cualquier disputa política no es solo qué se decide, sino cómo se nombra lo que se decide, quién tiene derecho a nombrarlo, qué términos se consideran legítimos y cuáles quedan fuera del discurso. La política, en su dimensión más profunda, es una lucha por el derecho a significar.

Esta perspectiva permite comprender fenómenos contemporáneos que desafían las categorías tradicionales del análisis político. Desde los movimientos sociales que se articulan en torno a consignas como «*ni una menos*» o «*black lives matter*», hasta la emergencia de populismos que reconfiguran el lenguaje de la representación, lo que se observa es una intensa disputa por los marcos de sentido que estructuran lo común. En todos estos casos, el lenguaje se vuelve el lugar donde se negocian las formas de existencia política, las condiciones de visibilidad y de escucha, las fronteras de lo decible.

La noción de hegemonía, tal como la desarrolla Laclau(2005), permite pensar esta disputa sin reducirla a una mera lucha de intereses. La hegemonía no es solo una correlación de fuerzas, sino una articulación discursiva que logra presentarse como sentido común. La tarea de la crítica política, en este marco, no es desenmascarar ideologías, sino intervenir en la construcción de los sentidos, abrir fisuras en los discursos dominantes y proponer nuevas formas de nombrar el mundo.

La subjetividad, por tanto, no es una esencia que el lenguaje expresa, sino una posición dentro de una red de significaciones. Lo político, lejos de fundarse en identidades discursivas, se define como el terreno en el que esas significaciones se disputan. En esta disputa, el lenguaje no solo opera como campo de poder, sino también como espacio de posibilidad: posibilidad de rearticulación, de invención de lo común, de producción de nuevas subjetividades.

Esta concepción no implica caer en un relativismo, sino reconocer la contingencia de todo orden simbólico y, por ende, la posibilidad de su transformación. Si lo común es un efecto de articulación discursiva, entonces siempre está abierto a ser resignificado. Lo político, en su forma más radical, es precisamente esa apertura: la posibilidad de que lo que parecía dado pueda ser dicho de otro modo.

Pensar la subjetividad como efecto del discurso y lo político como disputa por el sentido común implica asumir el lenguaje como eje constitutivo de la experiencia social. La subjetivación no es un proceso interior, sino una inscripción en matrices simbólicas que definen

lo que puede contarse como vida, como acción, como comunidad. Y lo político no es solo el espacio de toma de decisiones racionales, sino el campo en el que se disputa el derecho a nombrar, a narrar, a ser parte de lo común.

La subjetividad política en lo digital se encuentra atravesada por formas emergentes de mediación algorítmica que reconfiguran las condiciones de enunciación. Como plantea Bucher (2018), los algoritmos no son simplemente sistemas técnicos, sino actores culturales que participan en la producción de subjetividades al seleccionar, ordenar y jerarquizar lo que se muestra y lo que permanece invisible. En este sentido, los sujetos políticos digitales no solo emiten discursos, sino que son también producidos como visibles o marginales a través de procesos automáticos de clasificación y personalización. Esta condición algorítmica del entorno discursivo digital redefine los modos de ser escuchado, de ser reconocido y de constituirse como parte del «nosotros» político.

ESTRATEGIA PARA (RE) PENSAR LO DISCURSIVO Y LO POLÍTICO

Los desarrollos conceptuales permiten delinear una perspectiva sobre el lenguaje y lo político que no se limita a la descripción de estructuras, sino que se orienta hacia la comprensión de las prácticas discursivas como formas de producción de sentido, subjetividad y poder. Esta orientación implica también una toma de posición metodológica: el análisis no se propone descubrir una verdad oculta detrás del lenguaje, sino explorar los modos en que este organiza y disputa lo social. Se parte así de un enfoque interpretativo que asume la contingencia de los marcos de referencia y se pregunta por las condiciones de posibilidad de ciertos enunciados, formas de subjetivación y horizontes de lo común.

Desde esta perspectiva, el lenguaje no es un objeto neutral que pueda analizarse de forma externa o distante, sino un campo donde se entrecruzan prácticas, saberes e identidades. Por ello, en diálogo con los planteamientos de Michel Foucault, Judith Butler y Ernesto Laclau, se responde a la necesidad de articular herramientas que permitan analizar no solo lo que se dice, sino cómo, desde dónde, y con qué efectos se produce una determinada configuración del lenguaje y lo político.

En este contexto, se entiende por discurso no una mera estructura lingüística, sino un conjunto de prácticas que articulan enunciados, saberes y relaciones sociales en una determinada formación histórica. Esta noción, en la línea de Foucault (1971), permite abordar los discursos políticos no como reflejos de ideologías o como vehículos de contenidos, sino como prácticas sociales que delimitan los horizontes de lo pensable y lo decible. El análisis se centra así en la dimensión performativa del discurso, en su capacidad de producir efectos de verdad, construir subjetividades colectivas y organizar el campo de lo común.

Por otra parte, se asume con Laclau (2005) que todo discurso político implica una operación de articulación hegemónica: una construcción contingente de sentido que busca estabilizar significantes en torno a un proyecto común. Esta operación no es puramente racional ni lógica, sino afectiva y simbólica; depende de la capacidad de ciertos términos —como «pueblo», «justicia», «seguridad» o «democracia»— de condensar demandas múltiples en una cadena equivalencial. El análisis discursivo, en este marco, se orienta a identificar esos puntos nodales, las fronteras que construyen (ellos/nosotros, adentro/afuera), y los modos en que ciertas subjetividades son habilitadas o excluidas de lo común.

Además, siguiendo a Butler (1997), se atiende especialmente a los procesos de interpe-lación mediante los cuales se produce la subjetividad política. Esto implica observar cómo ciertos grupos o sujetos son nombrados, reconocidos o desautorizados en el discurso, y cómo estas operaciones discursivas configuran tanto identidades individuales como colecti-vas. Se considera así que el lenguaje produce efectos materiales, no solo simbólicos, y que el análisis discursivo debe incorporar esta dimensión performativa como eje de su lectura crí-tica.

En consecuencia, el análisis que se presentará en la sección siguiente parte de una selec-ción estratégica de un caso contemporáneo en el que se manifiestan de forma clara los pro-cesos descritos: la producción de antagonismos, la disputa por el sentido común, y la cons-trucción discursiva de lo político. La elección del caso no responde a una pretensión de representatividad estadística, sino a su capacidad de condensar tensiones clave para pensar las relaciones entre lenguaje, poder y subjetividad. La unidad de análisis será el discurso —oral, escrito o visual— en tanto práctica situada, y se buscará reconstruir sus operaciones de sen-tido, sus efectos performativos y sus modos de organización del campo político.

La discursividad digital implica también un régimen específico de visibilidad, en el cual la capacidad de un sujeto para constituirse políticamente depende de su inserción en flujos de circulación algorítmica. Como plantea Lovink (2019), las redes sociales no son meros ca-nales, sino infraestructuras ideológicas que estructuran qué voces se amplifican, cuáles se si-lencian y cómo se constituye lo común. En este contexto, la lucha por el reconocimiento político adquiere una dimensión técnica: no basta con hablar, es necesario ser escuchado en un entorno condicionado por métricas, formatos y velocidades. La subjetividad política di-gital, por tanto, está atravesada por dinámicas de exclusión que operan tanto a nivel simbó-lico como infraestructural, reforzando la necesidad de una crítica política del entorno técni-co-discursivo.

Esta estrategia metodológica busca mantener la coherencia con la tesis central del tra-bajo: que lo político no es exterior al lenguaje, sino que se configura en y por él. Por eso, la interpretación no se orientará a descubrir intenciones subjetivas o ideologías ocultas, sino a mapear los dispositivos discursivos que organizan el campo de enunciación, configuran los sujetos posibles y modelan los horizontes de lo común. Así, el análisis discursivo será enten-dido como una herramienta crítica para desnaturalizar lo dado y abrir la posibilidad de ima-ginar nuevas formas de decir, de ser y de estar en lo político.

LO POLÍTICO Y LO DISCURSIVO EN CLAVE DIGITAL

Asumir el lenguaje como eje de las prácticas socioculturales implica desplazar la mirada desde las estructuras formales de la política hacia sus formas simbólicas, hacia los modos en que el discurso configura tanto los marcos de lo decible como las formas de subjetividad que pueden ser reconocidas. A lo largo de este ensayo se ha defendido que el discurso no es un epifenómeno de lo social, sino su dimensión constitutiva: toda práctica política es, en última instancia, una intervención en el orden simbólico que estructura lo común.

Esta afirmación, lejos de ser meramente teórica, tiene consecuencias metodológicas y políticas. En primer lugar, obliga a repensar la noción misma de lo político. Tradicional-mente concebido como el espacio de deliberación racional entre sujetos autónomos heren-

cia moderna del pensamiento liberal, lo político aparece aquí como un campo de disputa por la significación, por los sentidos comunes que organizan la vida colectiva. En este campo, el lenguaje no se limita a describir la realidad: la instituye, la jerarquiza y la transforma.

Michel Foucault (1971) proponía una ruptura radical con la concepción representacional del discurso. Para él, los discursos no reflejan el mundo, sino que lo configuran; delimitan lo que puede ser dicho, quién puede decirlo y con qué efectos de verdad. Esta lógica de producción simbólica está indisolublemente ligada al poder: no hay discurso sin relaciones de poder, y no hay poder sin régimen de saber. En este sentido, el lenguaje actúa como una tecnología política que organiza la experiencia y produce subjetividades. De ahí que cualquier análisis del poder deba pasar necesariamente por un análisis de los discursos que lo sustentan, lo resisten o lo transforman.

Este giro discursivo en el pensamiento político no implica reducir la política a una cuestión meramente retórica. Más bien, busca reconocer que toda construcción de hegemonía implica una operación simbólica que estabiliza, de forma siempre contingente, un orden determinado. Como señala Laclau (2005), lo político surge precisamente cuando ese orden es puesto en cuestión, cuando las formas dominantes de significación fracasan en contener las demandas sociales y se abren posibilidades de rearticulación. En este punto, el lenguaje se convierte en terreno de lucha: cada palabra, cada metáfora, cada significante se vuelve un espacio de disputa.

La lógica hegemónica descrita por Laclau (2005) permite comprender cómo los discursos construyen no solo identidades colectivas, sino también antagonismos. No existe una comunidad política que no se defina por exclusión: todo «nosotros» implica un «ellos». Esta frontera no es esencial, sino discursiva, y su trazado responde a operaciones de significación que pueden ser redefinidas. Por eso, la política no puede pensarse sin el antagonismo, entendido como el momento en que la estabilidad simbólica del orden social se rompe, se desborda, y exige ser reconfigurada. En estas coyunturas, la emergencia de nuevos discursos puede dar lugar a nuevas formas de lo común, nuevas subjetividades y prácticas políticas.

Se complejiza esta lectura con la noción de performatividad, a partir de la cual se subraya que el lenguaje no solo dice, sino que hace. Las palabras no son solo enunciados, sino actos que producen efectos materiales: habilitan o desautorizan cuerpos, marcan diferencias, interpelan sujetos. En este marco, el discurso no solo produce identidades colectivas abstractas, sino también modos específicos de habitar el mundo. La performatividad del lenguaje revela cómo ciertas formas de subjetividad son constituidas, reconocidas o excluidas mediante actos de habla que se repiten y sedimentan normas. En este sentido, el discurso es también una política del reconocimiento.

Uno de los aportes más relevantes de esta perspectiva es el cuestionamiento del sujeto político como entidad previa a la acción. El sujeto no antecede al discurso: es una posición dentro de él. Esta afirmación tiene consecuencias políticas directas, pues implica que las formas de acción colectiva no pueden fundarse en identidades esenciales, sino en identificaciones contingentes que se articulan en torno a significantes comunes. El lenguaje, entonces, no es solo herramienta estratégica: es el lugar donde se constituye el sujeto que actúa. De ahí que la acción política suponga, siempre, una intervención en los marcos discursivos que permiten decir «nosotros».

La noción de lo común, que recorre toda esta discusión, aparece, así como una construcción discursiva, no como una sustancia preexistente. No hay «pueblo», «sociedad civil»

o «nación» fuera del lenguaje que los nombra y les da forma. Lo común no es una unidad originaria, sino un efecto de articulación simbólica, un horizonte que se produce a través del discurso. Esta concepción permite repensar las formas de organización política contemporánea no en términos de estructuras fijas, sino como procesos de construcción hegemónica que pueden ser disputados, reconfigurados o interrumpidos.

En este contexto, el análisis político no puede limitarse a los programas o instituciones; debe atender también a las prácticas simbólicas que configuran las condiciones de posibilidad de lo político. Las narrativas mediáticas, los discursos públicos, los lemas de campaña, los gestos performativos de los liderazgos, las representaciones audiovisuales, forman parte de un entramado simbólico que no solo refleja la política, sino que la constituye. En este sentido, el análisis discursivo no es una herramienta auxiliar, sino una vía central para comprender las dinámicas de poder en la sociedad contemporánea.

En los entornos digitales, esta dimensión simbólica se amplifica y reconfigura. La lógica algorítmica de las plataformas condiciona la visibilidad de los discursos, priorizando aquellos que generan mayor impacto afectivo, reacciones rápidas o polarización. Como señala Lovink (2019), los sistemas de recomendación y los modelos de personalización no son neutros: estructuran lo que se dice, cómo se dice y quién puede ser escuchado. En este contexto, la lucha política por el sentido no se limita a los contenidos, sino que involucra también las infraestructuras técnicas que organizan su circulación. Así, la política digital se juega tanto en el plano semántico como en el plano algorítmico, y la discursividad debe entenderse en relación con ambas dimensiones.

Además, las plataformas digitales han transformado las formas de subjetivación política al articular esferas de enunciación donde lo emocional, lo íntimo y lo colectivo se entrelazan. Taina Bucher (2018) sostiene que los algoritmos no solo organizan datos, sino que actúan como dispositivos culturales que moldean subjetividades a partir de patrones de comportamiento, clasificación e interacción. La subjetividad política digital no es solo discursiva, sino también afectiva y performativa: se constituye en el acto de compartir, reaccionar, viralizar o ser silenciado. De este modo, las formas de reconocimiento político se ven mediadas por el modo en que las plataformas configuran la posibilidad misma de aparecer en el espacio público digital.

Pero más allá del diagnóstico, estas claves permiten imaginar también una política de la enunciación. Si el lenguaje constituye la subjetividad y organiza lo común, entonces intervenir en el lenguaje —abrir nuevos espacios de habla, disputar significantes, producir otras narrativas— es también una forma de acción política. En este horizonte, la filosofía crítica y los estudios culturales no solo analizan el presente: lo transforman al desestabilizar sus fundamentos simbólicos. Como señala Rorty (1989), el pensamiento no consiste en representar fielmente la realidad, sino en crear nuevas formas de conversación que nos permitan vivir juntos de otro modo.

En definitiva, pensar lo político en clave discursiva exige reconocer que la lucha por el poder es también una lucha por el sentido. La subjetividad, el antagonismo y lo común no son categorías naturales, sino productos de prácticas de significación que pueden ser deconstruidas y resignificadas. El lenguaje no es el envoltorio de lo político, sino su materia constitutiva. Y en esa materia se juegan, hoy más que nunca, las posibilidades de imaginar otros modos de ser, de actuar y de construir comunidad.

CONCLUSIONES

Volver sobre el lenguaje para pensar lo político no es una concesión a las teorías del discurso: es una urgencia. En un mundo marcado por la crisis de sentido, la fragmentación de los vínculos sociales y la saturación de mensajes contradictorios, interrogar el modo en que nombramos, representamos y disputamos lo común se vuelve un gesto profundamente filosófico y radicalmente político. Si algo ha mostrado este ensayo es que el lenguaje no ocupa un lugar secundario ni decorativo en la vida política; por el contrario, constituye su tejido más íntimo, su materia de inscripción y su campo de posibilidad.

Asumir que el lenguaje constituye lo político implica, ante todo, cuestionar una larga tradición que separó las palabras de las cosas, la razón del cuerpo, el sujeto de las prácticas. Frente a esa escisión moderna, este trabajo ha recuperado una mirada que reconoce el carácter performativo, situado y material del discurso. Aquí el lenguaje no es mero instrumento, sino fuerza configuradora de mundos. Esta afirmación no es solo teórica: orienta formas distintas de leer, intervenir y transformar lo social.

En el recorrido propuesto se han delineado tres claves fundamentales: primero, que el lenguaje es una práctica social y política en la que se sedimentan relaciones de poder, modos de ver y marcos de lo posible; segundo, que la subjetividad no precede al discurso, sino que emerge en él, configurada por normas, exclusiones e interpelaciones que la hacen inteligible; y tercero, que lo político es un campo de lucha simbólica donde se disputa lo común, no como sustancia compartida sino como construcción siempre contingente y abierta a la resignificación.

Estas claves, tomadas de Foucault, Butler y Laclau, no son conclusiones cerradas, sino herramientas para pensar. En ellas se cifra una apuesta: que la filosofía crítica, lejos de enmudecer ante la complejidad de lo contemporáneo, puede recuperar su vocación transformadora si asume el carácter situado de sus preguntas y el alcance político de sus respuestas. El pensamiento, entonces, no busca clausurar el sentido, sino abrirlo. No pretende establecer una verdad última, sino imaginar otras formas de vivir juntos, de nombrarnos, de construir comunidad.

El lenguaje, al fin y al cabo, es eso: posibilidad. Posibilidad de decir lo que aún no se ha dicho, de escuchar otras voces, de trastocar los órdenes del sentido y proponer nuevas formas de lo común. En tiempos de clausura y encierro simbólico, insistir en el carácter constitutivo del lenguaje es afirmar también una política de la esperanza: la convicción de que todo orden puede ser reescrito, toda frontera puede ser desplazada, y todo nosotros puede ser repensado.

Tal vez, como sugería Rorty (1989), no haya mayor tarea filosófica que inventar nuevos modos de conversación. Este ensayo ha querido ser una contribución a ese horizonte. Una invitación a leer la política no solo en los programas, las leyes o las instituciones, sino también —y sobre todo— en las palabras, las imágenes y los silencios que la configuran.

Desde esta clave, lo político no puede reducirse a una esfera delimitada institucionalmente, sino que debe pensarse como una dimensión que atraviesa toda práctica social en la medida en que produce o disputa formas de organización simbólica de lo común. Ernesto Laclau, en este sentido, ofrece una herramienta conceptual clave: la idea de hegemonía como articulación contingente de significantes. La lucha política es, desde esta

perspectiva, una disputa por la significación: una pugna por instalar ciertos términos, ciertas narrativas, ciertas imágenes como sentido común. Lo político se constituye cuando esa disputa desestabiliza el orden simbólico vigente y abre la posibilidad de una nueva articulación.

La dimensión discursiva de la política no implica desconocer la materialidad de las condiciones sociales. Lo que se afirma aquí es que esa materialidad es siempre significada, interpretada y organizada simbólicamente. El hambre, el trabajo, la violencia o la justicia son realidades profundamente materiales, pero solo adquieren estatuto político cuando son nombradas, cuando ingresan en un marco discursivo que las visibiliza y les otorga sentido dentro de un horizonte común. Por ello, pensar lo político desde el lenguaje es también una forma de devolverle densidad crítica al análisis social y de abrir un campo de intervención en las formas de decir y de narrar lo común.

Este enfoque, además, otorga un lugar central a la imaginación política. Si el lenguaje configura el mundo, entonces las transformaciones sociales pasan necesariamente por transformaciones discursivas. Esto no significa caer en un idealismo voluntarista, sino reconocer que toda praxis política requiere disputar los términos con los que se nombra la realidad. Imaginar otra política implica imaginar otros modos de nombrar, de escuchar, de construir comunidad. La práctica crítica, en este sentido, consiste en desnaturalizar los discursos dominantes y habilitar nuevas formas de enunciación.

En los entornos digitales, esta dimensión simbólica se intensifica. Las formas breves y visuales del discurso —memes, hashtags, videos virales— condensan significados políticos que se articulan con gran potencia afectiva. Las identidades se construyen y reconfiguran en el intercambio permanente de signos, y los antagonismos se multiplican en la economía de la atención. Así, lo digital no es solo un canal más, sino un espacio donde se disputa ferozmente la producción de lo común. Pensar lo político en clave digital implica asumir que las luchas por el lenguaje ahora se dan también bajo condiciones técnicas, comerciales y algorítmicas que reconfiguran los márgenes de lo decible y de lo visible.

El pensamiento filosófico, entendido como práctica cultural, tiene un papel relevante en este proceso. No se trata de ofrecer fundamentos, sino de generar nuevas posibilidades de interpretación. La filosofía no interviene porque posea verdades superiores, sino porque puede ampliar el horizonte de lo decible, problematizar lo dado, y hacer visible lo que ha sido excluido. En un mundo atravesado por la saturación discursiva y la reproducción acrítica de sentidos, esta función problematizadora se vuelve más necesaria que nunca.

BIBLIOGRAFÍA

- Butler, J. (2021). *El poder de la palabra: política, performatividad y subjetivación* (M. M. del Río, Trad.). Madrid: Akal. (Trabajo original publicado en 1997)
- Bucher, T. (2018). *If... Then: Algorithmic power and politics*. Oxford University Press.
- Foucault, M. (1979). *Microfísica del poder* (J. Fontana, Comp.). Madrid: La Piqueta.
- Foucault, M. (2012). *El orden del discurso* (A. García, Trad.). Buenos Aires: Tusquets. (Trabajo original publicado en 1971)
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage / The Open University.

- Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Lovink, G. (2019). *Sad by design: On platform nihilism*. London: Pluto Press.
- Rorty, R. (1989). *Contingency, irony, and solidarity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Vattimo, G. (1991). *El pensamiento débil* (M. T. León, Trad.). Madrid: Cátedra. (Trabajo original publicado en 1983)

La exaptación de la mano en los entornos digitales y sus consecuencias. Una relectura de *El gesto y la palabra* (1964) de Leroi-Gourhan*

José Miguel Esteban¹

Universidad Autónoma de Querétaro UAQ
<https://orcid.org/0000-0002-6813-9119>

Resumen:

Este capítulo explora algunos aspectos filosóficos de la tensión evolutiva entre la exaptación de los dedos de nuestras extremidades superiores (Gould y Vrba, 1982) y la regresión de la mano como órgano del cuerpo humano, introduciendo en el debate las tesis de Leroi-Gourhan en *Le geste et la parole* (1964/1993) y evaluando la adecuación de su tecnofilia con vistas a una interpretación ambientalmente equilibrada de las relaciones entre obsolescencia y adaptación de las manos tras la consolidación social de las tecnologías digitales.

* Una versión previa de este texto se editó en el libro: Cloquell, J. M. E. (2024). *El rinoceronte de Dürero en la galaxia Gutenberg y otros escritos de historia y filosofía ambiental* (1.^a ed.). Universidad Autónoma de Querétaro.

¹ Dr. en Filosofía y Ciencias de la Educación (Universidad de Valencia, España, 1990), con estudios predoctorales con H. Putnam en Harvard University (1989) y posdoctorales en la Filosofía de la Ciencia del Pragmatismo en la Birmingham University, UK (1991-1993). Profesor titular de Filosofía en México (UAEMor, UQROO, UAQ) y miembro de SNI, (nivel II) desde 1999. Entre sus recientes publicaciones: «Dürer's Rhinoceros: Biocultural Homogenization of the Visual Construction of Nature» (Springer, 2018, https://doi.org/10.1007/978-3-319-99513-7_9), *Ecología, Experiencia y Educación* (UDG, 2018), *La Hipótesis de la Biofilia* (UDG 2019) y *El Rinoceronte de Dürero en la Galaxia Gutenberg* (UAQ 2024).

INTRODUCCIÓN

Los procesos de digitalización de la información y la comunicación en nuestras sociedades de consumo están transformando hoy las propiedades disposicionales, provisiones o *affordances* que un entorno ahora híbrido ofrece o pone a disposición de las poblaciones humanas. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación no son solo el resultado de la producción humana, sino también factores que nos transforman y modifican nuestros procesos de aprendizaje. Por ello, de hecho, las agencias educativas justifican la insistencia con la que las instituciones gubernamentales nos exhortan a adaptarnos a las nuevas oportunidades que ofrece la ecología mediática digital a nuestros estudiantes en sus procesos de maduración. Sin embargo, como ocurre con todo cambio tecnológico, el análisis educativo de esta ecología mediática digital no puede detenerse en estas nuevas adquisiciones. No podemos valorar adecuadamente cómo la digitalización puede permitirnos mejorar los procesos educativos sin abordar también sus posibles pérdidas y su relevancia adaptativa. Diversos estudios ya advierten que el uso excesivo de tecnologías digitales acentúa ciertos trastornos cognitivos, como el trastorno por déficit de atención y las adicciones conductuales (Alter, 2017; Carr, 2010; Dedyukhina, 2017; Doidge, 2007, 2015; Doidge y Balsillie, 2018; Rosen, 2010; Szalavitz, 2016; Twenge, 2017). Por ello, describiré primero algunas pérdidas de habilidades manuales en la práctica quirúrgica derivadas del uso excesivo de las nuevas tecnologías digitales de información y comunicación. Luego, y a partir de este ejemplo, analizaré la tesis de André Leroi-Gourhan sobre el destino de la mano humana en la evolución de la tecnología.

Un estudio reciente sobre las competencias técnicas de las últimas generaciones de estudiantes ingleses de medicina y cirugía muestra que, en muchos casos, existe una atrofia seria de la destreza y habilidades manuales esenciales para ejercer la profesión médico-quirúrgica (Walsh, 2020). El uso constante de pantallas táctiles, ratones y teclados por parte de estas recientes generaciones ha llevado al desuso y pérdida de habilidades manuales tan necesarias como saber realizar incisiones y suturas precisas, levantar, separar y extraer tejidos y órganos, o extirpar tumores. Si bien las nuevas tecnologías médicas mejoran enormemente los diagnósticos y tratamientos terapéuticos (pensemos, por ejemplo, en la edición genética o CRISPR), el uso cotidiano y excesivo de las pantallas de los teléfonos móviles y otros dispositivos digitales —sobre cuyas superficies los movimientos de los dedos se limitan a deslizarse para abrir y cerrar ventanas y menús o para escribir y enviar mensajes— ha conducido al desuso de las manos en actividades propias del ejercicio médico, habilidades manuales que requieren práctica y aprendizaje. Oliver Brunckhorst, profesor de cirugía en el King's College de Londres, ha advertido recientemente sobre el desequilibrio entre la excelente preparación académica y las escasas habilidades manuales, técnicas y artesanales de sus estudiantes, incluso de posgrado. El profesor Brunckhorst y su equipo aconsejan introducir asignaturas vocacionales en las que los estudiantes puedan aprender a manipular materiales y desarrollar habilidades manuales para compensar una formación excesivamente intelectualizada y rica en memorización mecánica de contenidos puramente teóricos (Brunckhorst *et al.*, 2015).

La respuesta más común ante la pérdida de habilidades por desuso debidas a la digitalización es compensar esta innegable pérdida mediante la adquisición de habilidades superiores y más creativas basadas en el uso eficiente del tiempo que las nuevas tecnologías liberan. Esta respuesta presupone al menos algunas premisas de la filosofía de la tecnología de José Ortega y Gasset (1939), quien definía la técnica como «el esfuerzo por ahorrar esfuerzo».

Según Ortega, tal ahorro liberaría capacidades humanas que el hombre podría dedicar a sus verdaderos proyectos. Desde este punto de vista, la digitalización nos ahorraría esfuerzos que podríamos redirigir hacia actividades verdaderamente creativas, condición intelectual que distingue a nuestra especie. Una de las consecuencias de este esfuerzo de segundo orden ya señalada es el progresivo distanciamiento entre acción y percepción en el ámbito de la producción creativa (Ingold, 2000). Con la digitalización, la creatividad en la producción queda ahora adscrita al diseño tecnológico de algoritmos y programas que serán simplemente ejecutados por máquinas. Además de presuponer dualismos intelectualistas cuestionables, tales respuestas ignoran que la creciente disponibilidad digital de bienes y servicios no afecta exclusivamente a las funciones ejecutoras de las manos, sino que ha impuesto una especie de tiranía de la inmediatez que dificulta la formación de hábitos que requieren creatividad y esfuerzo, paciencia y perseverancia (Eriksen, 2001). Y estos hábitos no son programas ni aplicaciones que podamos comprar o descargar, ni habilidades que se activen súbitamente en nuestro cerebro, sino capacidades que se adquieren pensando con las manos, si no con todo el cuerpo.

LA REGRESIÓN DE LA MANO SEGÚN ANDRÉ LEROI-GOURHAN

La arrogancia del intelectualismo sobrevivió incluso entre los primeros evolucionistas, quienes sostenían que el aumento del volumen cerebral debía necesariamente preceder a cualquier alteración estructural anatómica en el proceso de hominización. Incluso cuando tuvieron que admitir la precedencia evolutiva del desplazamiento erguido sobre el crecimiento cerebral, siempre sostuvieron que el salto evolutivo que aceleró la discontinuidad específica entre la humanidad y el resto de primates y homínidos fue el crecimiento exponencial del volumen cerebral. Los pies parecían conservar los vestigios de un aire irrespirable, propio de una especie baja, demasiado innoble para los inicios épicos de nuestra ascensión a la excepcionalidad. Por más que se intentara revestirlos de cultura, ennobleciéndolos con calzado victoriano, los pies seguían siendo salvajes, rebelándose mediante la formación de eritemas, excrecencias óseas y callosidades (Bataille, 1985). En el extremo opuesto, más cercano al pináculo en el imaginario de la creación cristiana, se situaba el cerebro, órgano incitado por la naturaleza a volverse más inteligente, abriéndose paso a través de las estrechas paredes prefrontales del cráneo antropoide.

Como argumenta el paleontólogo Stephen Jay Gould, la biología evolutiva occidental apenas ha logrado desprenderse del sesgo cultural del encefalocentrismo. Gould intentó ofrecer una explicación alternativa de la historia evolutiva humana, situando el punto de inflexión en la adquisición del bipedismo, la liberación de las manos respecto a las funciones locomotoras y, como epifenómeno secundario y relativamente rápido, la expansión cerebral. Sin embargo, Gould (1980/1992) admite que, a pesar de esta subordinación causal, los efectos del cerebro ya agrandado sobre nuestra adaptación han superado con creces la facilidad de su construcción. Dos décadas antes, en *Le geste et la parole* (1964/1993), André Leroi-Gourhan había proyectado estos efectos hasta la obsolescencia de la propia mano que colaboró en la morfogénesis del cerebro del *Homo sapiens*.

De hecho, Leroi-Gourhan intentó corregir el sesgo encefalocentrista adoptando una perspectiva evolutiva similar a la de Gould. Combinando estudios de anatomía, paleontología, fisiología, tecnología, prehistoria e historia del arte, Leroi-Gourhan argumentó que el factor clave

en la hominización no fue la encefalización, sino los cambios en la locomoción. Según el prehistoriador francés, el aumento del volumen cerebral no fue resultado de presiones selectivas orientadas al desarrollo de la inteligencia, sino consecuencia de la verticalización de la columna vertebral asociada al movimiento erguido. La inteligencia no fue la causa, sino el efecto del crecimiento cerebral, y este a su vez podía explicarse por la evolución de la postura corporal.

Para Leroi-Gourhan, lo importante es que la adquisición de esta postura no puede explicarse únicamente en términos anatómicos, sino también cinemáticos, en función del ritmo de los brazos, piernas y hombros que se mueven en coordinación durante el desplazamiento del organismo. Así, el fenotipo humano no resulta de la adquisición repentina de un diseño formal preexistente, sino que emerge en un campo morfogenético de fuerzas dinámicas que en determinado momento alcanzan cierto equilibrio y se estabilizan. Partiendo de la dinámica de los campos morfogenéticos, Leroi-Gourhan traza su narrativa del proceso de filogénesis desde el Ediacárico, periodo inmediatamente anterior a la explosión zoológica del Cámbrico. Inicia su explicación evolutiva de la correlación sistemática entre manos y cerebro con la adquisición del plan anatómico de simetría bilateral, ordenado según el eje de desplazamiento de los organismos móviles, es decir, de los animales que se mueven para satisfacer sus necesidades de nutrición, defensa-ataque y relaciones reproductivas. La morfogénesis de la simetría bilateral obedeció a la optimización del equilibrio entre los órganos de nutrición, locomoción y relación:

«La movilidad implica que, con fines de nutrición, los órganos que aseguran la orientación, el ajuste de posición y la coordinación de los órganos de captura con los de preparación de alimentos también deben situarse en la parte delantera del cuerpo. Desde la primera adquisición de movilidad hasta el presente, la estructura general de un animal —ya sea insecto, pez o mamífero— no ha cambiado. La polarización de ciertos órganos ha llevado así a la formación del campo anterior, dentro del cual se realizan las operaciones complejas de los animales con simetría bilateral» (Leroi-Gourhan, 1964/1993, pp. 28-29).

Leroi-Gourhan sitúa así el surgimiento de las capacidades de la mano humana y su retroalimentación con el volumen cerebral en ese campo anterior de relaciones morfogenéticas, que también es característico de todos los animales vertebrados. Los orígenes evolutivos de la mano humana y de sus habilidades excepcionales son, por tanto, tan humildes y obedecen a las mismas necesidades de coordinación funcional que las aletas pectorales y la caja craneal de los peces, que agrupan en un extremo de la médula espinal el centro de coordinación del resto de los órganos necesarios para sus funciones vitales, además de la locomoción. El siguiente episodio evolutivo clave en la explicación de Leroi-Gourhan es la división de este campo anterior en un polo facial y un polo manual, delimitados por la acción de la cabeza y de las extremidades superiores, que operan en una vinculación coordinada en las actividades técnicas más complejas.

Es imposible describir aquí en detalle la narrativa de Leroi-Gourhan sobre la vía filogenética arbórea que conduce a la mano y el cerebro humanos, pero esta se resume adecuadamente en su conocido lema: «herramientas para las manos, lenguaje para el rostro» (Leroi-Gourhan, 1964/1993, p. 20), enfatizado por Ingold (1999).

Los episodios evolutivos de «liberación» de órganos para otros usos narrados por Leroi-Gourhan corresponden precisamente a las «exaptaciones» descritas por Gould y Vrba

(1982). De los seis tipos funcionales de morfología animal en su taxonomía en *Le geste et la parole*, al menos los tres últimos coinciden con episodios de liberación de las manos. En el tipo tériomorfo prehensil, el antebrazo del mamífero carnívoro se libera temporalmente de la locomoción para ejecutar secuencias operativas de prensión. En el tipo pithecomorfo, las manos se liberan en posición sentada, se desarrolla el pulgar oponible y la columna libera la parte posterior del cráneo. Finalmente, en el tipo antropomorfo, las manos se liberan por completo, se desarrolla la posición erguida y se despega la bóveda craneal, lo cual libera espacio para el crecimiento cerebral.

Así, en los homínidos, la mano con la que los simios se desplazaban sobre los nudillos se libera de las funciones locomotoras estrictas para adquirir otras funciones mediante la habituación y el desarrollo de secuencias operativas basadas en la responsividad del campo anterior, donde manos y rostro mantienen vínculos sistémicos y cambiantes de cooperación y contraposición. La autonomía de la mano y sus gesticulaciones técnicas son precedidas en todos los mamíferos por diferentes grados de proporcionalidad entre la prensión manual y la prensión labiodental, en función del desarrollo de la corteza motora y de las distintas adaptaciones conductuales para la nutrición, la defensa-ataque y las actividades relacionales orientadas a la reproducción.

En los roedores, por ejemplo, la prensión es exclusivamente labiodental. En los mamíferos carnívoros existe una mayor proporcionalidad entre ambos tipos de prensión. La inversión de la relación rostro/mano en las funciones prehensiles de los primates ya los separa del resto de mamíferos, pero no aún de los humanos, en quienes el gesto manual adquiere independencia absoluta. Así, la liberación de la mano humana significó también la liberación de la boca, los dientes y los músculos faciales de todas las funciones prehensiles y su incorporación a un sistema de fonación y expresión gestual que haría posible tanto el lenguaje oral como la mímica.

De ahí que, según Leroi-Gourhan, las actividades lingüísticas y técnicas estén evolutivamente ancladas en la contraposición entre el polo facial y el polo manual del campo anterior en la morfogénesis de la especie. Los vínculos funcionales entre rostro-lenguaje y mano-herramienta transmiten la motricidad corporal y la ayudan a fijar y estabilizar el pensamiento por medio de símbolos sonoros e instrumentos de acción material.

Con el descubrimiento de las propiedades impregnantes del carbón, los óxidos de ocre y el manganeso, y la aparición del grafismo en el Paleolítico Superior, se forman nuevos vínculos funcionales en el campo anterior: lectura facial y grafía manual. A partir de entonces, el sentido de la vista que heredamos de los mamíferos carnívoros concentró aún más el control del pensamiento mediante símbolos externos. La invención de la escritura fonética acentúa el control visual de los procesos psicológicos a través de la exteriorización simbólica de la memoria social.

La capacidad técnica humana se abstrae y se incorpora a la exteriorización simbólica y, según Leroi-Gourhan, se libera de las constricciones biogenéticas. La abstracción gráfica no es una etapa superior del pensamiento a partir de sus orígenes realistas y naïfs. Al igual que Picasso, Leroi-Gourhan supo ver esto en las primeras manifestaciones gráficas de la especie. Como había mostrado Franz Boas (1922), se trata de inscripciones sucesivas o periódicas que no manifiestan formas ni diseños, sino ritmos. Así, la exteriorización o expresión gráfica no va directamente del cerebro a la mano, sino que incorpora visiblemente los movimientos,

ritmos y sonidos producidos por el cuerpo. Estamos tan condicionados por milenios de práctica de escritura alfabética e interpretación visual y lineal que tendemos a ignorar el hecho de que las pinturas rupestres tenían un contexto sonoro, hoy irremediablemente perdido.

EVOLUCIÓN TÉCNICA Y LIBERACIÓN SOMÁTICA

En la evolución de lo que Leroi-Gourhan (1964/1993) denomina «tecnicidad», la creación de herramientas equivale a una especie de secreción o exudación del cuerpo y del cerebro. Con la aparición de herramientas líticas y el uso de astas de ciervo, «las operaciones de corte, trituración, modelado, raspado y excavación abandonan la mano y migran hacia la herramienta» (p. 242). Pero esta es solo una etapa en la evolución de la tecnicidad humana:

1. la manipulación, en la que las manos son las herramientas;
2. función motora directa: la mano sujeta y mueve la herramienta;
3. función motora indirecta: la mano aplica fuerza sobre un mecanismo, como una manivela, que a su vez mueve la herramienta;
4. la mano aprovecha una fuente de energía no humana, que a su vez mueve la herramienta, como en el molino hidráulico;
5. la mano se desplaza hacia la periferia del proceso productivo, activando una cadena de secuencias operativas programadas al presionar un botón o deslizar un dedo.

Según Leroi-Gourhan (1964/1993), es en esta última etapa cuando se consuma la serie de liberaciones operativas progresivas de la tecnicidad de la mano:

«La liberación operativa es tan grande en las sociedades actuales que tanto la herramienta como el gesto están ahora encarnados en la máquina, la memoria operativa en dispositivos automáticos, y la programación misma en equipos electrónicos» (p. 238).

En la era industrial, la mecanización privó a la mano del trabajador de muchos de sus usos artesanales, liberándola de una rica caja de herramientas y útiles que hasta hace poco formaban parte del equipamiento doméstico. Con la revolución industrial, la mano pasó de servir como pinza para agarrar, separar o tirar, a quedar progresivamente subordinada al pensamiento del diseñador del plan de producción, convirtiéndose en su sierva dócil. En las fábricas de producción industrial, la mano todavía conservaba una posición creativa, aunque reservada a los fabricantes que diseñaban las piezas de la máquina y sus operaciones. Lo contrario ocurría con la mano del operario, limitada a ejecutar programas operativos con un par de dedos o con solo el índice, para pulsar un botón o deslizar un interruptor.

En la era digital, el avance inexorable de la mecanización asegura el desuso y la regresión progresiva de la mano como órgano biológico. Leroi-Gourhan hace dos lecturas de esta tendencia imparable. La regresión de la mano le resulta preocupante a nivel individual, pues «no tener que «pensar con los dedos» equivale a carecer de una parte normalmente, filogenéticamente humana de la mente» (p. 255). Además, subraya, la actividad manual opera mediante sinergias y equilibrios entre circuitos neuronales situados en distintas áreas del cere-

bro, de modo que el desuso de algunos de ellos puede romper esos equilibrios, generando retroalimentaciones que conduzcan a la atrofia de los otros.

Cabe agregar que nadie puede asegurar que estos cambios sean adaptativamente ecológicos. La ecología humana es, de hecho, uno de los factores completamente ignorados en la tesis de Leroi-Gourhan sobre la regresión de las manos en la evolución de la tecnología humana. No tanto por la escasa atención social al tema en su época, sino por su adhesión al credo tecnófilo, una especie de optimismo determinista según el cual los efectos provocados por la tecnología serán remediados mediante la incorporación de más y mejor tecnología. El determinismo tecnoeconómico, a su juicio, es un hecho comprobado.

REGRESIÓN, DETERMINISMO Y PROGRESO MORAL

Podemos ver cómo la preocupación de Leroi-Gourhan por la regresión de la mano desaparece tan pronto como observa dicha regresión desde la perspectiva de las poblaciones de la especie, a las cuales aplica con mayor libertad un determinismo tecnológico radical que cosifica sin ambages la propiedad esencial de la «tecnicidad». Hasta la aparición del Homo sapiens, sostiene, la tecnicidad ha sido un hecho somático puramente biológico o zoológico. Desde nuestra aparición, la tecnicidad humana se ha ido liberando de sus prisiones somáticas al tiempo que ampliaba su alcance conductual. Para Leroi-Gourhan, la regresión de la mano no hace más que cumplir con la lógica de la liberación y exteriorización de la tecnicidad humana, hoy objetivada en dispositivos digitales, sistemas de procesamiento de información, cómputo y tecnologías de inteligencia artificial.

Todas estas formas exteriorizadas amplían la extensión espacio-temporal de la tecnicidad humana a través de una red de nodos electrónicos distribuidos y conectados mediante servidores y satélites, constituyendo un poderoso sistema nervioso artificial que hoy abarca y conecta muchos de los cerebros de las poblaciones del planeta. Y todos podemos ver cómo los usos manuales de estos cerebros en conexión electrónica se reducen a manipular un teclado, una consola o deslizar los dedos sobre las pantallas táctiles de nuestros dispositivos digitales. No todos los usos de la mano pueden ser reemplazados de inmediato, pero incluso aquellos que parecen reemplazables en un futuro cercano —como conducir vehículos— ya se ven alterados, pues el uso de dispositivos móviles y pantallas electrónicas interfiere en la atención necesaria para llevar a cabo esas actividades de forma eficaz y segura. Pensar que cualquier división de la atención resulta en multitarea no es optimismo tecnológico, sino pensamiento ilusorio.

Podría decirse que la philotechnia de Leroi-Gourhan lo lleva a celebrar la exteriorización de la tecnicidad en nuestras tecnologías digitales, como si la tecnicidad se hubiera liberado al fin del frágil soporte biológico del carbono para materializarse en soportes externos de compuestos químicos mucho más estables y duraderos que los elementos celulares e histológicos de la biología humana. Según él, con la regresión de la mano, la humanidad no se vuelve obsoleta ni se pierde en las nieblas de la paleontología. Por el contrario, afirma, la humanidad no desaparece, sino que se prolonga hacia el futuro en su descendencia técnica: las máquinas.

Con el determinismo tecnoeconómico de Leroi-Gourhan, el imperativo biológico se disuelve finalmente en el imperativo tecnológico. El crecimiento tecnoeconómico nos hace

crecer también como especie. Ellas —las máquinas— también somos nosotros, ya desencadenados de toda carcasa corruptible. La retórica tecnoeconómica de Leroi-Gourhan es fruto de una concepción convencional, determinista y ya institucionalizada del cambio tecnológico. Sus supuestos son bien conocidos:

El cambio tecnológico es inevitable, porque responde a un imperativo tecnológico: si puede hacerse, entonces debe hacerse.

El cambio tecnológico es autónomo, instrumental y axiológicamente neutro: puede generar consecuencias buenas o malas no previstas debido a factores extrínsecos, nuevas condiciones a las que necesariamente habrá que adaptarse (presumiblemente mediante nuevos cambios tecnológicos). La solución a los problemas provocados por la tecnología es más tecnología.

La clave del cambio tecnológico está en la perfectibilidad ilimitada de nuestras tecnologías: siempre es posible optimizar su eficiencia mediante más innovación tecnológica.

Optimizar la eficiencia en el cambio tecnológico produce, con el tiempo, una disminución de sus costes que generaliza su consumo, activa la economía y redistribuye el bienestar social de forma más equitativa.

En la sociedad tecnológica futura, las máquinas harán el trabajo pesado y rutinario, dejándonos tiempo para los proyectos verdaderamente humanos y creativos.

Esta última característica del determinismo tecnológico ayuda a comprender el optimismo de Leroi-Gourhan respecto al destino evolutivo del ser humano. Para él (1964/1993), la obsolescencia de la mano está tan programada como la de los diseños tecnológicos, pero es el precio de un atajo evolutivo hacia una condición moral que siglos antes Kant había denominado «paz perpetua». Con la regresión de la mano, la exteriorización de la tecnicidad humana alcanza el punto de inflexión que libera a la especie del yugo de los imperativos biológicos de nuestro genoma, y así nos deshacemos de los instintos agresivos y territoriales anclados en él desde que se estabilizó en el Pleistoceno, época en la que, según Leroi-Gourhan, aún luchábamos con rinocerontes.

Finalmente, como científico e intelectual del siglo xx, Leroi-Gourhan sucumbió también al encefalocentrismo antropológico contra el que tanto luchó. Este prejuicio no se presenta solo, sino que asociado al antropocentrismo de la tradición filosófica occidental, reaparece en la tensa oposición entre evolución e historia humana (Ingold, 2002). Para Leroi-Gourhan, el rumbo bélico de la historia humana ha sido determinado por el hecho de que su evolución comenzó desde los pies y no desde la cabeza, desde lo bajo y no desde las alturas intelectuales:

«En efecto, parece bien demostrado que el curso de la evolución humana ha sido marcado no por el cerebro, sino por los pies, y que las cualidades superiores han podido surgir únicamente en la medida en que, mucho antes que ellas, se habían establecido las condiciones para su emergencia. Durante milenios, las personas han tenido acceso a conceptos de equilibrio moral tan elevados como los del equilibrio técnico. Las sociedades han inscrito estos conceptos en sus grandes leyes morales o religiosas, pero el comportamiento genético no ha permitido que la masa de individuos que componen las sociedades se libere de exigencias fundamentales que siguen siendo esencialmente depredadoras» (Leroi-Gourhan, 1964/1993).

AGRESIÓN, ECOLOGÍA Y CIVILIZACIÓN

A mi juicio, la idea de Leroi-Gourhan sobre los orígenes pleistocénicos de la agresividad humana actual depende de lo que Erich Fromm (1973) denomina «el modelo hidráulico», que equipara la violencia y destructividad humanas a un fluido que rebasa un recipiente y necesita ser vaciado de vez en cuando. Según Fromm, la concepción innata y kantiana de la agresividad en Konrad Lorenz constituye uno de los mejores ejemplos de este modelo hidráulico. De acuerdo con Lorenz (1963/2002), la agresividad histórica actual del ser humano es un vestigio no funcional de nuestro pasado ecológico como especie nómada. Durante más del 90% de nuestra existencia como especie, nuestra ecología estuvo regida por la caza y la recolección. Según Lorenz, con la domesticación de la naturaleza, esa ecología nómada, cazadora y recolectora fue reemplazada por una ecología sedentaria, agrícola y pastoril. De este modo, la domesticación de los animales liberó nuestra agresividad genética del objeto principal de su vínculo ecológico, las especies zoológicas como presas y recursos, y ahora ya no encuentra objetos adecuados para contenerse, desbordando su estructura biológica interespecífica y manifestándose exclusivamente en una lucha intraspecífica destructiva, cainita.

Creo que Fromm acierta al considerar que esta apelación al carácter innato de la agresión es más ideológica que científica. Sirve para justificar la inevitabilidad de la guerra moderna al rastrear el origen de los ejércitos contemporáneos hasta las bandas o partidas de caza prehistóricas, ahora ampliadas y sin enemigos naturales. Esta ideología de la agresividad inherente al ser humano naturaliza las condiciones de competencia en sociedades regidas por las leyes de la oferta y la demanda en una economía neoliberal de mercados desregulados y las extrapola al resto de las condiciones de la evolución de la especie. Para justificar este tipo de ideología neoliberal y neodarwinista, la ciencia occidental recurre a culpar a los cazadores prehistóricos de la extinción de la megafauna en los viejos y nuevos continentes. Esta atribución también tiene sus críticos entre los ecólogos sociales y políticos. Según la historia ecológica humana, parece más probable que las causas de dicha extinción fueran más indirectas, como la fragmentación del hábitat tras la sedentarización agrícola y la retroalimentación entre el crecimiento poblacional y la innovación en técnicas agrícolas.

En *Coming Home to the Pleistocene* (1998), Paul Shepard sostiene que, sea como fuere, el origen de los ejércitos tiene que ver con la domesticación de la naturaleza, la sedentarización agrícola, la escritura y la centralización administrativa y política. El exterminio de los pueblos nómadas cazadores-recolectores por parte de los ejércitos de las civilizaciones urbanas representó el primer genocidio de la historia humana. Según Marshall McLuhan (1962), la aparición de los ejércitos civilizadores es inseparable del nacimiento de la escritura alfabética en el Creciente Fértil y de su impulso hacia la homogeneización biocultural.

A MODO DE CONCLUSIÓN

El alfabeto y la escritura fonética han ejercido tal presión cultural sobre lo paralingüístico que, en la era de la digitalización de las comunicaciones, tendemos a atribuir el origen de la digitalización misma a la lógica matemática y a la computación, ignorando el hecho de que la lógica cultural de la digitalidad proviene precisamente del alfabeto y la escritura fonética.

«La palabra digital proviene del término latino para dedo: *digitus*, y un código digital es, en términos generales, un código basado en símbolos que, como los dedos, son discontinuos —por ejemplo, los números 1, 2, 3, 4, 5, o las letras de cualquier sistema de escritura o alfabeto. Las largas cadenas de ceros y unos que conforman los algoritmos en el lenguaje de cómputo binario han llegado recientemente a representar la quintaesencia de la digitalidad, pero la invención previa del libro ya estaba basada en un código digital (de letras)» (Hoffmeyer, 2008, p. 78).

En mi opinión, el descuido de la dimensión ecológica en la tendencia hacia la regresión de las manos prevista por Leroi-Gourhan se debe a la sobrevaloración de las funciones técnicas presentes en su lema «herramientas para las manos, lenguaje para el rostro». Esto no significa que la tendencia no exista, sino que el diagnóstico de esta pérdida filogenética se basa en una dicotomía funcional estricta que responde más a necesidades teóricas que al entorno socioecológico en el que nacemos, crecemos y morimos como organismos humanos.

Las relaciones entre los dos polos del campo anterior —las manos y el rostro— y sus asociaciones neurales en el sistema nervioso y el cerebro humanos son demasiado densas y complejas como para dividirse en compartimentos estancos y entidades discretas. Las ciencias cognitivas emplean mayormente un modelo computacional para explicarlas en función de servomecanismos sistémicos de retroalimentación positiva y negativa, pero eso no significa que, diseñando hardware y software, estén desentrañando completamente los nudos complejos creados en la morfogénesis, la evolución fisiológica y sus relaciones en los sistemas ecológicos y sociales. Un campo morfogenético de relaciones históricamente constituidas no puede reducirse tan fácilmente a un sistema computacional creado para explicarlo. Al hacerlo, corremos el riesgo de simplificar y proyectar las condiciones de vida sociales y ecológicas contemporáneas del capitalismo sobre todo el pasado evolutivo. E incluso en el presente, las relaciones de la unidad organismo-entorno coevolutiva no se agotan al reducir fracciones del entorno a inputs, cerebros a procesadores y extremidades a dispositivos periféricos que ejecutan outputs.

El modelo computacional exagera el peso de los factores gramaticales, recursivos e intencionales de la mente humana. Ni los gestos de las manos se limitan a ejecutar las instrucciones técnicas que nuestro cerebro diseña a partir de inputs ambientales discretos e intenciones o propósitos conscientes, ni las funciones del polo facial se agotan en los órganos y músculos de la fonación. Como en casi todos los mamíferos, la ecología de las funciones relacionales sociales que Leroi-Gourhan atribuye a los polos del «campo anterior» se basa en comunicaciones paralingüísticas, no en información digital.

La oralidad forma parte de numerosas tradiciones bioculturales de conservación que se apoyan en las relaciones socioecológicas de muchas poblaciones no occidentalizadas. El impulso obsesivo por digitalizar toda la comunicación humana podría significar la pérdida de esas tradiciones orales de conservación. Parecemos estar obligados a encontrar formas de coexistencia entre la persecución de nuevas tecnologías digitales y la huida de la homogeneización total mediante la conservación de la diversidad biocultural. Aunque solo fuera por esta razón, las tesis liberacionistas de la antropología de la tecnología de Leroi-Gourhan merecen la atención crítica de la filosofía ambiental y la ecología humana.

BIBLIOGRAFÍA

- Alter, A. (2017). *Irresistible: The rise of addictive technology and the business of keeping us hooked*. Penguin Press.
- Bataille, G. (1985). *Visions of excess: Selected writings 1927–1939*. University of Minnesota Press.
- Bateson, G. (1972). *Steps to an ecology of mind: Collected essays in anthropology, psychiatry, evolution, and epistemology*. Jason Aronson Inc.
- Boas, F. (1922). *Primitive art*. Dover Publications.
- Brunckhorst, O., Shahib, S., Aydin, A., McIlhenny, C., Khan, S., Sahai, A., ... & Ahmed, K. (2015). Is there a correlation between technical skills and non-technical skills performance within ureteroscopy? *The Journal of Urology*, 193(4S), e268–e269.
- Carr, N. (2010). *The shallows: What the Internet is doing to our brains*. W. W. Norton & Company.
- Dedyukhina, A. (2017). *Homo distractus: Fight for your choices and identity in the digital age*. Consciously Digital.
- Doidge, N. (2007). *The brain that changes itself*. Penguin Books.
- Doidge, N. (2015). *The brain's way of healing*. Viking Penguin.
- Doidge, N., & Balsillie, J. (2018, 17 de febrero). Can we ever kick our smartphone addiction? *The Globe and Mail*. <https://www.theglobeandmail.com/opinion/can-we-ever-kick-our-smartphone-addiction-jim-balsillie-and-norman-doidge/discuss/article37976255/>
- Eriksen, T. H. (2001). *Tyranny of the moment: Fast and slow time in the information age*. Pluto Press.
- Fromm, E. (1973). *The anatomy of human destructiveness*. Holt, Rinehart & Winston.
- Gould, S. J. (1992). *The panda's thumb: More reflections in natural history*. Norton. (Original de 1980)
- Gould, S. J., & Vrba, E. S. (1982). Exaptation—a missing term in the science of form. *Paleobiology*, 8(1), 4–15.
- Hoffmeyer, J. (2008). *Biosemiotics: An examination into the signs of life and the life of signs*. University of Scranton Press.
- Ingold, T. (1999). 'Tools for the hand, language for the face': An appreciation of Leroi-Gourhan's *Gesture and Speech*. *Studies in History and Philosophy of Science Part C: Biological and Biomedical Sciences*, 30(4), 411–453.
- Ingold, T. (2000). *The perception of the environment: Essays on livelihood, dwelling and skill*. Routledge.
- Ingold, T. (2002). On the distinction between evolution and history. *Social Evolution & History*, 1(1), 5–24.
- Kurzweil, R. (2003). *The Ray Kurzweil reader*. <https://www.thekurzweillibrary.com/pdf/RayKurzweilReader.pdf>
- Kurzweil, R., *et al.* (2017, 14 de enero). *Singularity University*. <https://www.su.org/about-us>
- Leroi-Gourhan, A. (1993). *Gesture and speech* (Original publicado en 1964). MIT Press.
- Lorenz, K. (2002). *On aggression* (Original publicado en 1963). Routledge.
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg galaxy: The making of typographic man*. University of Toronto Press.
- Ortega y Gasset, J. (1939). *Meditación de la técnica. Ensimismamiento y alteración*. Espasa-Calpe.
- Rosen, L. (2010). *Rewired: Understanding the iGeneration and the way they learn*. St. Martin's Griffin.

- Shepard, P. (1998). *Coming home to the Pleistocene*. University of Georgia Press.
- Szalavitz, M. (2016). *Unbroken brain: A revolutionary new way of understanding addiction*. St. Martin's Press.
- Twenge, J. (2017). *iGen*. Atria Books.
- Walsh, K. (2020, 31 de diciembre). Why many young surgeons don't have the dexterity of those who came before them. Williams, Walsh & O'Connor, LLC. <https://www.williamswalshandoconnor.com/blog/2020/12/why-many-young-surgeons-dont-have-the-dexterity-of-those-who-came-before-them/>

Visualidad estratégica. Retórica visual y marketing de *influencers*

Rosario Barba González¹

Universidad Autónoma de Querétaro

<https://orcid.org/0000-0003-2285-2522>

Resumen:

Este capítulo propone una definición integradora del marketing de influencers desde una perspectiva visual y retórica, a partir del análisis de literatura académica reciente. El objetivo es establecer un marco conceptual que dé cuenta de cómo las imágenes operan como estrategias de persuasión y dispositivos de sentido en la economía de la atención y la cultura algorítmica. Para ello, se clasifican las definiciones existentes en funcional-operativas, simbólicas y teóricas, y se examinan las dimensiones visuales que configuran el vínculo entre marca, mensaje y audiencia. Se incluyen aportes desde la retórica visual y la semiótica social para argumentar que el marketing de *influencers* no solo debe entenderse como una práctica comercial, sino como un fenómeno cultural donde la visualidad construye aspiraciones, emociones y formas de pertenencia. Como resultado, se propone una definición que articula funciones técnicas, afectivas y discursivas, con énfasis en el papel estratégico de la imagen en la construcción de credibilidad, deseo y validación social.

Palabras clave:

Marketing de influencers, visualidad, retórica visual, plataformas digitales, persuasión.

¹ Doctora en Estudios Socioculturales por la Universidad Autónoma de Aguascalientes, profesora de tiempo completo en la Facultad de Artes de la UAQ y miembro del SNII. Ha realizado estancias de investigación en la Universidad del País Vasco y colabora en el ReDCA. Su trabajo se centra en comunicación, audiencias y cultura participativa. Cuenta con diversas publicaciones y ponencias en foros nacionales e internacionales.

INTRODUCCIÓN

Con la aparición y el ascenso en la escena cotidiana y publicitaria de la figura de los *influencer* surge y se reafirma como la táctica estratégica en la comunicación digital de marcas, instituciones y figuras públicas. En tanto que ofrece la posibilidad de conectarlos con sus audiencias y de que estas las perciban de forma más humana, el marketing de *influencers* ha facilitado la construcción de vínculos emocionales, creíbles y personalizados con comunidades cada vez más específicas.

La figura del *influencer* se articula a una lógica que se ha integrado a la forma de interactuar dentro y fuera de línea, vinculada con las recomendaciones informales que se valoran según la autenticidad, accesibilidad y utilidad. Esta figura se soporta en la estructura de las plataformas de redes sociales, diseñadas para privilegiar la construcción de historias en torno a la visibilidad individual, desde la comunicación del cuerpo, rostro, gesto y estética visual como recursos principales de la influencia. (Barba González, 2024)

Por lo tanto, dadas las características de las plataformas donde se desarrolla este trabajo, la comunicación de los *influencer* es principalmente visual y cada vez más audiovisual, con apoyo de lo textual para reforzar el mensaje. Los temas que se presentan en los mensajes de las publicaciones son más efectivamente presentados en su visualidad. Ambos elementos se integran y se complementan para componer un mensaje, llegando a omitir el elemento verbal como recurso para enfatizar el mensaje. (Argyris *et al.*, 2020). En ocasiones, incluso, se emplea el elemento visual para contradecir el textual en aras de provocar la curiosidad u ocultar los fines comerciales de una publicación. (Sánchez Villegas *et al.*, 2023)

Estas variaciones ocurren dentro de un modelo de la economía de plataformas (Fumagalli *et al.*, 2019) que negocia con la atención visual, en la que éxito de un mensaje depende de su capacidad para ser percibido e interpretado en pocos segundos. Por lo tanto, la imagen, polisémica y emotiva se ve privilegiada como medio de comunicación. Se trata de una visualidad que es particular de los medios contemporáneos y que implica una doble gravitación, contextual y retórica (Lehtonen, 2011) Esto es comprender que la imagen, específicamente las fotografías que son el principal tipo de imagen que emplean los *influencers* en las redes sociales, opera dentro de una red de significados reconocibles, que a su vez actúa como metonimia que concentra y condensa sentidos, apelando a marcos culturales y emocionales compartidos. Esta doble articulación es la que le confiere su eficacia persuasiva y radica en atraer la atención y lograr que su significado sea captado en el contexto sociocultural adecuado. Es decir, el aprovechamiento de la imagen como herramienta publicitaria por los *influencers* es posible por un conocimiento amplio de las plataformas, de la comunicación con su audiencia, y su destreza en el manejo de la multiplicidad de significados de la imagen.

Su creciente relevancia coloca el marketing de *influencers* como un objeto de interés en la investigación global que lo ha abordado desde distintas visiones según distintas técnicas y necesidades. Sin embargo, esta expansión ha promovido una visión diversificada del fenómeno, lo que genera ambigüedades, tanto conceptuales como metodológicas, aunque con ciertas coincidencias. Esta vaguedad motiva la exploración de la posibilidad de articular una definición que contemple estas visiones sobre la base de una retórica que contemple las intenciones persuasivas de la publicidad y que permita integrar elementos semióticos que faciliten la integración de la visualidad con elementos textuales de las plataformas de redes sociales contemporáneas.

Como punto de partida, se realiza un análisis comparado de las definiciones en la literatura reciente. Específicamente se retoma trabajos enfocados en el elemento visual del trabajo de los *influencers*. Cabe la aclaración que es escasa en tanto que ha sido un elemento de estudio que de forma más tardía se ha integrado a la observación, a pesar su relevancia. De la recuperación, se han identificado tres formas de definición, las operativas funcionales, las simbólicas y las teóricas. Las primeras se refieren a aquellos trabajos en las que los autores no se ocupan por estructurar el término del marketing de *influencers* y se puede reconstruir a partir de su análisis. Las segundas destacan la relación afectiva, estética y de vinculación entre estos personajes y sus audiencias. Las terceras, aunque no se preocupan por formular definiciones explícitas del fenómeno, sí se preocupan por traer al trabajo los fundamentos complejos que facilitan las inferencias rumbo a comprensiones complejas y articuladas el fenómeno.

Las primeras definiciones aparecen en trabajos tienden a describir el marketing de influencers en función de sus mecanismos de acción, relaciones contractuales o dinámicas de visibilidad y alcance. Son predominantes en investigaciones de corte empírico o técnico, especialmente aquellas vinculadas al análisis de datos o la evaluación de rendimiento de campañas. En estas exposiciones el énfasis recae en las relaciones de colaboración entre marcas e individuos con alta visibilidad digital, así como en los mecanismos de difusión, segmentación y medición de impacto en plataformas sociales. Estas caracterizaciones asumen el fenómeno como un conjunto de prácticas observables y cuantificables, subordinadas a objetivos comerciales explícitos.

En este sentido, coinciden en seis características. Por un lado, centran la colaboración entre la marca y el *influencer* como el núcleo estructural del fenómeno. Este se contempla por el uso estratégico y diversificado que hace del contenido y formatos creativos para captar la atención en las plataformas sociales como canal de promoción que se mide por la presencia de métricas, específicamente el *engagement*, la conversión o el retorno de inversión (ROI) para evaluar la efectividad de la ejecución en torno a su influencia en el impulso de compra. Estas son dimensiones que principalmente se relacionan con la credibilidad del *influencer* como valor agregado frente a la publicidad tradicional. A través de esta, el personaje construye comunidades que, al contemplarse como estrategias publicitarias se convierten en una forma de segmentación de audiencia sumamente específica. En este contexto, destaca el contenido visual enfocado en imágenes atractivas y cotidianas con las que la audiencia pueda relacionarse y que vinculen a los valores de la marca (Fujiwara & Martin, 2023; Hogsnes *et al.*, 2024; Narassiguin & Sargent, 2019).

Las divergencias tienen que ver con su grado de teorización y su nivel de precisión terminológica. Es decir, aunque tienden a ser definiciones descriptivas (Fujiwara & Martin, 2023), algunas alcanzan a soportar su argumentación en teorías de identidad o contagio simbólico (Abell & Biswas, 2023). Otra variación ocurre en el reconocimiento del rol de la autenticidad. A pesar de ser relevante para todos los autores que atienden a los *influencer*, solo autores como Narassiguin (2019) y Hogsnes (2024) explicitan esta característica, mientras que otros la manifiestan de forma implícita. Este interés por la autenticidad hace que las reflexiones deriven, por un lado, en la regulación y el consumo y, por el otro, en la construcción de narrativas sobre la vida personal como medio publicitario.

Las definiciones construidas con propósitos operativos contribuyen a delimitar el campo de acción del marketing de *influencers* como una práctica de mediación comercial que aprovecha la visibilidad, la segmentación y la autenticidad percibida de ciertos usuarios digitales.

Las definiciones funcional-operativas de marketing de influencers permiten delimitar el fenómeno. A pesar de su carácter pragmático, estas definiciones incorporan gradualmente dimensiones simbólicas y emocionales, como la identificación del consumidor o la performatividad del estilo de vida. La convergencia en torno a elementos como la colaboración, el contenido visual y el *engagement* apunta a una base común, pero tienden a dejar de lado sus dimensiones simbólicas, estéticas y retóricas que son parte de la complejidad del fenómeno.

Un segundo tipo de definiciones que se distingue de la muestra de trabajos, las simbólicas, a diferencia de las funcional-operativas centran su atención en las dimensiones relacionales, emocionales y estéticas que configuran este fenómeno. Desde esta perspectiva, los *influencers* no son meros emisores de mensajes comerciales, sino actores culturales que construyen vínculos identitarios con sus audiencias a través de narrativas visuales, autenticidad percibida y códigos afectivos. Estas definiciones permiten entender el marketing de *influencers* como una forma de mediación simbólica en la cual se negocian significados, valores y estilos de vida. La visualidad, en este marco, no es solo una herramienta de atracción, sino un vehículo de conexión interpersonal y proyección social.

Estas tesis ponen énfasis en la relación emocional y semiótica que los *influencers* construyen con sus audiencias, destacando su rol como mediadores culturales más que como simples portavoces de marca. Coinciden, entre ellas y con el tipo anterior en enfatizar la centralidad de la autenticidad como valor percibido, que fundamenta la conexión con las audiencias (Argyris *et al.*, 2020; Barba González, 2023; Cascio Rizzo *et al.*, 2023). Sin embargo, no la destacan solo como estrategia de promoción sino por la relación emocional y simbólica entre *influencer* y seguidor, sustentada en una percepción de identificación y proximidad. Esta idea toma en cuenta la dimensión performativa del *influencer* en el que presenta estilos de vida comúnmente deseables que generan sentido y pertenencia. Por lo tanto, lo considera más allá del contrato comercial, como poseedor de un capital social y cultural que son parte de la fórmula con la que genera influencia. En estos marcos, el contenido visual ocupa un lugar central como medio de expresión y persuasión, no solo como forma sino como vehículo de afinidad simbólica.

Las divergencias en este tipo de aproximaciones tienen que ver con las variaciones en la forma en la que se relacionan la autenticidad, la credibilidad, la similitud y la forma en la que estas características toman forma simbólica visual. Sin embargo, coinciden en cuanto a la forma en la que construyen de forma coherente y consistente contenido visualmente atractivo (como fotos y videos) que muestra un estilo de vida y preferencias de productos. A la par, la interacción con sus seguidores crea un sentido de autenticidad y amistad que perciben similar a sí mismos. Estas propuestas principalmente visuales son las que, potencialmente, generan un mayor compromiso de la audiencia con el contenido de la marca. El marketing, por lo tanto, se caracteriza por su capacidad de aprovechar esta autenticidad y conexión personal para influir en las percepciones y comportamientos de los consumidores.

Aunque es similar a las conclusiones del tipo anterior, la atención de estas definiciones está puesta en la estrategia del *influencer* para la construcción de autenticidad y, desde ahí, la confianza. Esto incluye el contenido desplegado mediante el cual conecta con sus seguidores, lo que requiere un conocimiento amplio del entorno digital, de su comunidad y del medio, visual y verbal, que emplea para su comunicación. Estas definiciones permiten problematizar el carácter performativo, afectivo y simbólico del fenómeno, destacando el rol de lo visual como estrategia de identificación e influencia. Por lo tanto, se trata de propuestas que

integran dimensiones afectivas, estéticas y socioculturales que no son captadas por los enfoques operativos. Al ubicar al *influencer* como mediador de sentido, más allá de sus funciones como simple canal de transmisión comercial, estos enfoques permiten comprender cómo las relaciones de influencia se configuran mediante procesos de identificación simbólica, performatividad visual y confianza afectiva.

Finalmente, en la muestra documental se encontraron estudios recientes que, aunque no formulan definiciones explícitas del marketing de *influencers*, sí elaboran marcos analíticos con fundamentos teóricos complejos que permiten inferir una comprensión más profunda y articulada del fenómeno. Estas aproximaciones emergen desde campos como la semiótica, la comunicación política, la inteligencia artificial y la retórica visual, donde el marketing de *influencers* es concebido como un proceso multimodal, persuasivo y performativo. Se rescatan por su potencial para abarcar la naturaleza ambigua, híbrida y mediada del marketing de *influencers* en entornos digitales contemporáneos.

Coinciden en el reconocimiento de la complejidad multimodal del marketing de *influencers* que fusiona imagen, texto y estrategias de interacción por lo que exige la articulación entre elementos visuales, discursivos y contextuales como claves para la eficacia comunicativa. En segundo lugar, se enfatiza la dimensión persuasiva y narrativa, por lo que el foco atiende a los mecanismos emocionales y afectivos que generan impacto e identificación. Finalmente, se pone de relieve el entorno de plataformas y algoritmos en la estructuración del contenido y su recepción. Esto da como resultado el cuestionamiento de los límites entre lo comercial y lo personal, lo explícito y lo implícito.

Estas definiciones extienden el fenómeno a los matices más abstractos de su acción vinculado a sus características visuales y eminentemente persuasivas. Por un lado, desde una lectura del contenido visual en clave semiótica y comunicacional: centrada en el significado de los signos, particularmente intertextual, y considerando la narrativa que estratégicamente se construye para ser interpretada por un público específico (Tirado-García & Doménech-Fabregat, 2021).

Otros autores particularizan en la persuasión por su multimodalidad (Sánchez Villegas *et al.*, 2023) y por la eficacia con la que se ejecuta (Hsiao & Lin, 2025). En ambos casos coinciden en describir, con mayor o menor detalle, la acción del *influencer* como una interacción precisa de elementos visuales (calidad y atractivo de las imágenes), elementos textuales (claridad, relevancia y emocionalidad del mensaje) y características del perfil (número de seguidores, tasa de interacción y alineación temática), logra generar interacción (me gusta, comentarios, compartidos) y acciones concretas (clics, conversiones) en la audiencia objetivo. En este ejercicio, la opinión y el fin comercial se vuelve difuso al grado de dificultar la detección de contenido comercial no declarado. A pesar de ello, se evidencia una intención comercial por lo que apunta a sostener la relevancia de observación sobre lo persuasivo.

Estos tres enfoques dan muestra de una fragmentación conceptual desde diversos enfoques disciplinarios. Desde las definiciones funcionales que, junto con las teóricas, priorizan la medición y la operatividad, aunque unas integran una vía para la interpretación crítica y las simbólicas, que atienden a la construcción de sentido. Se observa entonces que el fenómeno presenta un carácter híbrido, con características entre lo comercial, lo performativo y lo mediático y con una operación algorítmica determinada por dinámicas de plataforma. Finalmente, evidencian una práctica discursiva con articulación retórico visual de intenciones per-

suasivas. Por lo tanto, una base retórica se vislumbra como fundamental para la comprensión del fenómeno de los *influencers*, ya que provee una red teórica que abarca, precisamente el elemento textual, pero más relevante al contexto contemporáneo, la visualidad.

DIMENSIÓN VISUAL DEL MARKETING DE *INFLUENCERS*

Las plataformas digitales basadas en imágenes y crecientemente en videos, como Instagram y TikTok han transformado la publicidad digital al centrarla en lo visual. De sus inicios en el texto como el elemento central, la imagen pasó a complementarla y cada vez más a acaparar el centro de la comunicación. Esto exige que los creadores de estos entornos se enfoquen en la creación de imágenes atractivas y videos que puedan captar rápidamente la atención de los usuarios. Esto ocurre en un entorno saturado de propuestas persuasivas por lo que el marketing ha apostado a las imágenes ya que suponen ser mensajes compactados dada su alta carga simbólica, con alta repercusión emotiva con los cuales identificarse. En ellas se pueden integrar con pocos recursos toda una oferta aspiracional con elementos metafóricos y de repetición que faciliten reconocer la marca y al *influencer*.

El fundamento es una economía de la atención que exige mensajes que sean rápidamente reconocibles y emocionalmente resonantes. La premisa es que, en un mundo saturado de información visual, la capacidad de atraer y mantener la atención del consumidor durante breves periodos se ha vuelto un objetivo para los creadores de contenido y los especialistas en marketing (Neher, 2014). En este contexto, la imagen, cargada de significados que son reconocibles y emocionalmente resonantes se vuelve parte clave de la dinámica, especialmente en plataformas construidas para ser recorridas en el esfuerzo de un dedo, dentro de dispositivos móviles con presencia permanente en el entorno cotidiano.

Este proceso puede involucrar, al mismo tiempo, el uso de imágenes impactantes, gamas de colores y tipografías en tendencia que puedan captar la atención de inmediato (Gretzel, 2017). Pero, además, deben aprovecharse iconos o símbolos que sean fácilmente identificables, para facilitar la interpretación rápida por parte del público, aún más bajo el supuesto de que las imágenes son procesadas con mayor agilidad que la información textual en los mensajes (Neher, 2014). Por lo tanto, se aprovechan convenciones visuales que resuenan a nivel individual pero también dentro del marco cultural y social en el que se presentan. En combinación, los elementos aumentan la probabilidad de que el mensaje sea aceptado y comprendido de manera efectiva (Lehtonen, 2011).

Pero la relevancia de la imagen no solo recae en la agilidad de su interpretación sino en su resonancia emocional. Los mensajes que evocan emociones tienden a ser más memorables. Las historias con elementos narrativos visuales suelen interpretarse como representaciones auténticas. Por lo tanto, pueden ser factibles de crear mejor identificación y conexión emocional con el público objetivo (LaGrandeur, 2003). Una imagen puede cargarse, a golpe de vista, con estrategias retóricas que apela a sentimientos de nostalgia, alegría o deseo con eficacia (Lehtonen, 2011). Eventualmente, cuando los consumidores sienten una conexión emocional con una marca o un mensaje, están más propensos a interactuar con él y compartirlo (Gretzel, 2017).

Las plataformas de redes sociales han reforzado y dependido del contenido visual, como fotografías e imágenes compuestas como las infografías o memes y hasta videos generan ma-

yores reacciones e interacciones, que en términos monetarios se valoran en términos de *engagement*. Cada plataforma tiene su propia forma y estilo de comunicación visual. Lo que funciona en una puede no ser igualmente eficaz en la otra, aunque las pretensiones de la viralización suponen transitar de una a otra con facilidad. Por lo tanto, la adaptabilidad y la comprensión de la audiencia de cada entorno se valora a la hora de contenido que no solo capte la atención, sino que también sea relevante y resonante emocionalmente. (Gretzel, 2017)

ESTÉTICAS VISUALES E IMAGINARIOS ASPIRACIONALES

Los *influencers* se han profesionalizado en la construcción de imaginarios específicos que operan de forma casi natural dentro de la estructura de las plataformas de redes sociales digitales. A través de la curaduría de imágenes que reflejan momentos ideales, experiencias emocionantes y productos de alta calidad combinan autenticidad y deseo. En ellas se presenta de manera consistente un estilo de vida aspiracional, situaciones cotidianas mejoradas o fantasiosas que invitan a los espectadores a imaginarse a sí mismos en esos escenarios. Las imágenes no solo informan, sino que también construyen significados y expectativas en el público, utilizando estética y retórica para persuadir y movilizar emociones. Los valores y las expectativas que se materializan en las imágenes, especialmente pensando en contextos como la publicidad y la fotografía de viajes, comida, fitness o maternidad ejemplifica cómo se diseñan para evocar deseos y ambiciones en la audiencia. (Jamil & Asif, 2023; Lehtonen, 2011; Neher, 2014)

La evocación de emociones, como el anhelo, la felicidad o la inspiración, principalmente a través de imágenes es relevante en la economía que se desarrolla en las plataformas que se emplea para promocionar estilos de vida o productos. Su base es la idea publicitaria de que los seguidores pueden alcanzar una mejor versión de sí mismos a través del consumo. Por consiguiente, los productos en contextos visualmente atractivos y emocionalmente resonantes, los *influencers* pueden *influir* en las decisiones de compra de sus seguidores, convirtiendo el deseo en acción (Neher, 2014).

A pesar del enfoque en el consumo y en lo aspiracional, la autenticidad es clave en la estrategia de los *influencers* (Barba González, 2023). En la construcción de comunidades de seguidores, se valora la proyección de imágenes que proyectan historias auténticas que representan desafíos y aspectos que van más allá de las experiencias positivas de la vida. Es decir, se aprecia la reconstrucción de narrativas que parecen reales en aras de construir conexiones que se perciban significativas, ya que los seguidores pueden identificarse con el *influencer* como persona. A idea de esto es trascender el modelo de la celebridad de los medios de comunicación tradicionales y moldear una idea de interactividad en personalidades que al menos dan la idea de cercanas. (Neher, 2014)

Para ello, plataformas e *influencers* interactúan para generar condiciones y estrategias en las que autenticidad y deseo se mantienen en equilibrio. Desde las plataformas, de acuerdo con la personalización del contenido según los hábitos de consumo. Desde los creadores, según la producción de historias, encuestas invitaciones a compartir o comentar experiencias y distintas formas de interacción en las que se fomenta la participación de su audiencia. Mediante la creación de este tipo de contenido, cuya principal presencia es visual y que se siente tanto aspiracional como accesible, los *influencers* pueden solidificar su relación con los seguidores aumentando, por lo tanto, su influencia. (Gretzel, 2017)

Precisamente el éxito de las campañas de marketing que vincula a las marcas con el público a través de *influencers* reside en su habilidad para conectar emocionalmente con ellos. A medida que esta dinámica se fortalece, los grandes nombres, por medio de la colaboración con personalidades de plataformas interactivas se vinculan con nombres y rostros. Estos, a su vez, crean contenido visual que modela valores y estilos de vida que alinean con su propia imagen de marca. De este modo, los *influencers* se convierten en embajadores de la marca que no solo publicitan productos, sino que también construyen narrativas sobre cómo esos productos se integran en una vida idealizada. (Poulsen & Kvåle, 2018)

VISUALIDAD, EMOCIÓN Y VALIDACIÓN SOCIAL

Las narrativas facilitan una conexión emocional profunda con los seguidores que lleva a una mayor interacción. Por medio de historias que reflejan luchas, éxitos, o momentos cotidianos, los *influencers* pueden humanizar su contenido y hacer que los seguidores se sientan más inclinados a participar (Neher, 2014). El potencial e interacción en las plataformas radica en que el contenido visual más efectivo no solo capta la atención, sino que también genera un ciclo de validación que, a su vez, refuerza la presencia de sus perfiles a lo que se presenta a los usuarios, por medio de los algoritmos y, a través de ello, y el impacto de los *influencers* en las redes sociales. (Abell & Biswas, 2023)

Este ciclo de validación social es un poderoso motivador en las plataformas de redes sociales. El contenido con el cual los usuarios pueden relacionarse fácilmente se vuelve más compartible. Cuando un seguidor se siente representado o ve una parte de su propia vida reflejada en las publicaciones, es más probable que participe por medio de las herramientas que proporciona, y mide, la propia plataforma. Este contenido puede abarcar desde situaciones cotidianas hasta experiencias más elaboradas, siempre con un enfoque en la autenticidad que fomente la confianza. El ciclo se amplía con el uso de tendencias populares que se insertan en el diálogo más amplio, que también tienen sustento retórico en la prueba social y en el algoritmo que proyecta el contenido en las pantallas de más usuarios y que estos, a su vez, lo replican con el propósito de ser parte de esa conversación (Gretzel, 2017)

De esta forma, los contenidos, siempre condicionados por los algoritmos de las plataformas, adquieren potencial de viralización. La profesionalización consiste en el reconocimiento de las estrategias retóricas y en el aprovechamiento de tendencias para incorporarse en la conversación generalizada, precisamente, para ampliar su presencia y convertirla de forma eficiente. Esto requiere un dominio de la comunicación visual actual, de sus reglas y de sus herramientas. (Sample *et al.*, 2020)

Por lo tanto, optimizan el formato en cuanto a iluminación, forma, color y textura para generar propuestas de interpretación que generen reacciones significativas. Al tiempo que el algoritmo afina el contenido que se presenta a cada usuario según los gustos e intereses, los profesionales curan su propuesta según variedad de factores como las interacciones previas, el tipo de contenido que prefieren (imágenes, videos, texto) y tendencias actuales. Con ello, se genera, por un lado, un ciclo de retroalimentación que refuerza preferencias (Poulsen & Kvåle, 2018). Pero también se generan comunidades que replican, se comentan y comparten en torno a intereses y personajes, impulsando la visibilidad y el alcance, lo que afecta la percepción del éxito del contenido, pero también la lealtad del grupo de seguidores (Neher, 2014).

Al apelar a emociones que fortalecen la conexión con el mensaje, las imágenes de estas fuentes construyen significados que afectan la cohesión social y las identidades colectivas. Se insertan en el mismo lugar al que la publicidad ha llegado desde hace tanto tiempo, al de la aspiración a vidas deseables que puede influenciar comportamientos y decisiones. La diferencia es que lo hacen de un lugar que se percibe más cercano y auténtico. De este modo, el marketing de *influencers* se alinea cómodamente en la cultura visual en el que las imágenes no solo representan, sino que proponen significados de deseo y aspiración para permanecer en la mente de la audiencia mucho tiempo después de haber visto el anuncio (LaGrandeur, 2003).

Igual que con cualquier otro elemento publicitario, son los recursos estéticos y retóricos los que contribuyen a esta inmanencia y persuasión. La retórica visual emplea metáforas que conectan emociones con representaciones visuales, haciendo que los espectadores no solo interpreten, sino que también sientan la narrativa que se presenta (Lehtonen, 2011). Al mismo tiempo son los recursos como la repetición la que va construyendo la identidad de marca por medio de colores, formas, encuadres que persisten en los perfiles de las redes sociales (Jamil & Asif, 2023). Es la combinación del mensaje verbal con lo visual lo que refuerza la memorabilidad del mensaje y la adhesión simbólica del consumidor a la marca, al *influencer* y a su propuesta de aspiración.

El elemento visual ha facilitado que la propuesta de estilo de vida de los *influencers* pueda percibirse al mismo tiempo aspiracional y genuina. La pluralidad de significados que se articulan en una imagen permite que puedan combinarse autenticidad y deseo para modelar estilos de vida y conectar con sus seguidores de manera efectiva. Esta fusión permite la promoción de productos, por medio de la ambición, pero desde la base que es la identificación, que es ideal para la narración. Desde esta fundamentación interesa discutir una definición de marketing de *influencer* en la última sección de este capítulo.

EL *INFLUENCER*: ENTRE IMAGEN, SIGNO Y PERSUASIÓN

Con las consideraciones previas, se plantea la construcción de una definición del marketing de *influencer* que tome en cuenta sus elementos operativos tanto como los simbólicos y los retóricos. Toda definición tiene que vincular estas tres aristas pues el fenómeno se encuentra en la encrucijada entre el uso adecuado de colores, formas y composiciones con el que se crea narrativas que resuenan en el público y causa una impresión duradera a partir del cual se construye la influencia en el mercado y en la cultura contemporánea. Esta confluencia evidencia la visualidad como un eje articulador en tanto que la imagen se ha consolidado no solo como el medio de la propuesta de estas plataformas de redes sociales virtuales, sino también la estructura de sentido central en el marketing de *influencers*.

Esto se encuentra anclado a las competencias de interacción que tienen tanto los creadores de contenido como sus seguidores de comprender y construir significados dentro del mar de sentidos potenciales que se ofrece en esta cultura visual contemporánea. Para su interpretación, se vinculan la retórica o la atracción que ejerce la estructura interna de la imagen, con la relación entre sus signos y su significado dentro de una estructura semiótica, con aquella persuasión que se ejerce desde el contexto.

En el primer llamamiento, o «gravidad» para Lehtonen (2011), los elementos visuales que conforman la imagen inducen ciertos efectos retóricos en el espectador, ayudando a de-

finir y reforzar el mensaje o la intención comunicativa. Su combinación provoca la movilización de sentidos, emociones o ideas, construyendo un discurso que puede persuadir, provocar o mediar en la percepción del receptor. La segunda gravitación vincula el contenido de la imagen con el social, cultural, temporal o mediático en el cual se produce y se recibe. Amplios son ya los estudios de recepción que explican las variadas formas en las que esto afecta la interpretación, ya que la misma imagen puede adquirir diferentes significados dependiendo del entorno en que es vista, las experiencias previas del espectador, o las condiciones de circulación y publicación. La adherencia retórica de una imagen influye dentro de los límites del significado social en un momento determinado con respecto a ciertos valores o ideas compartidas.

En esta última gravitación, por lo tanto, las imágenes de los *influencers*, como tantas otras que transitan en el entorno, actúan como signos que contribuyen a dar coherencia y presencia a ciertos aspectos de la realidad social. Por consiguiente, desde la perspectiva semiótica, la visualidad opera como un sistema de signos que produce sentido en contextos culturales específicos. Morgan (2014) plantea que las imágenes no poseen significados fijos, sino que se activan según las prácticas sociales y la interacción situada, convirtiéndose en agentes de construcción simbólica. Poulsen y Kvåle (2018) subrayan que las imágenes digitales no solo representan, sino que articulan identidades y comunidades, al funcionar como medios de expresión ideológica. Nöth (2003), por su parte, sostiene que toda imagen actúa como signo, incluso cuando no representa directamente objetos, al operar dentro de lógicas icónicas y contextuales. En conjunto, estas aproximaciones permiten comprender la imagen no como espejo de lo real, sino como dispositivo cultural que configura valores, expectativas y modos de pertenencia.

Por lo tanto, como signo, su uso en distintos entornos mediáticos destaca elementos de la realidad, las asocia con significados o ayuda a crear escenarios que las vincula con experiencias y situaciones. En esto es lo que la imagen interviene en la construcción de la realidad, dado que sus observadores van asumiendo las representaciones visuales como verdades o realidades consensuadas. En el proceso, mediante la interacción con distintas imágenes de propuestas simbólicas consistentes, se van asociando una serie de signos visuales se asocian a ciertos códigos culturales o sociales, generando un sentimiento de identificación, pertenencia o reconocimiento. Dado el potencial de adherencia que tienen las imágenes, se las concibe como contenidos de gran poder para consolidar significados, valores o ideologías en sus observadores en tanto que pueden articular en su composición signos que activar las instituciones simbólicas, los mitos, o los imaginarios colectivos, lo que refuerza su efecto persuasivo y su capacidad de sedimentar ciertos discursos en la cultura visual.

Las dos formas de atracción, la retórica y la contextual, funcionan para caracterizar el marketing de contenidos en los elementos identificados en la sección anterior, a saber, la aspiracionalidad, autenticidad, validación social, *storytelling* y la forma en la que operan como estrategias retóricas visuales que codifican significados culturales, generan adhesión afectiva, y transforman la interacción marca-audiencia. En primer lugar, porque al promover signos de forma consistente, sus mensajes visuales integran y articulan valores, símbolos y narrativas propios de la cultura social o sectorial, permitiendo que los públicos asocien la marca con ciertos ideales o estilos de vida deseables. En segundo, porque sus composiciones emplean herramientas estéticas y narrativas que evocan emociones y sentimientos particulares que se orientan a la construcción de vínculos emocionales entre la audiencia y la marca. La base de esta relación se funda en la autenticidad y la validación social que crean sensaciones de confianza y la simpatía, facilitan una identificación y conexión afectiva con el mensaje y con su creador. Finalmente,

porque estas asociaciones son trasladadas hacia la marca en cuando a la percepción, las actitudes y el comportamiento del público. La influencia puede facilitar una mayor participación, fidelidad y compromiso, lo que busca una interacción activa y significativa. De esta forma, la retórica del marketing de *influencers*, especialmente montada en la visualidad, opera como estrategias persuasivas que, al codificar y activar significados culturales, promueven una adhesión emocional que, a su vez, reconfigura y fortalece la relación entre la marca y su audiencia.

Esta noción es semiótica en tanto que describe a la imagen no solo como un soporte ilustrativo que representa la realidad sino como sistemas complejos de signos simbólicos que construyen significado cultural y emocional (Jamil & Asif, 2023; Nöth, 2003; Poulsen & Kvåle, 2018). Por lo tanto, la producción y propagación de imágenes permite a los usuarios expresar y realizar significados dentro de contextos sociales específicos, contribuyendo a la formación de identidades y a la construcción de comunidades en línea. Como se ha visto, este es el material que aprovechan los *influencers* y las marcas para insertarse en la dinámica de representación visual, de la que se sirven para relacionarse con ideologías, valores culturales, y normativas sociales particulares.

Estas funciones simbólicas e ideológicas de la visualidad que enfatiza la perspectiva semiótica son particularmente relevantes en el contexto contemporáneo. Dada la versatilidad interpretativa y creativa de la imagen, las plataformas se ofrecen como espacios para crear y compartir narrativas que afectan la percepción del espectador y su interacción con el contenido. Las posibilidades creativas y divulgativas particulares de las redes sociales, por lo tanto, son espacios de recontextualización y resignificación constante que se ejecuta por medio de la interacción con el entorno y con otros que conviven a través de él, así como de las múltiples propuestas que son puestas a disposición (Nöth, 2003; Poulsen & Kvåle, 2018). Es decir, se trata de entornos que extienden el elemento semiótico de la intertextualidad, enriqueciendo constantemente las imágenes con capas significativas. Ahí, las imágenes son herramientas poderosas dentro de un enorme ecosistema de signos visuales, profundamente implicadas en la configuración de significados culturales y sociales y en la construcción de identidades en el entorno digital.

UNA PROPUESTA RETÓRICA DE DEFINICIÓN PARA EL MARKETING DE *INFLUENCERS*

La visualidad mediática en la que las audiencias interpretan y construyen los mensajes de la publicidad de *influencers* se constituye en una estructura semiótica, su metonimia y se conecta contextualmente para su eficacia persuasiva. Esta eficacia, por lo tanto, se vincula con la atracción de atención tanto como por la posibilidad de atraer relevancia en un momento como medio, género y debate (Lehtonen, 2011). Si esto es relevante para cualquier imagen de intensión retórica, lo es aún más para la publicidad, en específico la que interesa a esta cuestión.

Al respecto, se aprovechan para la discusión de una definición tres referentes de la retórica en la visualidad: LaGrandeur (2003), Lehtonen (2011) y Jamil y Asif (2023). El primero centrado en el análisis de imágenes digitales desde una perspectiva clásica. El segundo relevante por su análisis de la fotografía, fundamental en el contenido que circula en redes sociales y los terceros, específicamente enfocados en la retórica de la publicidad digital.

Con miras a la reconstrucción de los elementos retóricos del marketing de *influencers*, se parte de sus propuestas sobre la retórica visual. Para el primero, se define como el uso es-

tratégico de imágenes para comunicar, persuadir y evocar emociones, siguiendo la tradición clásica de Aristóteles y Gorgias. Destaca la capacidad emocional y el ethos de las imágenes como base para establecer confianza y conexión con la audiencia. Mientras, Lehtonen, desde un enfoque cultural, concibe la imagen como vehículo de significados simbólicos y abstractos, anclados en contextos de recepción. En su visión, las imágenes son vistas como recursos persuasivos cuya eficacia depende tanto de su estructura visual interna como del entorno editorial en el que se publican. Finalmente, la propuesta de Jamil y Asif regresa a la semiótica para recordar que imágenes son sistemas complejos de signos están diseñadas para captar atención, generar identificación y movilizar deseo.

Estas definiciones apuntan a las funciones retóricas de la imagen que permiten identificar tres ejes de análisis en la visualidad del marketing de *influencers* para su análisis. Por un lado, la emocionalidad como uno de sus aspectos más poderosos y estratégicos. Se refiere a la capacidad de las imágenes para evocar sentimientos, influir en estados de ánimo y activar reacciones afectivas en los espectadores. Se logra por medio de la articulación de recursos visuales y compositivos, tales como el uso de color, la composición y enfoque que estructuran una escena y que guían la atención, produciendo tensión, empatía o sensibilidad, dependiendo de cómo se estructure. Involucra también las expresiones faciales y posturas como una de las principales vías para despertar empatía, compasión, alegría o dolor. De esta forma, se componen metáforas visuales que resuenan con experiencias o deseos socialmente compartidos mediante el contexto desde el cual se anclan las respuestas emocionales.

Una segunda característica es la credibilidad y el ethos que apunta a que un diseño visual genera confianza y credibilidad en tanto que la imagen no es un reflejo de la realidad, sino una puesta en escena del discurso. La publicidad tiene estrategias consolidadas en este sentido que han sido adaptadas a los entornos del marketing de *influencers*. En estas plataformas, la consistencia simbólica se traduce en colores de perfil y sobre todo una estabilidad en el mensaje entre lo textual, lo verbal, las marcas asociadas y lo comunicado por la marca personal del creador de contenido. Esto se suma a la idea de realidad que asociamos a la imagen y a discursos cuidadosamente procurados que promueven aquellas imágenes que parecen auténticas o que parecen haber sido tomadas en contextos reales y que tienden a aumentar la confianza del espectador. Esto se relaciona o vincula con la característica previa en tanto que puede ser manipulado a través de la elección de escenas, ángulos y detalles que refuerzan la percepción de autenticidad. Al tiempo, son valoraciones que se encuentran profundamente enraizadas en el contexto social.

Entre estas dos características de lo visual se ejecutan las figuras retóricas visuales — como metáforas, paradojas y aliteraciones visuales— que permiten a las marcas y los creadores de contenido posicionarse de forma diferenciada en el mercado y en la percepción del público. Por ejemplo, las metáforas visuales permiten ilustrar asociaciones culturales o simbólicas complejas con gran economía de atención que además pueden ser memorables. Las paradojas retienen la atención con potencial de viralización, con un enfoque en la creatividad o en lo jocoso del creador, lo que lo hace creíble por cercano. O las aliteraciones mediante la repetición o patrones, crean un efecto estético que favorece la memorización y cohesión del que los perfiles dependen para construir una identidad visual distintiva y coherente.

La tercera característica es la producción activa de sentido que reitera que lo visual no es una representación o un trozo de realidad sino un agente de construcción simbólico que codifica significados dentro de géneros visuales que guían su interpretación. Es esta característica la que envuelve la caracterización de la imagen como partícipe de la persuasión como estructura significativa.

A partir de estas tres características se entiende, entonces que la definición se proponga como resultado de esta reflexión, distingue una dualidad de la visualidad entre la forma expresiva y dispositivo retórico. Más allá, privilegia la función y entiende que la valoración estética de la imagen, dado que se aprecia desde sus intenciones y su uso, esta subordinada a su eficacia persuasiva puesto que, en marketing, toda forma visual es estratégica.

A partir del análisis precedente, se plantea una definición integradora de marketing de *influencers* que considera sus dimensiones funcionales, simbólicas y retóricas, con especial atención a su visualidad como dispositivo persuasivo y generador de sentido. En este contexto, se propone la siguiente formulación:

El marketing de *influencers* es una práctica comunicativa persuasiva que opera en entornos digitales mediante la colaboración entre marcas y figuras públicas o semipúblicas que gozan de legitimidad en comunidades específicas. Su eficacia no se limita a la difusión de mensajes comerciales, sino que reside en la capacidad retórica del influencer para construir un discurso visual-verbal que articula identificación, afecto y deseo. A través de una visualidad codificada culturalmente, los *influencers* configuran narrativas performativas de autenticidad que interpelan a sus audiencias desde la familiaridad, la proximidad y la estética aspiracional. Este fenómeno se sostiene en un régimen multimodal de signos que activa mecanismos de *gravitación retórica* (Lehtonen, 2011), donde la imagen funciona como tropo visual —especialmente metonímico—, condensando significados sociales y comerciales en estructuras de sentido reconocibles. El marketing de *influencers*, así concebido, no es sólo una estrategia de alcance, sino una tecnología de adhesión simbólica.

Esta articulación muestra que los creadores de contenido, al compartir imágenes, acompañadas de texto activan estrategias de persuasión visual para construir estilos de vida deseables, establecer autenticidad (*ethos*), provocar emociones, y generar identificación. Mediante estas imágenes, los creadores de contenido, pero también las marcas a las que se asocian y los seguidores que forman comunidades a su alrededor se posicionan dentro o con respecto de comunidades interpretativas desde las cuales construyen e interpretan significados, específicamente sobre lo deseable. Por lo tanto, se trata de una circulación de imágenes dentro de un sistema eminentemente retórico donde *ethos*, *pathos* y estética están alineados para cumplir objetivos de visibilidad, validación social y conversión comercial.

CONSIDERACIONES FINALES

El presente capítulo contribuye al estudio del marketing de *influencers* al centrar la atención en su dimensión visual como eje estructurante de las estrategias discursivas contemporáneas. Al articular enfoques funcionales, simbólicos y teóricos desde la retórica visual y la semiótica social, se propone una comprensión más amplia y compleja del fenómeno, superando visiones reduccionistas centradas exclusivamente en métricas o formatos. Se destaca que la imagen no solo ilustra un mensaje, sino que produce sentido, moviliza emociones y configura vínculos identitarios en el entorno digital.

Esta lectura permite desentrañar los mecanismos mediante los cuales los *influencers* construyen credibilidad, deseo y autenticidad, articulando estilos de vida aspiracionales que funcionan como modelos de consumo y pertenencia. La visualidad, por tanto, no es un mero soporte del mensaje comercial, sino una forma de estructuración simbólica y afectiva

que responde a lógicas algorítmicas y culturales propias de las plataformas digitales. Este enfoque aporta herramientas analíticas para comprender cómo se genera validación social, se negocian significados y se configuran imaginarios colectivos en las redes.

Asimismo, el marco propuesto permite observar cómo las imágenes no solo operan como vehículos de persuasión, sino como estructuras de sentido que participan activamente en la construcción de lo social. En tanto articulaciones visuales de poder, deseo y legitimidad, las prácticas del marketing de *influencers* reproducen o disputan órdenes simbólicos que moldean los imaginarios colectivos. La visualidad estratégica implica una toma de posición en el espacio público: al seleccionar qué se muestra, cómo se representa y a quién se interpela, se establecen jerarquías de visibilidad, formas de reconocimiento y lógicas de exclusión o inclusión en el discurso digital. Desde esta perspectiva, la imagen se convierte en una escena de negociación política, donde se disputan no solo bienes de consumo, sino sentidos de pertenencia, aspiraciones y modos de existencia.

En este sentido, la definición integradora aquí propuesta puede servir como una herramienta conceptual para orientar nuevas investigaciones en áreas como el marketing comercial, el marketing político, la producción de contenido digital, la comunicación institucional o las economías creativas. Al ofrecer una caracterización transversal que articula funciones técnicas, estéticas y retóricas de la visualidad, el capítulo habilita la exploración de fenómenos emergentes en plataformas, audiencias y formatos híbridos. Su utilidad no reside en prescribir métodos, sino en proporcionar un andamiaje teórico capaz de identificar las configuraciones discursivas que definen las prácticas de influencia en distintos contextos socio-técnicos y culturales. Esta perspectiva abre un campo fértil para la investigación crítica de los regímenes de visualidad contemporáneos en su articulación con mercados, dispositivos y subjetividades.

Por tanto, comprender el marketing de *influencers* desde su dimensión visual y retórica no solo permite delimitar conceptualmente un fenómeno complejo, sino también rastrear sus implicaciones en la economía del deseo, la circulación de imaginarios y las lógicas algorítmicas que configuran el entorno digital. Este enfoque invita a pensar las imágenes no como simples soportes estéticos o comerciales, sino como formas activas de intervención en la cultura visual contemporánea. Así, se consolida una mirada crítica que sitúa la visualidad como eje estructurante del vínculo entre marca, mensaje y audiencia, y como punto de partida para futuras indagaciones que exploren sus derivaciones simbólicas, políticas y materiales.

REFERENCIAS

- Abell, A., & Biswas, D. (2023). Digital Engagement on Social Media: How Food Image Content Influences Social Media and Influencer Marketing Outcomes. *Journal of Interactive Marketing*, 58(1), 1-15. <https://doi.org/10.1177/10949968221128556>
- Argyris, Y. A., Wang, Z., Kim, Y., & Yin, Z. (2020). The effects of visual congruence on increasing consumers' brand engagement: An empirical investigation of influencer marketing on instagram using deep-learning algorithms for automatic image classification. *Computers in Human Behavior*, 112. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106443>
- Barba González, R. (2023). Estrategias de contenido en la construcción de autenticidad comercial a través de la imagen para la participación en Instagram. *Transdigital*, 4(7), 1-21. <https://doi.org/10.56162/transdigital155>

- Barba González, R. (2024). Huecos y burbujas en el marketing digital actual. *Nthe*, 47-54.
- Cascio Rizzo, G. L., Berger, J., & Ordenes, F. V. (2023, January 25). *What Drives Virtual Influencer's Impact?* SSRN. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4329150>
- Fujiwara, T., & Martin, H. (2023). Investigating the Impact of Social Media on Consumer Behavior in Online Fashion Retail: A Focus on Influencer Marketing and Visual Content Strategies. In *CEBONG Journal ISSN* (Vol. 3, Issue 3).
- Fumagalli, A., Lucarelli, S., Musolino, E., & Rocchi, G. (2019). El trabajo (labour) digital en la economía de plataforma: el caso de Facebook. *Hipertextos*, 6(9), 12-41.
- Gretzel, U. (2017). THE VISUAL TURN IN SOCIAL MEDIA MARKETING. *Tourismos*, 12(3), 1-18. <https://doi.org/https://doi.org/10.26215/tourismos.v12i3.529>
- Hogsnes, M., Grønli, T. M., & Hansen, K. (2024). Exploring Influencers' Commercial Content on Instagram. *Journal of Interactive Advertising*, 24(2), 156-168. <https://doi.org/10.1080/15252019.2024.2316114>
- Hsiao, Y. H., & Lin, Y. Y. (2025). Decoding influencer marketing effectiveness on instagram: Insights from image, text, and influencer features. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 85. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2025.104285>
- Jamil, M. J., & Asif, S. I. (2023). The visual rhetoric of images: an exploration of visual rhetorical figures in digital advertising. *Palarch's Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology*, 20(1), 119-141.
- LaGrandeur, K. (2003). Digital Images and Classical Persuasion. In M. E. Hocks & M. R. Kendrick (Eds.), *Eloquent Images: Word and Image in the Age of New Media* (pp. 117-136). The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/2694.001.0001>
- Lehtonen, K. E. (2011). *Rhetoric of the visual. Metaphor in a still image*. Jyväskylä University Printing House. https://jyx.jyu.fi/jyx/Record/jyx_123456789_37204
- Morgan, C., & Kynigos, C. (2014). Digital artefacts as representations: Forging connections between a constructionist and a social semiotic perspective. *Educational Studies in Mathematics*, 85(3), 357-379. <https://doi.org/10.1007/s10649-013-9523-1>
- Narassiguin, A., & Sargent, S. (2019). *Data Science for Influencer Marketing : feature processing and quantitative analysis* (Social and Information Networks). <http://arxiv.org/abs/1906.05911>
- Neher, K. (2014). *Visual Social Marketing For Dummies*. John Wiley & Sons. www.wiley.com
- Nöth, W. (2003). Semiotic foundations of the study of pictures. *Sign Systems Studies*, 31(2), 377-392. <https://doi.org/10.12697/sss.2003.31.2.04>
- Poulsen, S. V., & Kvåle, G. (2018). Studying social media as semiotic technology: a social semiotic multimodal framework. *Social Semiotics*, 28(5), 700-717. <https://doi.org/10.1080/10350330.2018.1505689>
- Sample, K. L., Hagtvedt, H., & Brasel, S. A. (2020). Components of visual perception in marketing contexts: a conceptual framework and review. In *Journal of the Academy of Marketing Science* (Vol. 48, Issue 3, pp. 405-421). Springer. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00684-4>
- Sánchez Villegas, D., Goanta, C., & Aletras, N. (2023). *A Multimodal Analysis of Influencer Content on Twitter* (Computation and Language). <https://doi.org/https://doi.org/10.48550/arXiv.2309.03064>
- Tirado-García, A., & Doménech-Fabregat, H. (2021). Photo-text interaction as a political communication strategy on instagram during the campaign for the Spanish election of 28 April 2019. *Profesional de La Informacion*, 30(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.23>

La cultura de la cancelación: ¿una policía de la moral?

Mauricio Ávila¹

Universidad Autónoma de Querétaro

<https://orcid.org/0000-0002-1716-2685?lang=en>

Resumen:

En este trabajo hacemos un análisis de la cultura de la cancelación a partir de la noción «Policía de la moral», propuesta por John Stuart Mill. Partimos de la siguiente hipótesis: la cultura de la cancelación —la cual se presenta en las comunidades virtuales, lugar donde se da un intercambio de opiniones— consiste en la censura de las creencias que se consideran impropias u ofensivas, con ello las personas que participan en la desaprobación de una opinión se colocan en la posición del vigilante que, universalizando lo particular, se convierten en el juez último de lo moral, de lo correcto o lo decente: Policía de la moral. Desde la propuesta de Mill, esto conlleva a que se atrofie uno de los impulsores que tienen los humanos para desarrollarse espiritualmente: la libertad de expresión, la especulación libre. Entonces, nuestro objetivo es, por un lado, advertir las características de la policía de la moral y, por otro lado, establecer algunos lineamientos que, según Mill, cuidándolos, procurarían un desarrollo espiritual a través del intercambio de ideas en el marco de la libertad de expresión y acción.

Palabras clave:

Comunidades virtuales, policía de la moral, cultura de la cancelación, libertades y desarrollo espiritual humano.

¹ Doctor en Filosofía por la Universidad Autónoma de México. Perteneció al Sistema Nacional de investigadores de la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación (Secihti). Miembro del Cuerpo Académico «Filosofía contemporánea» con registro en la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ). Profesor de tiempo completo en la Facultad de Filosofía de la UAQ.

El control totalitario de la opinión se extiende, sin embargo, a dominios que a primera vista parecen no tener significación política. A veces es difícil explicar por qué se proscriben oficialmente unas doctrinas determinadas o por qué se fomentan otras, y es curioso que estos gustos y antipatías no dejan de presentar semejanzas en los diferentes sistemas totalitarios.

—Friedrich Hayek, *Camino de servidumbre*.

INTRODUCCIÓN

Existen límites que el Estado debe guardar en su relación con la ciudadanía: fronteras que no puede cruzar para imponer lo que se debe creer, pensar o hacer, en los ámbitos religiosos, políticos sociales, etcétera. En una sociedad donde la intervención del Estado sobre el individuo está circunscrita a garantizar sus libertades, como lo hizo notar John Stuart Mill (1993), bajo los presupuestos empiristas-utilitaristas, aún era necesario establecer directrices, no gubernamentales, que no sólo permitieran una convivencia pacífica entre la propia ciudadanía, además, que permitiera el desarrollo espiritual, lo que se traducía en las mejores condiciones de vida. Para Mill, la libertad de expresión, en conjunto con la libertad de acción, eran una condición —un propulsor— que permitía dicha convivencia y el desarrollo espiritual humano y, por ello, había que resguardarlas.

Sin embargo, la protección no consistía en establecer verdades inamovibles; ni, mucho menos, en ser permisivos. Quizá, como en todo intercambio de ideas, para Mill, el reto era sostener la pregunta, cancelarla con verdades que se asentaban como infalibles suponía la existencia de un estadio humano de perfección. Así, mientras esto no pasara, la experiencia que se generaba en la vida con el intercambio de opiniones y desiciones era el sustento de un camino abierto a las posibilidades del desarrollo espiritual; si es que esto fuera posible. Mas, aunque la experiencia, si bien refleja un cúmulo de acciones y decisiones que se han considerado las mejores opciones para hacer frente a la vida, aún así siempre había que estar abierto a las posibilidades.

Mill sugirió algunos lugares donde las libertades debían ser resguardadas, por ejemplo, en el ámbito educativo. Empero, actualmente hay otros lugares donde se establecen formas de coexistencia y donde dichas libertades también deberían ser procuradas. Existen comunidades virtuales donde, de manera espontánea, los individuos comparten intereses, aunque no necesariamente opiniones; son espacios temporales y difusos, de encuentros y desencuentros de modos de vida. Guardando toda proporción, así como en la Grecia de Sócrates, el ágora era un lugar de discusión sobre los asuntos de la polis, en los espacios virtuales se forman «comunidades y se discuten una variedad amplia de temas. Consideramos que es evidente que en ellos se da un encuentro de *opiniones*, además de *regulaciones* de todo tipo: artísticas, cuando está en cuestión el *gusto*; morales, cuando se discute la condición de bondad o maldad de una opinión o una acción; políticas, cuando se interpelan las mejores formas de gobierno y proyectos públicos; económicas, cuando se establece los problemas de la justicia social; entre otras posibilidades. Por ello, proponemos que las comunidades virtuales, en alguna medida, pueden considerarse como espacios políticos. Sin embargo, así como en estas comunidades es posible un intercambio de ideas, también son espacios de vigilancia y censura de ideas. Se utiliza el término cultura de la cancelación para referirse a esta observación, muchas veces desmedida, de las opiniones y las acciones que, desde un punto de vista unilateral, se consideran impropias o inmorales.

Dicho lo anterior, desde el utilitarismo de John Stuart Mill, referente del liberalismo clásico, planteamos los peligros de la cultura de la cancelación con relación, en lo particular, con las libertades de expresión y, en lo general, con el desarrollo espiritual. La hipótesis sugiere que la cultura de la cancelación es una forma de policía de la moral que no sólo descarta la exploración de las razones que justifican toda creencia y acción, las propias y las que no son compartidas; además, ésta no permite un desarrollo moral, político, social, entre otros, puesto que dificulta que las mentes de los seres humanos se ensanchen y se fortalezcan[,] a través de la especulación libre y audaz sobre los problemas más elevados». (Mill, 1993, p. 96) Nuestro objetivo es, entonces, por un lado, sugerir los elementos que justifican una lectura de la cultura de la cancelación como una policía de la moral; pero, sobre todo, nos interesa plantear algunos lineamientos que, según Mill, cuidándolos, procurarían un desarrollo espiritual posibilitado por el intercambio de ideas en el marco de la libertad de expresión y acción.

Dividimos el trabajo en tres secciones. En la primera planteamos qué es la policía de la moral y sus peligros con relación al desarrollo espiritual. En la segunda sugerimos por qué la cultura de la cancelación se puede describir como una policía de la moral. En la tercera, como conclusión, delineamos la propuesta de Mill con relación a las precauciones, los obstáculos y las condiciones para un intercambio de ideas.

Finalmente, nos resta decir que si la población destina una cantidad importante de horas al día en las comunidades virtuales y si ahí encuentra referentes de todo tipo (políticos, morales, estéticos, etcétera), es relevante advertir sus peligros.

LA POLICÍA DE LA MORAL: LA TIRANÍA DE LA MAYORÍA

La libertad de expresión, así como otros ámbitos de la vida, está vinculada, al menos, a un problema epistémico: está sujeta a los supuestos que permiten orientar la existencia. Platón no sólo señaló que éste se caracterizaba por ser una creencia, verdadera y justificada; además, y de manera enfática, él destacó que el conocimiento también era una guía para la acción no sólo en el ámbito científico, además, en el moral y el político. Entonces, ¿cuál es ese conocimiento que orienta la vida? Ésta es una cuestión que deben ser respondida. Empero, si esta pregunta no tienen una respuesta *a priori*, la opción empirista-utilitarista era que la experiencia, como el cúmulo de las buenas o las malas decisiones, sería el hilo conductor que guiaría las opiniones y las acciones humanas. Y, además, si nadie tiene un conocimiento total, si nadie puede experimentar todas las formas de vida posibles que permita determinar qué es lo mejor humanamente hablando (aquello que caracteriza a las sociedades decentes, reza una sentencia de Mill), entonces era insoslayable apropiarse de las múltiples experiencias que ofrecen las distintas formas de vida.

Entonces, el vínculo entre libertad de expresión, conocimiento y experiencia se finca, por un lado, en la justificación de las creencias y la orientación en la vida y, por otro lado, y de manera enfática, la libertad de expresión, junto con la libertad de conciencia y de acción, eran una condición bajo la cual era posible el desarrollo moral, el espiritual y, como también Mill lo señaló, de la inteligencia humana: «El hombre es capaz de rectificar sus equivocaciones por medio de la discusión y la experiencia. No sólo por la experiencia; es necesaria la discusión para mostrar cómo debe ser interpretada la experiencia». (Mill, 1993, pp. 80-81) Sólo de esta manera, así Mill lo consideró, sería posible la educación (en sentido restringido,

la transmisión de las mejores decisiones y formas de vida), la cultura (mejores decisiones y formas de vida) y, en último término, la civilización (el desarrollo espiritual humano).

La experiencia humana, y con ello el desarrollo moral e intelectual, se fincaba en la espontaneidad individual, en la libertad humana tanto en sus opiniones como en sus formas de vida:

La única libertad que merece este nombre es la de buscar nuestro propio bien, por nuestro camino propio, en tanto no privemos a los demás del suyo o les impidamos esforzarse por conseguirlo. Cada uno es el guardián natural de su propia salud, sea física, mental o espiritual. La humanidad sale más gananciosa consintiendo a cada cual vivir a su manera que obligándole a vivir a la manera de los demás. (Mill, 1993, p. 61)

Entonces, censurar toda posibilidad de opinión, acción o forma de vida, sin que la experiencia haya permitido una valoración de éstas, sería creer que se ha llegado a un nivel de desarrollo donde se poseen todas las verdades incuestionables o, de otra manera, sería creer que se es infalible. Por ello, la verdad de las opiniones siempre tenía que ser cuestionada, sólo así mantenía un estatus de «verdad viva»: si ésta se transmitiera sin crítica, sin ser el producto de una actividad intelectual de un individuo, entonces ella habría perdido toda su vitalidad, se tornaría en un «dogma muerto»; el cual no es el fruto de una razón vigorosa y de fuertes sentimientos, sino de la mera adecuación a un modelo aprobado. Los dogmas muertos son pesados juicios que terminan con el diálogo y, con ello, con la fuerza del desarrollo espiritual.

En este sentido, para Mill, uno de los males mayores de los humanos era la inclinación fatal para dejar de preguntarse cuando se cree que todo es seguro; y, si bien, es obvio que se vive con certezas que se consideran incuestionables, inevitablemente, siempre había que exponer las razones profundas de éstas a aquellos que no las comparten: presentar a los otros y recordarse a uno mismo la justificación del porqué se cree y se actúa como se hace. Esto significaba estar abierto a la crítica. Así, de manera muy semejante al falsacionismo de K. Popper (1980, p. 33), en el cual se encomienda el esfuerzo por buscar las instancias refutadoras de toda hipótesis, Mill (1993) señaló que «las creencias en las que mayor confianza depositamos no tienen más salvaguardia para mantenerse que una permanente invitación a todo el mundo para que pruebe su carencia de fundamento. Si la invitación no es aceptada o si, aceptada, fracasa en su intento, podremos estar lejos todavía de la certidumbre, pero habremos hecho todo lo que el actual estado de la razón humana consiente». (p. 82)

Vivir en la certeza, como lo quisieran algunas sectas o religiones, no promueve el desarrollo intelectual, pues el quietismo y el seguimiento ciego no hace un bien a la sociedad: «Las facultades humanas de percepción, juicio, sentimiento crítico, actividad mental, e incluso preferencia moral, se ejercen cuando se hace una elección». (Mill, 1993, p. 129) Entonces, de manera paradójica, la tradición y la costumbre tienen, al menos, dos perspectivas: si bien, por un lado, y en alguna medida, con éstas se establece un grado del bienestar humano dado por la cantidad de certezas que se poseen; empero, por otro lado, aquéllas también encierran un grave peligro pues, como ya se mencionó, uno de los peores perjuicios para los humanos es la inclinación a cobijarse en las certezas y no ponerlas jamás en duda.

Afianzarse en las opiniones e imponerlas como únicas, refiere a lo que Mill denominó como una «Tiranía social», una «Tiranía de la mayoría». Esta imposición se extiende hacia los ámbitos de la libertad que deben ser resguardados:

En primer lugar, el dominio interno de la conciencia, exigiendo libertad de conciencia en el sentido más amplio, libertad de pensar y sentir, libertad absoluta de opinión y sentimiento en todas las materias, prácticas o especulativas, científicas, morales o teológicas.

En segundo lugar, libertad de gustos y de inclinaciones, libertad de ajustar nuestro plan de vida a nuestro propio carácter, libertad de hacer lo que nos guste, sujetos a todas las consecuencias que puedan derivarse de ello, sin que nos lo impidan nuestros semejantes —en tanto que lo que hagamos no les perjudique—, aunque puedan pensar que nuestra conducta es insensata, perversa o equivocada.

En tercer lugar, la libertad de asociarse entre individuos. (Mill, 1993, pp. 68-69)

Si bien la tiranía de la mayoría, en principio, está expresada en términos numéricos, pues contempla aquellas formas de pensar y actuar que, en cantidad mayor, siguen las personas; sin embargo, habría que precisar que, por un lado, esa mayoría es relativa, esto es, el punto para calificar ese mayor y menor es móvil, no está sujeto a un conjunto de creencias o individuos específicos: las personas pueden ser minoría en una circunstancia y mayoría en otra; por otro lado, también puede referir a una posición, al lugar que ocupan aquellos que les es posible «imponer» una perspectiva sobre el pensamiento y la acción. Además, si bien la tiranía social puede referirse, en general, a la imposición de opiniones, consideramos que la imposición puede establecerse de diferentes maneras.

Un primer caso sobre cómo se ejerce la tiranía de la mayoría se ejemplifica a través de lo que Mill llamó las autoridades legales; parece referirse al Estado. No se trata de la tiranía de los magistrados sobre la población, esto es, el Estado que impone una opinión o una acción que debería ser una opción personal. Al contrario, proponemos que se trata de la población, a través de los magistrados, siendo tiránica con la propia población. Aunque no es un ejemplo de Mill, sugerimos que un caso emblemático es la nueva disposición en México para que el primero de junio de 2025, los mexicanos elijan de manera democrática, por voto universal, 881 cargos en el Poder Judicial de la Federación, entre ministras y ministros de Suprema Corte de Justicia de la Nación, así como juezas y jueces de distrito. (INE, s/f) Esto gracias a una reforma al poder Judicial, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 15 de septiembre de 2024, y a la Ley de carrera judicial del poder judicial de la federación, nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 2 de enero de 2025, en la cual se modificó y estableció el ingreso, la promoción, la evaluación del desempeño, la permanencia y la separación del cargo para aquellos servidores públicos.

Un supuesto para esta disposición es que la vigilancia de la ciudadanía sobre las acciones de los integrantes del Poder Judicial de la Federación reducirá la corrupción, pues ellos estarán bajo el escrutinio público. Si bien no se puede afirmar que, cuando se imparte justicia, los jueces, magistrados y ministros sean «objetivos»; siempre se interpreta la ley. Sin embargo, la duda razonable es sobre si la elección de los servidores públicos se determinará, por un lado, más por la popularidad de éstos o por si las sentencias que han realizado son compatibles con las creencias de los futuros votantes; y, por otro lado, más por un historial de resoluciones apegadas a demandas legítimas de justicia social —derechos sexuales o étnicos, identidades divergentes, etcétera—, aunque éstas no apliquen para los casos juzgados; O, por el contrario, como debería ser, la elección de los servidores públicos se establecerá por la objetividad y el apego de ellos a la Constitución o al marco jurídico. De no ser así, toda querrela se resolverá en un sentido u en otro por presiones sociales y no por derecho. Con ello una especie de tiranía social determinará la interpretación y la decisión que tomen los servidores públi-

cos en cada caso: guardando toda proporción, tal como en el circo romano, donde la vida y la muerte, el veredicto, quedaba sujeto a las pasiones del auditorio y a si a éste levantaba el dedo pulgar —símbolo de la espada desenvainada y la pena de muerte—, así el futuro de todo caso podría quedar sesgado por la opinión pública y no por el apego al derecho.

En segundo lugar se pueden destacar otros ámbitos que no están regulados por el Estado y donde la tiranía social también se hace presente. Mill sugiere que la sociedad establece mandatos y, como un exceso, pretende aplicarlos en ámbitos en los que no tiene competencia, específicamente, como ya se mencionado, en el pensamiento, la opinión y la conciencia, así como en actos y costumbres que no son sociales sino individuales. Por ello, Mill (1993) advirtió que «el daño contingente o, como podría ser llamado, constructivo, que una persona cause a la sociedad por una conducta que ni viola ningún deber específico respecto al público ni ocasiona un perjuicio perceptible a ningún individuo, excepto a él mismo, es un inconveniente que la sociedad puede consentir en aras del mayor bien de la libertad humana». (p. 162) Sin embargo, rompiendo estos límites, en la tiranía de la mayoría, la sociedad va imponiendo opiniones, sentimientos, gustos, etcétera, que muchas veces, así Mill lo sugirió, son una tiranía más terrible que la que puede darse a través del Estado. Lo anterior no sólo porque se entromete en los asuntos personales del individuo, además porque avasallan su carácter, su ánimo.

Al respecto, Mill advirtió sobre las causas y los objetivos que defienden los movimientos altruistas. Si bien éstos tienen pretensiones bondadosas y legítimas, se miran como «caballeros de la virtud», sus acciones implican la imposición de sus valores; las posibilidades de esto dependerán de la posición que tengan en el Estado o en la comunidad. Los movimientos filantrópicos, aquéllos que, para bien o para mal, se proponen un mejoramiento de la moral y una mejor relación entre los individuos, como Mill lo señaló, son susceptibles a imponer reglas de conducta, las que ellos consideran las mejores, y exigir que la ciudadanía se adecúe a estos modelos. Esto es un acto tiránico pues nadie

«puede ser obligado legítimamente a hacer algo o abstenerse de hacerlo por el hecho de que eso sería mejor para él, porque le haría más feliz, o porque en opinión de los otros hacer eso sería lo sensato, o incluso lo justo. Estas son buenas razones para discutir con él, o razonar con él, o persuadirle, o suplicarle, pero no para obligarle, o infligirle algún daño en caso de que actúe de otra manera. Para justificar esto último, la conducta de la que se desea disuadirle tiene que estar calculada para provocar daño en alguna otra persona». (Mill, 1993, p. 31)

Sin embargo, la imposición de creencias, por muy altruistas que sean, no sólo es un acto tiránico porque coartan la libertad de opinión, además es una de las causas de la formación de ciudadanos con espíritu débil. Esto se funda, según Mill, en varias suposiciones: si las facultades humanas —por ejemplo, el juicio moral— se desarrollan (para Mill la evidencia de esto es que, sin duda, tenemos experiencias que nos orientan en lo que está bien o está mal); si es necesario tomar decisiones para que tal desarrollo sea posible; y, finalmente, si cobijarse en las certezas, sin ponerlas en duda, significa no ejercitar las facultades humanas; entonces, para Mill, la adecuación a las verdades de los movimientos altruistas, entre otras, podrían conducir a una actitud pasiva, conformista: «En lugar de grandes energías guiadas por una razón vigorosa y fuertes sentimientos poderosamente dominados por una voluntad consciente, su resultado es sentimientos y energías débiles, las cuales pueden, por consiguiente, ser sometidas a la regla, al menos exteriormente, sin ningún esfuerzo de voluntad ni de razón». (1993, p. 143)

En consonancia con lo anterior, aunque desde diferentes supuestos, Slavoj Žižek nos ofreció un ejemplo cercano. Él denunció una serie de movimientos que consideró fanáticos; movimientos que, sin deslegitimar sus causas, son acusados de imponer perspectivas o visiones de mundo en las que se vetan o se prohíben otras formas de pensamiento, esto en ocasiones bajo la intimidación o la amenaza. Žižek señaló algunos «movimientos altruistas»: la Izquierda liberal políticamente correcta predica la permisividad a aunque desde todas las formas de identidad sexual y étnica; sin embargo, en su afán por garantizar esta tolerancia, necesita cada vez más reglas de cancelación y regulación que introducen constante ansiedad y tensión en este feliz universo permisivo». (2022)

Mill no estaría en contra de una vigilancia de nuestros vínculos sociales. Específicamente, en aquellos asuntos que rebasan el ámbito privado y se extienden a lo público: un cuidado de aquellas acciones u opiniones que no se limitan al ámbito privado y que son susceptibles de un juicio moral o legal. Sin embargo, este ejercicio de vigilancia estaba limitado y Mill señaló sus vicios. Para ello, junto a la noción de «Tiranía social», él acuñó la noción de «Policía de la moral». Esta noción refería a la tendencia *natural* de los humanos a extender los límites de sus preferencias personales hacia el ámbito privado de otras personas. La policía de la moral remite a la investidura de las preferencias personales —juicios, gustos, sentimientos, etcétera— con el velo de la universalidad.

La policía de la moral, si se nos permite dimensionarla desde otra perspectiva, es similar a lo que en su obra *Historia de la sexualidad I* (1976), Foucault denominó la «Policía de los enunciados». Esta idea refería a la depuración del lenguaje, a un intento por ordenar, en una práctica concreta, por ejemplo en la psicología, aquello de lo que era legítimo hablar o callar, incluso en la manera en la que esto se debía hacer. Así, se establecía un ámbito que circunscribía y delimitaba lo decente de lo inmoral, en este caso, con relación a la sexualidad. En otras palabras, se establecía un orden del discurso constituido por un dominio de conceptos que delimitaban un ámbito donde la observación de las palabras se regía por un compromiso con la verdad y, además, con la manera en que se establecía una relación de gobierno entre los individuos: un orden del discurso para lo legal, para lo moral, para lo sexual, para la enfermedad. Entonces, se establece un orden de la verdad porque bajo de ésta se fija aquello de lo que, legítimamente, se puede hablar con verdad o mentira y, por tanto, porque deja fuera aquello de lo que ni siquiera es lícito cuestionarse; establece un orden del gobierno porque instituye una forma de conducción sobre de los otros y de sí mismo, ya sea en el ámbito de lo legal, moral, sexual, entre otros: nada está puesto en consideración, nada se cuestiona; pero si se hace, las respuestas, ya sea en forma de sanciones o de razones implícitas en cada ámbito, procurarán que los individuos retomen el camino correcto o, si es necesario, los aislarán de los otros.

Tanto la policía de la moral como la policía de los enunciados se colocan en la posición de la verdad: constituyen una suerte de «medida de todas las cosas». Esta pretensión puede ser reclamada por varias instancias y, por ello, habría que establecer límites. Por un lado, para Mill, el Estado se coloca en la posición de la verdad cuando, por ejemplo, en el ámbito educativo impone verdades en asuntos controvertidos. Por otro lado, la posición de la verdad se inscribe en alguna disciplina concreta, por ejemplo, la verdad de lo legal que establece el derecho, la verdad de lo sexual que establece la psicología o la verdad de lo moral que establece una autoridad religiosa. Y, finalmente, la verdad es apropiada por personas que, como una tiranía ungida de virtud, universalizan lo particular y comandan la policía de la moral. Con la

finalidad de definir a la cultura de la cancelación, en el siguiente apartado retomamos este último sentido que caracteriza a la policía de la moral.

LA CULTURA DE LA CANCELACIÓN Y LA POLICÍA DE LA MORAL

La cultura de la cancelación, como la censura de una opinión u acción controvertida, está documentada en muchas celebridades (Dershowitz, 2020): músicos como Chrisette Michele, Kanye West y Lil Wayne; empresarios como Elon Musk; políticos como Donald Trump; intelectuales como Michel Foucault; entre muchos otros. Cada uno de ellos dijo o hizo algo incorrecto que le valió la censura o la estigmatización de sus fans o del público general. Sin embargo, esto no sólo alcanza a las celebridades, las personas comunes también sufren sus consecuencias.

Con la cancelación de una persona se expresa la vigilancia desmedida en torno a la honorabilidad de sus ideas y acciones. En la cancelación las personas se hallan culpables por un juez, generalmente sin rostro y disperso, cuyo juicio se circunscribe a la deliberación y la sentencia unilateral; circunstancia que hace poco plausible la defensa y, de ser el caso, la rendición o el perdón. Con ello, la persona cancelada no sólo quedará expuesta al juicio que, muchas veces, circulará por las comunidades virtuales, y todo ello bajo un estado de indefensión por la poca probabilidad de encontrar justicia o perdón por los errores o los malentendidos. Asimismo, generalmente, las personas canceladas quedan estigmatizadas —esto bajo el maniqueísmo de todo o nada: bueno o malo, derecha o izquierda, progresista o reaccionario— y en peligro de sufrir posibles repercusiones en el ámbito laboral, legal, económico, familiar, físico, entre otros. Finalmente, en la cultura de la cancelación, en tanto vigilancia moral, al estado de indefensión a las personas se le agrega otro de paranoia o de miedo a las consecuencias por lo que se ha expresado públicamente e, incluso, de manera privada; tal como pasa cuando las personas son videograbadas y expuestas en las comunidades virtuales.

En una presentación del libro *The Blank Slate: The Modern Denial of Human Nature*, en el año 2003 y registrada por TED (Tecnología, Entretenimiento y Diseño), aunque de manera un tanto divertida pero no por ello menos preocupante, S. Pinker señaló las «adversidades» que sus colegas le advirtieron, así como las precauciones que él debía tomar para protegerse de los peligros por abordar temas controvertidos, tales como la evolución de los sexos, la homosexualidad, el arte, la desigualdad, entre otros:

Huelga decir que fue algo arriesgado abordar estos temas. Envié el primer borrador a colegas para que lo comentasen y éstas son algunas de las reacciones que obtuve: «Ponte una cámara de seguridad»; «No esperes premios, trabajo ni puestos en asociaciones académicas». «Dile a tu editor que no incluya tu ciudad en tu biografía». «¿Eres titular?». El libro salió en octubre y no ha ocurrido nada horrible. De hecho había razones para estar nervioso y en ocasiones lo estuve conociendo lo que ha ocurrido a gente que ha adoptado posturas polémicas o a realizado hallazgos inquietantes en las ciencias del comportamiento. Hay muchos casos, algunos están en el libro de gente que ha sido difamada, llamada nazi, agredida, amenazada con juicios por dar con hallazgos polémicos o presentarlos. Y nunca sabes cuándo caerás en una de esas trampas. (Pinker, 2003)

La cultura de la cancelación no busca educar ni la justicia, sino denigrar e, incluso, la venganza. En las comunidades virtuales, la cancelación no es el resultado de un diálogo, sino la consecuencia de una discusión de sordos que echan mano de la descalificación y, a veces, de la amenaza velada: un espacio de linchamiento mediático donde cada uno se convierte en juez. Así, el miedo que genera expresar las propias ideas puede llevar a las personas a tomar un lugar cómodo: conduce a un especie de estoicismo —en sentido laxo— donde se cree que se es libre sólo por el hecho de pensarlo; implica a una suerte de dialéctica de amo y esclavo, pero a diferencia del esclavo que trabaja y tiene que ser inventivo, modificar el mundo a través de su iniciativa y lograr emanciparse del amo, con la cancelación el esclavo trabaja bajo las órdenes y las ideas del amo, ni siquiera puede desprenderse de ellas; quizá, salvo los momentos en los se sueña que para liberarse del amo basta con ser libre en la conciencia o cuando, bajo el anonimato o el respaldo de otros, se envalentona para formar parte de un linchamiento mediático donde el peso de la tiranía social se hace presente.

Las comunidades virtuales, como lugares donde se establece la cancelación, tienen matices que debemos destacar para los objetivos de nuestra exposición. Por un lado, se podrían definir como espacios de «entretenimiento» y consumo. Así, la cultura de la cancelación se limita a la relación entre consumidores y mercancías. De esta manera, en tanto los espacios virtuales y los productos que se ofrecen ahí —política, arte, bienestar, moral, sexualidad, etcétera— están sujetos a las «reglas de la oferta y demanda», estos responden al mercado que, como un orden espontáneo garantizado por las reglas del juego que ha puesto el Estado, recoge los gustos y la sensibilidad de los consumidores; preferencias que son expresadas libremente, en la medida que las personas no sean obligadas a registrarse en algunas de estas comunidades virtuales. La gente sin coacción, incluso sin leer las condiciones de registro, expone su información del día a día.

En este sentido, cancelar a alguien, retirarle el apoyo, no ver sus películas, no consumir su música, etcétera, sería perfectamente un acto libre: el rechazo a una mercancía que ya no cumple con las expectativas del consumidor. Si se apoya o no a un músico, si se apoya o no a un político, si se apoya o no a una marca, se localiza en el espacio de lo que le compete a cada uno: un ámbito de la libertad que, como lo hemos mencionado, Mill llamaba libertad de gustos y de inclinaciones, libertad de ajustar nuestro plan de vida a nuestro propio carácter. Así, la cancelación pone en evidencia el perímetro que dibuja los límites de los intereses propios: por ejemplo, en el caso de la política, la decisión de relacionarse con quién se quiera para apoyarlo o para luchar por un plan político compartido. (Libertad de asociación) Bajo estos límites, la cancelación no es, necesariamente, la imposición de una creencia sino la negativa para consumir un producto que no cumple con las expectativas personales; aquí la cancelación no se puede entender como una policía de la moral.

Por otro lado, las comunidades virtuales se asemejan a «espacios de catarsis» —como lo pueden ser otros como la lucha libre o el fútbol—. Espacios donde la gente, ya sea bajo el anonimato o en descubierto, expresa su odio o dissentimiento a las expresiones o las acciones realizadas por personas físicas, las cuales no son necesariamente celebridades, o por las caracterizadas como personas morales (sociedades civiles, sociedades comerciales, corporaciones, etcétera). Sin embargo, el dissentimiento no se queda sólo en la desaprobación, son espacios donde los participantes quedan sujetos a la vigilancia moral. La cancelación, en este caso, se establece con la cerrazón o la imposición de una visión de mundo; no como la negativa a consumir un producto, aunque no lo excluye.

En este sentido, Evan Nierman y Mark Sachs» (2023) propusieron algunos elementos que articulan los embates en la cultura de la cancelación y los representaron por las siglas CANDEM:

- C. Colectivo considerado víctima del crimen.
- A. Surgiendo y acelerándose rápidamente.
- N. La naturaleza del delito es trivial o inventada.
- D. Respuesta desproporcionada.
- E. Todo el mundo tiene miedo de defender al acusado.
- M. El absolutismo moral de quienes realizan la cancelación. (p. 22)

Retirarle el apoyo, alejarse o enemistarse con alguien por tener opiniones que no cumplen con sus expectativas morales o de otra índole, *a priori*, no está mal. Al fin, cada uno es libre de asociarse y organizarse con quien quiera; incluso, aunque sea bajo las opiniones más extravagantes. Con relación a aquellos con los cuáles no se comparten opiniones, Mill (1993) sugirió que «el consejo, la instrucción, la persuasión y el aislamiento, si los otros lo considerasen necesario para su propio bien, son las únicas medidas que la sociedad puede utilizar legítimamente para expresar su desaprobación o su rechazo de esa conducta. (pp. 179-180) Sin embargo, en la cultura de la cancelación vista como la vigilancia moral, ya no como el consumo de una mercancía, la sanción o la represalia es desmedida. Desde la perspectiva de Mill, aquella no posibilita el desarrollo de la inteligencia: los discursos de odio y las repercusiones que esto con lleva (despidos del trabajo, daños físicos, entre otros) no lo permiten.

Por ello, desde la perspectiva de Mill, si fuera necesaria la intervención del Estado o de la sociedad en aquellos que, con sus acciones y opiniones controvertidas, rebasaron el ámbito privado y se extendieron hacia al perjuicio público, toda sanción debía permitir, en la medida de lo posible, el desarrollo moral de los individuos y de la sociedad. De otra manera, «si la sociedad permite que un número considerable de sus miembros crezcan como si fueran niños incapaces de obrar en vista de una consideración racional de motivos lejanos, es a sí misma a quien debe condenar por las consecuencias». (Mill, 1993, p. 163) Bajo estos supuestos, toda tiranía social que cancela constituye una forma de totalitarismo de la opinión y la acción que impide la espontaneidad y la individualidad necesarias para el desarrollo espiritual.

Finalmente, también es cierto que las comunidades virtuales se han convertido en un espacio —accidentado o no— de intercambio de información, de intercambio de ideas, de reconocimiento y desconocimiento de los que no están con uno, de los ajenos o de los otros. En fin, son espacios de discusión, profesionales o no, guiados o no, que tienen presencia muy importante en la opinión pública: por ejemplo, en las elecciones presidenciales se han tornado en una especie de ágora donde la gente, toda la que tiene acceso a internet, puede expresar y discutir sus opiniones políticas; en algún suceso controvertido que pone en riesgo o que cuestiona los valores, se convierte en un espacio de discusión moral; entre otros eventos. Así, aquellos son lugares de encuentro que, de manera espontánea y bajo las limitaciones de la propia comunidad virtual, construyen su lógica y sus límites. Y aunque a veces las comunidades virtuales se asemejen a una Torre de Babel donde la disgregación y la incomunicación es tal que no hay posibilidades para que los interlocutores compartan sentido, los participantes logran coincidir a veces sobre lo político, otras sobre lo moral, lo sexual o lo ar-

tístico. Empero, hay que aclarar que compartir sentido no significa estar de acuerdo, significa, al menos, comulgar en un «referente»: un artista, un político o una situación. Otra cosa diferente, la cual no excluye lo anterior, es que los interlocutores estén dispuestos a aceptar las razones de los otros.

Con ello, en alguna medida, se puede pensar en las comunidades virtuales como un espacio político, al menos, como lugares de interacción entre los integrantes de una sociedad, quienes pretenden colocar su perspectiva sobre la vida como el horizonte a seguir, como la regla de gobierno, como la regla de conducta y opinión: un lugar donde se hace presente, siguiendo a P. Sloterdijk, el arte de caminar juntos. Y, ello en la medida que se considera esa ficción de ser un nosotros, de imaginar estar navegando en un mismo barco: «las sociedades son sociedades mientras imaginan con éxito que son sociedades» (Sloterdijk, 2002, p. 20) Por ello, como también lo señaló Sloterdijk (2002): «El concepto de humanidad esconde una litigante paradoja, que puede formularse así: nos corresponde estar junto a aquellos a los que no pertenecemos». (2002, p. 18)

El modo de cancelación que conlleva la imposición de sentidos descubre el fracaso en el encuentro con la otredad, donde el propio horizonte de sentido, en mayor o menor medida, se «desvanece», se trastoca. La tiranía de la mayoría, la cual está encarnada en la propia ciudadanía, como policía de la moral se aferra a las certezas que sostienen su mundo. Para ello, generalmente, se recurre a lo que Aristóteles denominó con la palabra ‘sofisma’: argumentos *Ad hominem* con los que se ataca a la persona por alguna característica o circunstancia (raza, preferencia sexual, nacionalidad, condición económica, entre otras); argumentos *Ad populum*, los cuales se justifican en las emociones y la sensibilidad de los interlocutores; argumentos *Ad vacuum* en los que se apela a la fuerza (el interlocutor queda abatido por el miedo a una represalia física, emocional, psicológica, laboral, o política); argumentos de autoridad, en el cual el interlocutor se apega al dogma para evitar todo cuestionamiento; entre otros artífices que se aplican para ganar en un debate a cualquier precio. (Aristoteles, 1982, pp. 309 y ss)

La policía de la moral disimula, como Mill señaló, que ningún ser está completamente aislado y que por ello se comparten futuros más o menos comunes. Los futuros compartidos ahora están en el registro del cambio climático, racismo, derechos humanos, economía, etcétera. Esto en un mundo globalizado donde el encuentro con la otredad no es una decisión personal. Como hace tiempo Ulrich Beck lo señaló, la humanidad —incluso otras especies— está ante un «cosmopolitismo forzado», inevitable: las catástrofes de Chernóbil y Fukushima, a pesar de haber sucedido a cientos de kilómetros, afectan a toda la población; la contaminación y el calentamiento global, en alguna medida, no distinguen fronteras, ni razas, ni creos, ni clases sociales.

Aunque la solución de los problemas que aquejan a los humanos —incluyendo a otras especies— no está en las comunidades virtuales, no por ello se puede soslayar su importancia e influencia en las decisiones y las acciones de la vida cotidiana. Habría que recordar esa vieja disputa que, en pleno apogeo de la discusión sobre la posmodernidad, G. Vattimo destacó en su libro *La sociedad transparente* (1990). Proponía que frente a las ideas sobre la radio y la televisión como artífices para la homologación de la sociedad, existía la evidencia de un efecto contrario: el encuentro con diferentes racionalidades y formas de vida presentadas por estos medios, ahora por las comunidades virtuales, había derivado en el fracaso de todo metadiscurso unificador, no siempre pacífico, de toda diferencia.

La diferencia como divergencia era, desde el punto de vista de Mill, una condición del desarrollo espiritual: «Son tales las diferencias entre los seres humanos en sus fuentes de placer, en su susceptibilidad al dolor, y en la forma en que operan sobre ellos las diferentes condiciones físicas y morales, que a menos que haya una diversidad correspondiente en sus modos de vida, no obtendrán su parte correspondiente de felicidad, ni se desarrollarán hasta alcanzar la estatura mental, moral y estética de la que su naturaleza es capaz». (1993, p. 141) Así, la cancelación a través de la imposición de creencias y acciones desconoce que, así como las plantas necesitan de diferentes hábitats para vivir y que las condiciones favorables para unas son desfavorables para otras, los humanos necesitan de diferentes condiciones para su desarrollo espiritual.

Entonces, seguramente con límites, las comunidades virtuales son una opción para la discusión y el intercambio ideas, de este modo, siguiendo con Mill, conforman nuevas ágoras o recintos para ejercitar el espíritu humano. Habría que procurar no sesgarlos a través de la policía de la moral, tornándolos lugares de odio o venganza, o emplazamientos para la imposición de sentido.

PROPUESTA PARA EL INTERCAMBIO DE IDEAS

Revelar al mundo algo que le interesa profundamente y que hasta entonces ignoraba, demostrarle que ha sido engañado en algún punto vital para sus intereses temporales o espirituales, es el mayor servicio que un ser humano puede prestar a sus semejantes.

—John Stuart Mill, *Sobre la libertad*.

Evidentemente, toda persona no vive como si la experiencia no hubiera dado frutos en la manera que es deseable vivir o en cuál conducta es preferible sobre de otras. Siempre se tienen guías que para orientarse en el mundo. Sin embargo, como lo menciona F. Hayek (2006, p. 32), y sin hacer una valoración moral, a diferencia de las sociedades que él llamó primitivas (donde los límites eran más o menos precisos y la colaboración entre sus miembros era posible porque se enfrentaban a las mismas circunstancias particulares, o porque los hechos que conocían y los objetivos a que aspiraban eran más o menos idénticos), en la ‘Gran sociedad’ conviven millones de personas con una infinidad experiencias como referencia de vida y de posibilidades abiertas como fines de la existencia. También es palpable que las comunidades virtuales nos colocan en esta situación: multiplicidad de vidas, multiplicidad de creencias, multiplicidad de fines, etcétera. Pero, al mismo tiempo, es innegable que muchas opiniones y formas de vida han sido canceladas por una serie de tendencias políticas que, aunque algunas puedan ser legítimas, no siempre se tienen encuentros amables con ellas, por ejemplo, con el «wokismo», los fascismos, los racismos, entre otros. Por ello se vuelve indispensable establecer condiciones de libertad de expresión y de acción y, asimismo, las condiciones del desarrollo espiritual.

Sin establecer explícitamente una ética del diálogo, Mill propuso una serie de prevenciones, obstáculos y condiciones necesarios para combatir a la tiranía de la mayoría, a aquellos que como policías de la moral, de manera semejante a la cultura de la cancelación, censuran a los demás a través de la injuria y la intolerancia: prevención pues destaca el reconocimiento de la falibilidad humana; obstáculos pues dificultan el intercambio de opiniones; y condiciones para el intercambio de ideas, principalmente, para ejercer la libertad de opinión y de acción, y no para establecer consensos que pretendan convertir en clones a la ciudadanía. Estas

características no son la solución a la cultura de la cancelación, pero sí constituyen los lineamientos que Mill propuso para estar alerta contra la tiranía de la mayoría, contra de toda policía de la moral que se inviste con el velo de la verdad.

Con relación a las prevenciones, recordemos que Mill estableció tres perspectivas epistémicas para prevenir la censura: 1. Cancelar al interlocutor cuando dice falsedades; 2. Cancelar al interlocutor cuando dice verdades y 3. Los interlocutores sustentan verdades complementarias. Si lo anterior lo colocamos en el contexto de la cultura de la cancelación, los tres argumentos quedarían de la siguiente manera: 1. Cancelar a una persona que dice falsedades, por un lado, le hace un mal a la persona que está equivocada, pues no se le muestran las razones profundas del porqué sus creencias son erróneas pero, por otro lado, daña a quien cancela, pues se pierde la ocasión de recordar las razones profundas de sus propias creencias; 2. Cancelar a una persona que dice la verdad, por un lado, daña a quien la cancela pues se pierde de una verdad y, por otro lado, daña a quien es cancelado pues se le injuria. 3. Si bien por prudencia los interlocutores se afianzan a la verdad en la que confían, Mill (1993) sugiere que «a menos que las opiniones favorables a la democracia y a la aristocracia, a la propiedad y a la igualdad, a la cooperación y a la competencia, al lujo y a la abstinencia, a la sociedad y a la individualidad, a la libertad y a la disciplina, y a todos los demás antagonismos de la vida práctica, sean expresadas con igual libertad y energía, no hay posibilidad ninguna de que los dos elementos obtengan lo que les es debido». (p. 113)

Mill no fue ingenuo. Reconoció que, en general, son pocos los que hacen un esfuerzo por verificar sus opiniones y la justificación de sus acciones; en general, se prefiere la comodidad de un lugar «seguro» que, si bien puede ser una decisión personal comprensible, no contribuye al desarrollo espiritual de la persona, en particular, y de la sociedad, en general. Sin embargo, al igual que Descartes encomendó dudar de todo al menos una vez en la vida hasta dar con las razones de las creencias más arraigadas, Mill propuso tomar la posición del abogado del diablo: escuchar todas las partes, es esencial para la comprensión de los asuntos morales y humanos; por ello es indispensable imaginar instancias contrastadoras. En caso de no haber acuerdo, entonces Mill (1993) sugirió que «la posición racional para él sería la suspensión de todo juicio, y si no, se contenta con esto, o se deja llevar por la autoridad, o adopta, como hace la generalidad, el partido por el cual siente mayor inclinación». (p. 100) Dicho lo anterior, entonces, las condiciones de prevención señalan, por un lado, a la fiabilidad de las opiniones, a la confrontación de las ideas y, por tanto, a la posibilidad de la comprensión de sus fundamentos racionales; y, por otro lado, sugieren la necesidad de una moral provisional —por ejemplo, una autoridad— que permita a las personas suspender el juicio y, sin embargo, contar con una guía para la vida.

Con relación a los obstáculos que deben tomarse en cuenta, Mill señaló: 1. en toda discusión, por muy honorable que ésta sea, la experiencia ha mostrado que, generalmente, las personas tienden ofenderse cuando en un debate los argumentos son certeros y, de esta manera, queda expuesta la falsedad de sus opiniones o, al contrario, la verdad de las opiniones del interlocutor. 2. Si bien se debe estar atento a las discusiones sofísticas, esto es, a los debates donde los interlocutores utilizan toda clase de artimañas para ganar la contienda, aunque sólo sea en apariencia; también es cierto que en una discusión bien intencionada, entre interlocutores sinceros, siempre es posible, aunque sea de manera inconsciente, la intromisión de argumentos sofísticos. 3. En una discusión se tiende a estigmatizar a quien no concuerda con las opiniones personales, a hacerlo pasar por inmoderado e intolerante, por ello, es importante estar atento a toda invectiva, sarcasmo u otro lenguaje inapropiado, en caso de que

esto se presente durante el intercambio de ideas y de ser censurado, la misma advertencia se debe realizar con quienes se comparten opiniones.

Finalmente, una vez que se tienen ciertas prevenciones y se han localizado los obstáculos, se puede considerar que se está en mejores condiciones para un intercambio de opiniones y para respetar la libertad de expresión. Al respecto, Mill señaló algunas condiciones del diálogo: 1. Uso moderado del lenguaje y evitar de manera prudente toda ofensa innecesaria; 2. Condenar a cualquiera, esté del lado que sea, en cuya forma de defensa se manifieste la falta de franqueza, la calumnia, el fanatismo o la intolerancia; 3. otorgar el debido honor a cualquiera, sea cual sea la opinión que sustente, que tenga la calma para ver y la honestidad para reconocer cuáles son realmente las opiniones de sus adversarios, que no las exagere para desacreditarlas y no oculte nada que pueda ser dicho a favor de ellas. (Mill, 1993, pp. 121-122)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aristóteles (1982). Sobre las refutaciones Sofísticas. En *Tratados de lógica (Órganon)*. Madrid: Editorial Gredos, pp. 309-382.
- Diario Oficial de la Federación (DOF). (2025, 02 de enero). Ley de Carrera Judicial del Poder Judicial de la Federación. México. Recuperado de <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LCJPJF.pdf>
- Diario Oficial de la Federación (DOF). (2024, 15 de septiembre). DECRETO por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de reforma del Poder Judicial. Recuperado de https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5738985&fecha=15/09/2024#gsc.tab=0
- Dershowitz, A. (2020). *Cancels Culture. The Latest Attack on Free Speech and Due Process*. Nueva York: Skyhorse Publishing, Inc.
- Foucault, M. (1976). *Historia de la sexualidad I. La voluntad de saber*. Paris: Editions Gallimard.
- Hayek, F. A. (2006). *Derecho legislación y libertad. Una nueva formulación de los principios liberales de la justicia y de la economía política*. Madrid: Unión Editorial S. A.
- Hayek, F. A. (2007). *Caminos de servidumbre*. Madrid: Alianza editorial S. A.
- Informarn. (27 de marzo de 2012). *Entrevista al filósofo Ulrich Beck* [Archivo de video]. https://www.youtube.com/watch?v=djycVmNA_P4
- Instituto Nacional Electoral (INE). (s/f). Proceso Electoral Extraordinario para la elección de diversos cargos del Poder Judicial de la Federación 2024-2025 (PEEPJF 2024-2025). Recuperado el 3 de abril de 2025, de <https://ine.mx/eleccion-del-poder-judicial-de-la-federacion-2025/>
- Mill, J. S. (1993). *Sobre la libertad*. Madrid: Alianza editorial S. A.
- Nierman, E. y Mark Sachs, M. (2023). *Cancel Culture Curse: From Rage to Redemption in a World Gone Mad*. Nueva York: Skyhorse Publishing, Inc.
- Pinker, S. (Febrero, 2003) *Human nature and the blank slate*, TED. Recuperado de https://www.ted.com/talks/steven_pinker_human_nature_and_the_blank_slate
- Popper, K. (1980). *La lógica de la investigación científica*, Madrid: Editorial Tecnós S. A.
- Sloterdijk, P. (2002). *En el mismo Barco. Ensayo sobre la hiperpolítica*. Madrid: Ediciones Siruela, S. A.
- Žižek, S. (2022, 19 de noviembre). Señales inconfundibles de decadencia ética. *Vozpopuli*. Recuperado de <https://www.vozpopuli.com/opinion/senales-inconfundibles-decadencia-etica.html>

Las formas de comunicación de la ciencia con relación a la integridad científica¹

Bernardo García Camino

Universidad Autónoma de Querétaro

Orcid: 0000-0002-3982-5929

«Tienes buenos modales para ser un ladrón y un mentiroso»

J. R. R. Tolkien «The Hobbit»

Resumen:

En este documento busco establecer la justificación de la necesidad de comunicar, de diferentes formas a la ciencia, tanto en modalidad para los expertos como para el público en general, y así lograr la confianza básica para su implementación. Al no existir formas legales o normativas se apela a la integridad científica y en determinados casos se exponen los riesgos en apartados científicos. Se trata de un estudio de reflexión que va desde el posicionamiento conceptual de comunicación científica y la integridad. Se exponen los problemas centrales ante este vacío y a elaborar una propuesta de conocimiento y divulgación.

Palabras clave:

Publicación científica, divulgación e integridad científica.

¹ Bernardo García Camino. Doctor en Derecho. Universidad Autónoma de Querétaro. Email b_garciacamino@uaq.mx

INTRODUCCIÓN

La Era de la Información se inició desde la mitad del siglo XX, a través de distintos medios los cuales evolucionan constantemente, como ejemplo a partir de la radio, la televisión, los ordenadores, el internet, las plataformas o aplicaciones, las redes sociales, los teléfonos inteligentes y ahora mediante la Inteligencia Artificial predictiva, la comunicación de todo tipo cada vez es más fácil, económica, ágil y eficiente. La comunicación es un proceso dinámico, desde los personales hasta los masivos, con mensajes la sociedad transmite, interactúa, y se construye. (Sage publications, 2023)

La ciencia requiere de la comunicación, tanto de tipo científica en medios especializados, como popular en forma de divulgación que debe al alcance de la población en general y así la ciencia logre la confianza colectiva que es uno de sus valores fundamentales.

El valor fundamental de la ciencia es la búsqueda honesta de la verdad, y su principal herramienta de trabajo, la investigación, es una actividad social sustentada en la confianza colectiva de quienes la ejercen e integran una comunidad científica de pares académicos que comparten un interés común alrededor de un área específica de conocimiento.

El medio principal de comunicación de las ideas científicas son los artículos científicos, que han posibilitado que los científicos confíen unos en otros y en las afirmaciones de cada uno con respecto a un tema en particular. (Del Río Martínez y del Río Valdés, 2020)

No obstante, tanto en la publicación científica como en la divulgación del conocimiento puede haber sesgos o intereses que afecte a la ciencia, a la salud o a la sociedad, por ello se destaca la integridad científica como un elemento de cumplimiento indispensable.

LAS COMUNICACIONES DE LA CIENCIA

Vivir en la Era de la Información, con la fácil divulgación y accesibilidad, se puede llegar a extremos no deseables, la pandemia de COVID provocó que se acuñara un nuevo término «infodemia», al decir de la Organización Panamericana de la Salud (2020):

La infodemia masiva como una cantidad excesiva de información —en algunos casos correcta, en otros no— que dificulta que las personas encuentren fuentes confiables y orientación fidedigna cuando las necesitan. El término infodemia se refiere a un gran aumento del volumen de información relacionada con un tema particular, que puede volverse exponencial en un período corto debido a un incidente concreto como la pandemia actual. En esta situación aparecen en escena la desinformación y los rumores, junto con la manipulación de la información con intenciones dudosas. En la era de la información, este fenómeno se amplifica mediante las redes sociales, propagándose más lejos y más rápido, como un virus.

Para contrarrestar los efectos nocivos de la desinformación la Organización de Naciones Unidas dedicó el año 2023 a crear confianza en la ciencia y señaló *La ciencia es la herramienta que el ser humano ha creado tanto para comprender el mundo que le rodea, como para aplicar esos conocimientos en su beneficio. Los avances científicos nos permiten hallar soluciones a los nuevos desafíos económicos, sociales y medioambientales con los que construir un futuro sostenible* (ONU 2023)

Como se mencionó, la facilidad que presentan los diferentes medios de comunicación masiva permite una mayor accesibilidad, pero esta no se traduce necesariamente en una mejor comprensión o interés de la sociedad. En distintos ámbitos estamos viviendo verdaderas «revoluciones» y disfrutamos los efectos sin saber siquiera cómo se generó o cómo funciona, ejemplos de estas revoluciones son la Inteligencia Artificial y el CRISPR cas 9. En el caso de esta última, la herramienta de modificación genética aportó soluciones a la pandemia de COVID (Deol P, Madhwal, 2022), pero la mayoría de las personas no sabe qué es. Los avances científicos van marcando el desarrollo de la humanidad, el progreso causa repercusiones y puede generar incertidumbre social y manipulación a través de noticias falsas.

Charles Carwin tardó 16 años en publicar su obra, lo revolucionario de su teoría en su época lo tenía indeciso, Janet Browne (2006) en el libro *La Historia de El Origen de las Especies* narra lo que sucedió:

Una mañana de junio de 1858, al recoger un paquete delgado y bien envuelto, se preguntó quién podría escribirle desde Ternate, una isla de las Indias Orientales Holandesas a mitad de camino entre las Célebes y Nueva Guinea. Confiaba en que contuviera novedades sobre especies exóticas. Sin embargo, en aquel paquete, en un breve ensayo manuscrito, el naturalista Alfred Russel Wallace exponía su explicación de la evolución mediante la selección natural. Nunca sabremos con exactitud la fecha en que llegó aquel ensayo. Pero a última hora de la tarde del 18 de junio de 1858 Darwin escribió a Lyell para hacerle saber su desesperación ante la perspectiva de que se le habían adelantado auténtica y honrosamente. «Nunca vi una coincidencia más notable... Si Wallace tuviera el borrador del manuscrito que escribí en 1842, ¿no hubiera podido hacer un resumen mejor!»

Cualquier avance requiere de publicación y difusión, de nada aportaría a la humanidad quedar solo en el conocimiento del científico, por ello es una cuestión de interés público en la forma en que se difunde el conocimiento de la ciencia, sobretudo por las agencias gubernamentales encargadas de ello, De acuerdo a la Oficina General de Investigación y Transferencia Tecnológica, Instituto Nacional de Salud de Perú la divulgación científica es un proceso de comunicación en doble vía, en la cual los científicos entregan conocimiento a través de un canal definido, transmitiendo un contenido adaptado a la idiosincrasia, necesidades, contexto y nivel de comprensión del receptor. Constituye una estrategia social, que busca democratizar la ciencia y permitir la construcción social del conocimiento así como hacer accesible el conocimiento. (Romaní 2018)

De acuerdo a la información oficial de la Secretaría de Ciencias, Humanidades, Tecnologías e Innovación de México, **El acceso universal al conocimiento (AUC) es parte del derecho humano a la ciencia**, garantiza el goce de los beneficios que brindan la investigación humanística y científica y el desarrollo tecnológico a través de acciones, espacios y materiales que ponen a disposición de las y los mexicanos los avances y la diversidad de saberes.

Artículo 6. El Estado debe garantizar un entorno favorable para la promoción, desarrollo y comunicación de las humanidades, las ciencias, las tecnologías y la innovación, y adoptará medidas que promuevan la calidad técnica de la investigación, la disposición social y **el acceso universal al conocimiento humanístico y científico** y a sus beneficios sociales en todas las regiones del país, así como la adecuación cultural y la seguridad humana y ambiental de sus aplicaciones tecnológicas.»

La Autoridad busca coordinar las acciones para lograr que el acceso a los avances científicos y la innovación tecnológica lleguen a públicos no especializados, lo anterior, para hacer efectivo el principio de «no dejar a nadie atrás, no dejar a nadie fuera», fundamental para el bienestar de la población.

PUBLICACIÓN CIENTÍFICA Y DIVULGACIÓN

La publicación científica que se hace en medios especializados (revistas científicas) busca generar confianza a través de requisitos y rigurosidad previa a la publicación, la revisión por pares es a opinión de expertos en el tema que verifican lo que se pretende publicar bajo un sistema anónimo —del autor y de los revisores— llamado doble ciego, que sirve para evitar los conflictos de interés. Las revistas científicas suelen negarse a publicar cuando hay un aporte pobre a la disciplina, o una metodología débil, o poco soporte a las conclusiones.

En cambio la divulgación busca la accesibilidad y la comprensión del público al que va dirigida, como se mencionó, se busca generar confianza en la población no experta en el tema.

Con base a lo anterior es posible establecer una primera distinción considerando a quién que va dirigida la comunicación, se llama coloquialmente publicación científica si se hace en un medio especializado, sujeto a un proceso de revisión y selección y se dirige especialmente a los interesados en el tema con objeto de dar a conocer a la comunidad científica un aporte con valor científico y social, con lenguaje especializado; se considera divulgación aquella que se da en medios más accesibles y tiene por objeto que cualquier persona pueda entender o conocer el avance científico.

Sin embargo, la economía se ha vuelto un factor determinante en la actividad científica, desde el financiamiento para la investigación, la comercialización del desarrollo científico, hasta el pago para publicar o el acceso a la literatura científica influyen en la forma en que se avanza en la actualidad.

Más publicaciones no necesariamente es mejor ciencia o mayor conocimiento científico, Mark Hanson (2024) menciona que los científicos están cada vez más abrumados por el volumen de artículos que se publican. El total de artículos indexados en Scopus y Web of Science ha crecido exponencialmente en los últimos años; en 2022 el total de artículos fue aproximadamente ~47% más alto que en 2016, lo que ha superado el crecimiento limitado, si lo hay, en el número de científicos en ejercicio. Por lo tanto, la carga de trabajo de publicación por científico (escritura, revisión, edición) ha aumentado drásticamente. Los autores advierten que el crecimiento de trabajo deteriora el rigor en la evaluación y por consecuencia devalúa la ciencia.

EL OPEN ACCESS Y LA LITERATURA GRIS

Al reconocerse el acceso a la ciencia y a sus beneficios como un derecho humano y para contrarrestar la necesidad de pagar por publicar o por acceder a las publicaciones y los efectos que esto causa, se han desarrollado estrategias de publicación y divulgación en distintos medios científicos.

La Sociedad Max Planck impulsó la Declaración de Berlín en Acceso Abierto al Conocimiento en Ciencias y Humanidades (2003) que se complementa con la Recomendación de la UNESCO sobre Ciencia Abierta (2021) la cual define a la Ciencia Abierta como:

un constructo inclusivo que combina diversos movimientos y prácticas con el fin de que los conocimientos científicos multilingües estén abiertamente disponibles y sean accesibles para todos, así como reutilizables por todos, se incrementen las colaboraciones científicas y el intercambio de información en beneficio de la ciencia y la sociedad, y se abran los procesos de creación, evaluación y comunicación de los conocimientos científicos a los agentes sociales más allá de la comunidad científica tradicional. La ciencia abierta comprende todas las disciplinas científicas y todos los aspectos de las prácticas académicas, incluidas las ciencias básicas y aplicadas, las ciencias naturales y sociales y las humanidades, y se basa en los siguientes pilares clave: conocimiento científico abierto, infraestructuras de la ciencia abierta, comunicación científica, participación abierta de los agentes sociales y diálogo abierto con otros sistemas de conocimiento.

Como consecuencia a la Ciencia Abierta, el mismo documento establece qué es Conocimiento Científico Abierto,

referido al acceso abierto a publicaciones científicas, los metadatos, los recursos educativos abiertos, los programas informáticos y los códigos fuente y los equipos informáticos que están disponibles en el dominio público o protegidos por derechos de autor y son objeto de una licencia abierta que permite el acceso a ellos, así como su reutilización, reconversión, adaptación y distribución en condiciones específicas, y que han sido facilitados a todos los agentes de manera inmediata o lo más rápidamente posible—independientemente de su ubicación, nacionalidad, raza, edad, género, nivel de ingresos, circunstancias socioeconómicas, etapa profesional, disciplina, lengua, religión, discapacidad, etnia o situación migratoria o de cualquier otro motivo— y de forma gratuita. El conocimiento científico abierto se refiere también a la posibilidad de abrir las metodologías de investigación y los procesos de evaluación. Así, los usuarios obtienen acceso libre a publicaciones científicas, bases de datos, recursos educativos y equipos informáticos de código abierto. (UNESCO 2021)

Como una alternativa diferente se encuentra la «Literatura Gris» que comprende principalmente documentos que son producido por entidades distintas a los editores convencionales y no necesariamente disponible para todos (es decir, pueden estar solo para circulación restringida). Un criterio más, aunque implícito y no definitorio, y no aplicable a toda la literatura gris, es que a menudo representa una etapa transitoria o intermedia (los «*preprints*»). Tarde o temprano, el contenido de dicha literatura se convierte en publicaciones convencionales. (Charlesworth Author Services, 2022)

El objeto de la literatura gris puede ser versiones preliminares, que al ponerse a disponibilidad de los lectores sirven para enriquecer el documento con los comentarios o sugerencias como si fuera un foro de discusión virtual.

LA INTEGRIDAD CIENTÍFICA

Las éticas aplicadas se ajustan en la medida del surgimiento de nuevas conductas o prácticas que deben ser reguladas, establecen las pautas y condiciones necesarias para evitar, en la

medida de lo posible, las faltas, y en el caso específico de la integridad científica, la conducta de los científicos que engaña. Mario Bunge (2000) señala que Un fraude científico no es un delito que pueda cometer cualquiera. Es una estafa perpetrada con pericia científica y a la vista de una comunidad científica. Para cometerla es necesario saber bastante, lo suficiente para engañar a quienes lo evalúan. En esto es igual a la falsificación de moneda o de pinturas famosas.

La mala conducta científica puede provocar impactos diversos, de inicio afecta la credibilidad de la ciencia y a la confianza social al reportar sobre una base de engaño o falsedad, puede afectar a la salud de las personas —como sucedió cuando Andrew Wakefield alteró información para vincular las vacunas con el autismo— o a las finanzas, una investigación fraudulenta convierte en pérdida el dinero destinado a ella. (Córdova, 2023)

Hay principios éticos que son generales y otros son especiales, entendiendo por los segundos aquellos que son concretos para una profesión o actividad determinada; diferente a la honestidad cotidiana, en dónde podemos aceptarla, la exageración de datos en la actividad científica está prohibida, la honestidad es un requisito esencial y específico. (Shamoo y Resnik, 2022)

Hay consenso internacional acerca del fraude científico y se identifica como FFP, Falsificación de Datos, Fabricación de datos y Plagio, pero hay prácticas cuestionables relacionadas al manejo de datos, a las autorías o a la conducta personal o financiera del investigador, el conflicto de interés que se deben adicionar a las primeras, y por ende, buscar evitarlas.

Las prácticas consideradas cuestionables relacionadas a la autoría son variadas y cambian, después de la definición tradicional que lo consideraba solo robo de autoría y engaño al presentarlo como propio, surgen otras conductas que dan lugar a nuevos tipos de plagio (Turnitin, SF), el «parafrasio» (Rivera H. 2023), y se agrega la duplicación de publicaciones, autorías fantasma, honoraria, regalada o negada, a las fábricas de artículos (*paper mills*) que provoca una «publicación depredadora» (Grudniewicz, A., 2019), la inflación de impacto de las publicaciones (Hanson M. 2024) y el engaño que puede surgir del uso de la IA en la escritura científica (García Camino, B. 2024).

Shamoo y Resnik (2022) proponen una serie de 19 principios relacionados a la conducta ética en la investigación, en relación con la autoría científica destacan:

Honestidad: Honestidad en el reporte de datos, de resultados, métodos y procedimientos, estatus de publicación, contribuciones en la investigación, conflictos de interés. No fabricar, falsificar o falsear datos en comunicaciones científicas, incluyendo propuestas de financiamiento, reportes, publicaciones y curriculum vitae.

Objetividad: Esforzarse por lograr la objetividad y la reproducibilidad en el diseño experimental, análisis de datos, interpretación de datos, publicación, revisión por pares, decisiones de personal, redacción de subvenciones, testimonios de expertos y otros aspectos de la investigación donde se espera o requiere objetividad.

Cuidado: Evitar errores por descuido y negligencia. Examinar cuidadosa y críticamente tu propio trabajo y el trabajo de tus compañeros. Mantener buenos registros de las actividades de investigación, como datos, métodos y diseños de investigación, formularios de consentimiento y correspondencia con agencias o revistas.

Crédito: Asignar créditos de manera justa a publicaciones, patentes y otros trabajos científicos y académicos. No plagiar.

Apertura: Compartir datos, resultados, ideas, herramientas, materiales y recursos. Estar abierto a las críticas y a nuevas ideas.

Transparencia: Divulgar materiales, métodos, diseños experimentales, conflictos de intereses y otros tipos de información necesarios para comprender y evaluar la investigación.

Responsabilidad: Asumir la responsabilidad de sus funciones en proyectos de investigación. Esté preparado para responder preguntas sobre lo que hizo y por qué y coopere con las auditorías e investigaciones de su investigación.

Respeto a la propiedad intelectual: Honrar patentes, derechos de autor y otras formas de propiedad intelectual. No utilice datos, métodos o resultados no publicados sin permiso.

La integridad científica se considera como la condición que resulta de la práctica de valores profesionales y conductas al realizar, reportar y aplicar resultados de actividades científicas, asegurando el cumplimiento de los valores mencionados. La integridad es un valor aglutinador de conductas honestas, independientes e imparciales.

Reiterando la importancia la Asociación Médica Mundial (2024), en el reciente proceso de revisión de la Declaración de Helsinki, añadió las siguientes dos frases a la sección de «principios generales» del documento: *La integridad científica es esencial en la realización de investigaciones médicas que involucran a participantes humanos. Las personas, equipos y organizaciones involucrados nunca deben participar en una mala conducta de investigación.*

Cumplir con la integridad científica no es exclusiva en las publicaciones especializadas, es una obligación esencial en todas las formas de comunicación científica y del conocimiento, por lo que se incluye las conferencias, simposios, mesas redondas y otras formas de socializar el conocimiento.

LA CIENCIA CÓMO AVANCE

Si bien uno de los estándares de la ciencia son la objetividad, la coherencia y la replicabilidad, la difusión científica se ve amenazada por lo que está sucediendo en el discurso público y gubernamental en el que cada vez más son comunes las noticias falsas o los «otros datos» o «hechos alternativos». (Zimmermann, R.E. 2022).

Como se vio en los tiempos de pandemia, por las formas diferentes en las que actuaron los gobiernos y las entidades, la toma de decisiones públicas requiere del conocimiento que deriva de la ciencia; fuimos testigos de que al inicio, ante la falta de información se ordenaron muchas medidas que a la postre se demostró que eran inútiles, en la medida del avance de las investigaciones se actuó con mayor eficiencia y precisión. La UNESCO lo destacó así en su Informe Científico de 2021 destacando como los países recurrieron a las comunidades científicas en busca de asesoría y soluciones prácticas y que la necesidad energizó los sistemas de producción de conocimiento.

Como ejemplo podemos destacar a los ganadores del premio Nobel de economía del año 2019, Abhijit Banerjee, Esther Duflo y Michael Kremer cuyo aporte fue proponer un enfoque experimental para obtener respuestas confiables acerca de las mejores estrategias para luchar contra la pobreza global. (The Royal Swedish Academy of Sciences. 2019).

LA CIENCIA COMO NEGOCIO

A pesar de la necesidad de que la ciencia sea un mecanismo de desarrollo humano y cuente con un compromiso social, en algunas áreas esenciales se ha convertido, en perjuicio de su exactitud y fiabilidad, e incluso de la integridad científica, en un negocio.

La dinámica de la globalización, del mercantilismo y de la comercialización han alcanzado a la ciencia. Si bien el desarrollo científico relacionado al COVID se dio en un sistema de publicación abierta por la mayoría de las revistas científicas, en el desarrollo de las patentes o de la comercialización del fármaco prevaleció el ánimo del lucro.

Por ejemplo, los intereses comerciales que dan financiamiento a las investigaciones que realiza la industria farmacéutica han provocado que sus publicaciones y estrategias para divulgación no sean fiables.

Ismael Rafols y coautores (2014) señalan que

«en el caso de la investigación farmacéutica, es importante distinguir entre las motivaciones de las empresas para publicar durante el descubrimiento y el desarrollo de fármacos. Respecto al primero, Hicks sugirió que las empresas publican para participar en el intercambio de conocimiento científico y técnico, basado en el trueque, y para enviar señales a los inversores. En este caso, adoptar una estrategia de Ciencia Abierta se considera necesario para conectar con la comunidad científica y acceder a sus recursos en forma de conocimiento, mano de obra cualificada y asesoramiento informal. En este contexto, las inversiones en Investigación y Desarrollo son medios para crear capacidad de absorción, necesaria tanto para aprovechar la investigación (preliminar) realizada fuera de los límites organizativos de las empresas farmacéuticas como para aprovechar la innovación. La llegada de la biotecnología se ha asociado con un aumento de la interacción explícita entre la industria y la ciencia académica. Por lo tanto, las estrategias empresariales han evolucionado hacia un modelo de Innovación Abierta más interconectado, en el que la publicación se asocia positivamente con el éxito innovador. Sin embargo, si la innovación abierta conduce a una ciencia más abierta es una pregunta abierta. De hecho, nuestros resultados sugieren lo contrario.»

Resulta contradictorio que ante la confianza que requiere la ciencia, la propia industria que genera los medicamentos, pueda alterarlos solo para comercializar con ventaja sus productos, es privarse de «autoridad» en el contexto en el que más se requiere.

LA DIVULGACIÓN Y EL ALGORITMO

En las formas cotidianas actuales de acceder al conocimiento a través del internet o de los dispositivos móviles encontramos las plataformas digitales o redes sociales, cuyo contenido a través de un algoritmo se vuelve personalizado a los gustos del usuario. Cruz Mendoza y Calderón Mazzotti (2022) explican como la cultura algorítmica o del algoritmo voltea la mirada a la configuración y programación de las aplicaciones y plataformas para extraer datos e información que los usuarios dejan en el sistema al buscar algún producto o indagan sobre algún suceso. Esta conceptualización permite cuestionar cómo el software modifica la cultura al predecir los movimientos que tendrán los usuarios, los clicks y/o los gustos que tienen y determinan las compras que harán, así como lo que podrían querer.

Este manejo selectivo individual restringe de alguna forma la libertad de acceso ya que dirigirá los contenidos sugeridos a los que comunmente son aceptados y buscados por las personas usuarias de las plataformas. Si una persona sigue, o incluso solo lee una nota antivasanas, en su *feed* continuarán apareciendo noticias o reportes en el mismo sentido.

La neutralidad de las herramientas digitales es cuestionable (Muñoz Fernandez 2024), podemos sostener que en realidad está sesgada y es tendenciosa, lo anterior provoca un perjuicio para la credibilidad requerida en el contexto científico y en el valor social de la ciencia que impactará en el ánimo popular, si considero cierto y veraz determinada información —aunque no lo sea— las plataformas me estarán proveyendo de contenido que la sustente y la reafirme.

REFERENCIAS

- Charlesworth Author Services 28 de febrero de 2022 <https://www.cwauthors.com/article/understanding-and-using-grey-literature-for-your-research-paper>
- Cruz-Mendoza E. y Calderón-Mazzotti I. (2022) «Audiencias y algoritmos: comunicación de la ciencia en internet» Vol. 23, Núm. 1, enero-febrero 2022, Revista Digital Universitaria, https://www.revista.unam.mx/wp-content/uploads/v23_n1_a2.pdf
- Del Río Martínez, J. H., & Del Río Valdés, D. C. (2019). Ética y conductas inapropiadas en la práctica de la investigación. *Medicina Y Ética*, 31(1), 49-69. <https://doi.org/10.36105/mye.2020v31n1.02>
- Gamble, T. K., & Gamble, M. (2023). Communication in the 21st Century. En *The Communication Age* (pp. 1-3). SAGE Publications. https://uk.sagepub.com/sites/default/files/upm-assets/126720_book_item_126720.pdf
- García Camino, B. (2024, noviembre 9). *No es plagio, pero puede ser engaño*. Bioética cotidiana. <https://bioetica.nexos.com.mx/no-es-plagio-pero-puede-ser-engano/>
- Grudniewicz, A., Moher, D., Cobey, K. D., Bryson, G. L., Cukier, S., Allen, K., Arden, C., Balcom, L., Barros, T., Berger, M., Buitrago-Cirio, J., Cugusi, L., Donaldson, M. R., Egger, M., Graham, I. D., Hodgkinson, M., Khan, K. M., Mabizela, M., Manca, A., Milzow, K., Mouton, J., Muchenje, M., Olijhoek, T., Ommaya, A., Patwardhan, B., Poff, D., Proulx, L., Rodger, M., Severin, A., Strinzel, M., Sylos-Labini, M., Tamblyn, R., van Niekerk, M., Wicherts, J. M., & Lalu, M. M. (2019). Predatory journals: No definition, no defence. *Nature*, 576(7786), 210-212. <https://doi.org/10.1038/d41586-019-03759-y>
- Hanson, M. A., Gómez Barreiro, P., Crosetto, P., & Brockington, D. (2023). *The strain on scientific publishing* (arXiv:2309.15884v2). arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2309.15884>
- Rafols I, Hopkins M, Hoekman J, Siepel J, O'Hare A, Perianes-Rodríguez A, Nightingale P., (2014) Big Pharma, little science?: A bibliometric perspective on Big Pharma's R&D decline, Technological Forecasting and Social Change, <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2012.06.007>.
- Muñoz Fernández, L. (2024, diciembre 7). *La supuesta neutralidad ética de la tecnología actual*. Bioética cotidiana. <https://bioetica.nexos.com.mx/la-supuesta-neutralidad-etica-de-la-tecnologia-actual/>
- Organización Panamericana de la Salud. (2020). *Entender la infodemia y la desinformación en la lucha contra la COVID-19* (OPS/IMS/EIH/COVID-19/20-0006). <https://iris.paho.org/handle/10665.2/52053>
- Rivera H. La integridad científica ante los plagios fabricados con el ChatGPT [Scientific integrity faces plagiarism fabricated with the ChatGPT]. *Rev Med Inst Mex Seguro Soc*. 2023 Nov 6;61(6):857-862. Spanish. doi: 10.5281/zenodo.10064458. PMID: 37995379; PMCID: PMC10723832

- Romaní F, Carreazo Pariasca J, Aguilar Madrid J, Espinoza Herrera D. (2018) La divulgación científica en el campo de la salud pública. La experiencia del Instituto Nacional de Salud. *Rev Peru Med Exp Salud Publica*. doi: 10.17843/rpmesp.2018.353.3640
- Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación (SECIHTI). (s. f.). *Acceso Universal al Conocimiento*. <https://seciht.mx/acceso-universal-al-conocimiento/>
- Sociedad Max Planck <https://openaccess.mpg.de/Berlin-Declaration>
- The Royal Swedish Academy of Sciences. (2019). *The Prize in Economic Sciences 2019: Popular science background*. NobelPrize.org. <https://www.nobelprize.org/uploads/2019/10/popular-economicsciencesprize2019.pdf>
- Turnitin. (n.d.). *Achieving academic integrity: Promote original student work*. Turnitin. <https://www.turnitin.com/solutions/academic-integrity/achieving-academic-integrity#types-of-academic-misconduct>
- UNESCO 2021 Introducción a la Recomendación de la UNESCO sobre la Ciencia Abierta https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379949_spa
- UNESCO 2021-2. Informe de la UNESCO sobre la ciencia: la carrera contra el reloj para un desarrollo más inteligente. <https://www.unesco.org/reports/science/2021/en/science-pandemic>
- Zimmermann, R.E. (2022). Between *Parrhesia* and *Fake*: Scientific Responsibility Today. In: Mieg, H.A. (eds) *The Responsibility of Science*. *Studies in History and Philosophy of Science*, vol 57. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-91597-1_9

Los medios de comunicación, migraciones y fronteras

Julia Corona Chaparro¹

Universidad Autónoma de Querétaro

<https://orcid.org/0009-0005-6550-0828>

Resumen:

El presente trabajo consiste en analizar el fenómeno migratorio para comprender su especificidad en la vida contemporánea. Mediante este análisis, que pone de precedente ciertas herramientas violentas y crueles utilizadas por los poderes fácticos de los gobiernos de los países de tránsito y de los de llegada se une también el poder mediático de los medios de comunicación que han ayudado a normalizar estas precariedades normalizando las muertes, desapariciones, violaciones o secuestros al objetar que ellos mismos se ponen en riesgo al utilizar la vía irregular para llegar a sus destinos, lo que muestra cómo las sociedades están cegadas ante esta realidad que recrudece nuestra propia humanidad y la pone en duda cotidianamente. El objetivo de este texto es provocar en el lector la reflexión y el análisis ético necesario para invitarlos a repensar el concepto de frontera, no solamente como un efecto negativo y atroz de la vulnerabilidad en la migración, sino proponer que se trata de una idea que se ha formado y transformado por la historia de los movimientos geopolíticos y de las ideologías de las supremacías, que dictan las relaciones que deben existir entre los países en vías de desarrollo con los países desarrollados.

Palabras clave:

Frontera; Migración; Vulnerabilidad; Humanidad; Medios de comunicación.

¹ Doctora en Filosofía (Universidad de Guanajuato, México) Profesora adscrita a la Facultad de Filosofía de la Universidad Autónoma de Querétaro.

A MODO DE INTRODUCCIÓN

En la última década, muchas investigaciones se han centrado en comprender la frontera desde su magnitud económica y geopolítica, resaltando la importancia de controlar y diversificar una crisis humanitaria que está centrada principalmente en la migración. Usar un lenguaje cuantitativo del fenómeno es clave para deshumanizar a las personas en tránsito, al mismo tiempo que se generaliza el problema migratorio enfocándose en la violencia que estas personas traen consigo desde el momento en que se infiltran en los Estados sin documentos probatorios y legales, permisos en regla y pasaportes o visas previamente tramitadas y finiquitadas.

En los estudios fronterizos, se trató de resignificar estas crisis, más allá de las estadísticas de lo cuantitativo a lo cualitativo, de las cifras, ventajas y desventajas de estas. Ya que se trata de rescatar del anonimato la vida de miles de personas que transitan por las rutas migratorias para buscar una mejor vida, comprender el fenómeno desde las causas y desde la problemática que da origen a estos movimientos migratorios, son necesarios para recuperar y resarcir el daño que les ha causado la falta de los apoyos institucionales, gubernamentales o internacionales al negarles que son sujetos a derechos, privándolos muchas veces de sus DD.HH., marginándolos y revictimizando su condición desde la vulnerabilidad y la exclusión.

Por un lado, tenemos la necropolítica, que explica cómo se dan estos mecanismos que utilizan los gobiernos para decretar quién, cómo y cuándo se debe morir, herramientas que están implícitas sobre todo cuando se les ignora y se les niega la ayuda humanitaria para su sobrevivencia. Por otro lado, está el poder mediático, un órgano derivado del poder fáctico de los gobiernos y de las empresas privadas dueñas de televisoras, noticieros, periódicos o revistas, que utilizan a los medios de comunicación masiva (prensa, televisión, internet, radio) para manipular la opinión pública al presentar, en este caso específico, ciertas ideas y creencias, así como prejuicios acerca del movimiento migratorio.

Para reducirlos a estigmas sociales relacionados con la delincuencia organizada, el narcomenudeo o el secuestro entre muchas más, con ello se les identifica como amenaza a los hogares, a las colonias y a la sociedad. Pareciera que al momento en que decidieron migrar de forma irregular dejaron de ser personas, humanos, para ser identificados como delincuentes, criminales, violadores, asesinos, drogadictos y hasta de comer mascotas. Ante esta visión tenemos un pensamiento pragmático acerca de la migración y los Estados como los gobiernos deben de tratar con eskorias, como si se tratará de una enfermedad que hay que eliminar del cuerpo social.

Ante este panorama complejo, la presente investigación pretende incorporar un elemento más para propiciar y enriquecer a los estudios fronterizos desde una crítica filosófica del problema presentado. Enmarcado en el contexto planteado, es cuando se puede dar un giro a la deshumanización que sufren los migrantes cuando se les recupera desde la exclusión. Es decir, cuando un artista es capaz de plasmar desde el arte a las personas que forman parte de la migración, es a través de la experiencia estética que se les puede volver a mirar como seres humanos, porque ante el reconocimiento del otro desde mi humanidad puedo identificarme con su dolor. Cuando comprendemos ese dolor entonces podemos cambiar su realidad por todos los medios posibles ¿será entonces que el arte nos devuelva la humanidad que hemos perdido?

Al deconstruir el concepto de frontera se logra visualizar su especificidad y utilidad en la vida contemporánea, no se trata solamente de una reducción de la categoría en su acción

práctica o acerca de una comprensión efímera de la palabra, sino que se nos muestra a partir de su contexto sociocultural y geopolítico, aunque también nos puede ayudar a desarrollar una representación visual y estética que parte de la vida que se desarrolla en las ciudades de paso o tránsito en el que los migrantes se alojan por tiempo indeterminado. Por tanto, este concepto representa el peligro latente que gira alrededor de la búsqueda de la ciudadanía, asilo, refugio, y está inmerso en su seguridad. Entre los estigmas a los que se enfrentan, está la imagen que se crea en las ciudades con su presencia y cambia la forma en que se experimentan las calles, colonias o parques. A primera vista pareciera que se empobrece la imagen y la arquitectura de las mismas ciudades que habitan (temporal e indefinidamente), pero también nos da una herramienta más para analizar este fenómeno que se ha integrado de lleno a nuestra vida cotidiana.

Por ejemplo y para comprender mejor una deconstrucción de la frontera es necesario comprender cómo está inmersa en los procesos de deshumanización, para dicho propósito mencionaremos un fenómeno que se ha presentado en la Ciudad de México en los últimos años con respecto a la migración y, que se ha vuelto visible cada vez más, ante la falta de una infraestructura gubernamental que brinde apoyo y seguridad a las caravanas de migrantes que llegan a la ciudad en busca de asilo político o refugio. Ya sea para tener una residencia temporal en México o para tener un lugar tranquilo y de descanso antes de seguir con su trayecto hacia el Norte, ante esta situación los grupos de migrantes han creado campamentos sobre espacios públicos en camellones o parques reconfigurando la vida cotidiana y la estética de la ciudad, como respuesta a esta manifestación política las acciones perpetradas por las autoridades de migración es la de desalojar a estos grupos y destruir las chozas creadas de láminas, plásticos y pallets para ser reubicados en refugios o albergues, los cuales no están edificados para recibir a tantas personas, además de que al parecer se opta por la criminalización de las y los migrantes al darle prioridad a las quejas de los vecinos que se ven afectados por su presencia en las colonias que circundan dichos campamentos, quejas que se suscitan entre el miedo, el malestar, la desinformación y la falta de comprensión ante de los sucesos que estamos viviendo actualmente.

Esta deshumanización al que se enfrenta un ser humano al reducirlo a lo dado: un ilegal, un delincuente, un violador, un terrorista, un narco o un roba trabajos, entre muchos más es una constante de los países de paso o de llegada que atraviesan en la ruta migratoria. Esta categoría conceptual nos ayuda a comprender, por tanto, cómo se da la naturalización en los ciudadanos de un país al aceptar estas condiciones deshumanizantes e ignorar la vulnerabilidad a las que los sometemos diariamente y, como su existencia pasa desapercibida aún a pesar de que habitan, junto con nosotros, las calles, los barrios, las colonias o los municipios.

Es por eso, que la importancia de estudiar la frontera va más allá del análisis de su construcción geopolítica, puesto que se puede hacer una revisión desde la estética como una propuesta que utilizan para resignificarse y con la que se busca, también, el reconocimiento de verlos como iguales. Esta postura ha creado en cada migrante un agente político que funge como activista al declarar su derecho a tener derechos, su derecho a la existencia desde la expresividad del arte, la resignificación del idioma materno o la resistencia a través del cuerpo, que desemboca en las identidades que se crean a partir de la diferencia que habitan las fronteras.

DESDE LA FRONTERA HACIA LA REALIDAD COMPARTIDA

Lo que entenderemos por frontera es la definición que hace Roxana Rodríguez Ortiz (*Alegoría de la Frontera*, 2013), al decir que se trata de la diferencia que existe de un Estado a otro con el que colinda una frontera, la cual no es solamente física y geográfica, sino que también nos enfrentamos a una frontera cuando existe un cambio en la religión, en el idioma y en el que se puede localizar un conflicto sociopolítico delimitado a través de la historia compartida entre ambos países. Este inicio es fundamental para comprender la relación implícita que existe en la geopolítica actual pero relativamente frente aquello que delimita la vida de los migrantes.

Este es el panorama que se pretende comprender a continuación, tenemos el concepto de frontera, que se expondrá y tenemos la vinculación de este concepto con la migración. Ya que al contextualizar la vida cotidiana del migrante desde los efectos del neoliberalismo a través de la atmósfera que les rodea, es plausible observar y determinar la transculturización que afecta a las ciudades y que les sirven de punto de descanso en su trayecto hacia el Norte, por lo que Rodríguez Ortiz nos explica justo el ambiente ambivalente que se viven en las ciudades fronterizas que separan a México de los EE. UU.:

...las condiciones de vida en las que se encuentran cuando se instalan en las ciudades fronterizas son, en la mayoría de los casos, deplorables, pues están enmarcadas por la pobreza, el abuso, la explotación, la prostitución, la violencia o el narcotráfico (...) está delimitada por escenarios áridos, desérticos, estériles donde hace un calor abrasador o un frío gélido, que contrasta con el colorido de las luces neón de todos los sitios de paso (bares, prostíbulos, hoteles de paso, restaurantes) que se erigen a lo largo de la frontera para dar refugio a los inmigrantes que con añoranza esperan poder cruzar al otro lado y salir del infierno en el que están inmersos. (Rodríguez, 2013, p. 93)

Es por ello que la vida del migrante, desde nuestro contexto social puede determinar la dinámica de las ciudades de paso en su trayecto hacia el Norte y así esclarecer cómo se vive, se ve y se disfruta la frontera. El uso de imágenes que hacen referencia a la frontera y lo que implica en la mirada subconsciente de la persona que se enfrentan a ella, puede ayudar a reconstruir el viaje de los migrantes, sus peligros, las anécdotas, los sueños perdidos y las vidas desaparecidas en la ausencia del desierto.

Lo simbólico al querer retomar la tarea de resignificar al movimiento migratorio y utilizar metáforas conceptuales para su entendimiento es necesario y complementa el análisis de los estudios fronterizos acerca de la realidad que estamos viviendo y que no cesa de ser una crisis humanitaria a gran escala. Sobre todo, se trata de no perder de vista la importancia de investigar el fenómeno de la migración desde otro ángulo, para no utilizar a los migrantes como mártires o personas que van por la vida en un sufrimiento constante. Consecuentemente al ser víctimas del poder mediático que utilizan su rostro, cuerpo y vida para marginar y denostar una crisis que sólo es capaz de evidenciar las consecuencias que nos trajeron las promesas de la modernidad y, que junto con la globalización acentuaron más la explotación, desigualdad, racismo y segregación.

Es así como la imagen de los migrantes les ha servido a los intereses de los poderes fácticos de la ultraderecha que apelan a la soberanía, los nacionalismos y la seguridad nacional para seguir marginándolos y es aquí donde se utilizan como moneda de cambio en las jorna-

das electorales. Mientras estas posturas ideológicas nacionalistas van tomando más fuerza en el mundo (desarrollado y con consecuencias graves en el tercer mundo), también estos países con un desarrollo económico creciente se autoproclaman como las verdaderas víctimas de las migraciones que figuran como amenaza a sus sociedades. No debemos perder de vista que estos países históricamente han sido los que han provocado estas desigualdades en el mundo desde el sistema neoliberal.

Aunado a lo anterior y con el pasado histórico que nos dejó la época colonial y las intervenciones que se desarrollaron desde el siglo XVI hasta el XXI, nos hemos reconocido como habitantes tercermundistas que habitan los países en vías de desarrollo pero, paradójicamente, con un suelo lleno de riquezas naturales, tierra fértil y agua, que han sido explotados, comprados o dados en concesión a empresas trasnacionales que sobreexplotan y contaminan regiones enteras provocando desequilibrios biológicos.

Lo único que nos muestra estas nuevas realidades globales es que la humanidad se va alejando más de la pluralidad y del reconocimiento del otro, se sigue manteniendo la creencia de que las sociedades deben ser hegemónicas, perpetuas e inmutables mientras que poco a poco nos vamos acercando más a la barbarie. Frente a este panorama, si no encontramos una solución pronto podemos recaer en el mayor error histórico de la humanidad de nuevo.

Un error que empieza y se ve reflejado en nuestra actitud como sociedades ante las desapariciones de miles de migrantes cada año, cada mes, cada día. Una responsabilidad que le debemos a estos miles de personas y que consecuentemente, como ciudadanos, deberíamos de optar por otras políticas públicas en el tema migratorio, tanto en nuestro país como en los estados vecinos que se ven inmersos en el fenómeno migratorio y se podría, ante ello, evitar las violaciones de los DD.HH., que sufren constantemente.

Estas diversas maneras que hay de cómo investigar y sobre todo de denunciar lo que sucede en nuestro país a causa o alrededor de la Frontera que nos divide de los EE. UU. y Centroamérica son luchas cotidianas que se hacen desde dos fronteras distintas. La primera desde el trabajo teórico y académico, y la segunda desde el trabajo del activismo social, juntos han logrado que la gente empiece a tomar conciencia de la situación que vive nuestro país al trasladar el número cualitativo de las estadísticas de las personas que han muerto durante estos años a las imágenes y metáforas a través del arte para que la sociedad poco a poco empiece a ser más sensitivo ante las pérdidas humanas que día a día tenemos a lo largo de nuestro país: «el número de los desplazados internos ha incrementado vertiginosamente en México los últimos cinco años. Si bien 160 mil personas viven desplazadas, 140 mil de ellas han sido desalojadas por la violencia desde 2007 y 26,500 tuvieron que abandonar sus hogares durante el año pasado convirtiéndose en migrantes forzados» (Gargallo, 2014, p. 66).

Fluir de un contexto sociopolítico e histórico a otro, atravesado por la subjetividad de la individualidad es lo que ha permeado nuestras vidas desde el capitalismo, el consumismo y la globalización.

La migración se ha visto envuelta en estigmas provocadas por las actuales crisis humanitarias en las que se ciernen, aunque estas crisis están marcando al nuevo siglo XXI y evita que podamos observar sus posibilidades en pro, no solo de la humanidad, sino de la propia existencia del planeta. El cambio climático y el reordenamiento económico paulatinamente nos están llevando a una guerra mundial mientras que nos acorralan entre el miedo y la violencia constante.

Aun así los migrantes son quienes fungen como actores políticos, indirectamente hablando, al mismo tiempo que forman parte de un grupo que representa la fallida añoranza que se creó a partir de las promesas de la modernidad, también es necesario hacer referencia que aún existe en nuestras sociedades frente al razonamiento instrumental, que busca en las sociedades pragmáticas un ordenamiento de los países para su control. El peligro está cuando se cree que el migrante es el extranjero que descompone en cierta medida este control, no en los trabajos que hace ya que funge como una pieza importante en la economía del país, sino por la impertinencia de llevar consigo una cultura, idioma, religión y ontología diferente a la establecida en las sociedades a las que llegan.

Decir que está exclusión deriva del hecho de que estas personas siguen manteniendo tradiciones que los identifican con su lugar de origen, siguen teniendo una pertenencia y un arraigo que les da la posibilidad a las generaciones posteriores de tener una identidad múltiple y por ello su integración a la cultura hegemónica a la que llegan no se da por completo.

A la vez, nuestra capacidad de comprensión, crítica y análisis son cada vez más limitadas, sobre todo por la era digital que vivimos porque la velocidad de ver en nuestras pantallas un gran contenido de información en un corto tiempo, no equivale al tiempo necesario para profundizar lo que observamos ante lo expuesto. El problema radica, por un lado, en nuestra falta de escrutinio frente a lo que presenciamos, porque los videos e imágenes que se nos presentan dependen de un algoritmo que codifica nuestro interés dependiendo del tiempo que pasamos admirando cierto producto por sobre los demás y, por el otro, porque el contenido que llega a nuestras mentes son opiniones que se nos presentan como verdades auténticas frente a los acontecimientos del mundo.

Si replicamos esas opiniones en nuestras conversaciones cotidianas sin un análisis previo de lo que nos dicen, entonces se anula un posible consenso acerca de un hecho o fenómeno en particular, al mismo tiempo de que esas opiniones no nos dan la información necesaria para contrarrestar diversos puntos de vista por lo que sólo nos llega un argumento al respecto, entonces estamos frente a la manipulación que funge como herramienta para controlar la opinión de la sociedad acerca de un asunto específico.

Ante este panorama en el que la comunicación es un factor fundamental como poder y control en las decisiones de un país y de un gobierno que afectan a la democracia y a la sociedad, tenemos también la forma en que se estigmatizan las crisis humanitarias. Así es como nuestra investigación de ciería en este panorama a un cuarto del siglo XXI, ya que la migración está enmarcada desde las desigualdades sociales de los países que han sido explotados desde la extracción de sus recursos naturales a partir de la colonización por un lado y, desde el intervencionismo por el otro, ejercido por los países que han sustentado el poder y el control sobre el mundo y sus riquezas. No hay países pobres o en vías de desarrollo, hay países con riquezas naturales que son controladas por Estados que tienen el poder político, militar y mediático para saquear al resto del mundo en beneficio de su interés y acumulación económica.

Cuando la migración irregular incrementa su volumen para ir a trabajar a estos países se debe a que estos países necesitan de esta mano de obra y también representa las repercusiones que estas intervenciones han ocasionado en 500 años de historia que abarca el descubrimiento de lo que se conoce como América y el tráfico de esclavos que desintegró a comunidades enteras en África. El colapso de estas naciones afectadas y que están conectadas entre sí por una historia compartida de colonización, esclavitud, segregación y exclusión, también

están conectadas por la expulsión que nuestros propios países hacen de sus ciudadanos jóvenes, en edad de trabajar para incrementar las riquezas de sus ciudades, pero las carencias y las deudas que le deben al Banco Mundial, la pobreza, la guerra, el cambio climático entre otros, hacen que estos gobiernos no tengan la fortaleza política y democrática para contrarrestar este movimiento migratorio.

ENTENDIENDO LA DESCOMPOSICIÓN SOCIAL EN MÉXICO

La problemática de la humanidad frente a la migración o desde la migración es un cuestionamiento que debemos de hacernos con más frecuencia y con prontitud ante situaciones que nos preocupan al mismo tiempo que nos asombran, como el caso que se viralizó con el rescate de trabajadores forzados en Guatemala: «Es sabido que en 2010 aparecieron en el Petén, Guatemala, trabajadores agrícolas forzados que habían sido secuestrados en las rutas de migración, a la altura del estado de Veracruz, en México» (Gargallo, 2014, p. 74) y ante este tipo de situaciones graves y poco difundidos es oportuno definir cómo México llegó a tener una crisis humanitaria en relación con la migración al no proteger la movilidad humana en tránsito por nuestra nación, una crisis que sigue vigente desde el año 2000 hasta principios del 2025.

Si bien la violencia que sufren los migrantes ante las desapariciones, violaciones, secuestros o extorsiones, aunadas a la poca fiabilidad que existe hacia las instituciones gubernamentales relacionados a este fenómeno, es muestra de que la vulnerabilidad en sus vidas hace que estas violencias siempre estén alrededor de los fenómenos migratorios en México en mayor o menor medida.

Se sabe que los migrantes son expulsados por los problemas que surgen en sus países de origen (muchas veces excolonias), que en gran medida han sido provocadas por el neoliberalismo (que venden o dan en concesión los recursos naturales de su región o desaparecen las paraestatales convirtiéndolas en empresas privadas) aunado a las prácticas fallidas en el desarrollo social por la falta de recursos gubernamentales, por lo que se deterioran tanto su infraestructura como los servicios que deberían brindarle a la población. Por lo que estas poblaciones se ven atrapadas en la violencia que se ha creado por años de carecer de los apoyos sociales que les deben sus propios gobiernos, lo que obliga a las juventudes (en su mayoría) a delinquir o a unirse a grupos criminales.

En México, por ejemplo, en el gobierno de Felipe Calderón (2006 - 2012) se apoyó más el desarrollo a través del neoliberalismo abandonando la industria agroalimentaria eliminando los apoyos sociales a los campesinos, lo que hizo, en gran medida, que este comercio interno decayera expulsando la mano de obra joven a migrar a los EE. UU. al mismo tiempo que implementó una guerra al narcotráfico e involucrando al ejército para intervenir en los asuntos de seguridad nacional, pues le atribuía a esa mafia la violencia encarecida en nuestro país. Al contrario de lo que se creía, esta guerra sólo logró acrecentar la violencia, las muertes, los desaparecidos y asesinatos en varias zonas del país, pero principalmente en los estados del norte que colindan con la frontera.

Tuvimos así pues, «un ejército y una marina traídos a la vida civil para atemorizar a la población y violentar un narcotráfico que, viéndose cortar los caminos tradicionales, incrementar y diversificar sus redes delincuenciales: trata de personas, mercado de migrantes, tráfico de armas, prostitución» (Gargallo, 2014, p. 60) y por ello no es casualidad que durante estas décadas de desintegración social nuestra sociedad se vio inmersa en una constante pérdida de seguridad,

desconfianza a las Instituciones y carencia de crecimiento económico, lo que provocó también una desconfianza al otro provocado por la desinformación y la manipulación de las noticias acerca de las víctimas de esta guerra cruel, por lo que las desapariciones, trata, secuestro infantil fue nuestro pan de cada día, no es que nos volviéramos una sociedad fría e inhumana ante estos actos de violencia pero nos hicieron creer que era normal vivir con este miedo constante.

En México, hoy es posible que la comercialización de las y los secuestrados-desaparecidos para los trabajos esclavos constituya una forma de trata nueva, donde lo ilegal aporta «mercancía humana» al mercado legal desregulado, que se suma a la de mujeres y niñas para la explotación sexual y de género y al tráfico de migrantes (más de 70 mil centroamericanas/os han desaparecido en México según las Madres de Migrantes que en 2012 realizaron su tercer viaje para encontrar a sus familiares desaparecidos). (Gargallo, 2014, p. 76)

Esta descomposición social crea personas que han sido desestructuradas social, cultural y humanamente. Son estos ciudadanos el resultado de una economía global que desintegra a su población desde el empobrecimiento del país y que junto con las violencias desenfrenadas de los grupos delincuenciales nos han hecho mucho daño. En cambio, hoy en día, ante el cambio del nuevo gobierno se está tratando de resarcir el lazo social con el apoyo de nuevos programas sociales y con el apoyo a la juventud para alejarlos del consumo de drogas y de los grupos delincuenciales, pero sobre todo se está apostando por una nueva conciencia de lo que significa ser mexicano haciendo un acercamiento concreto hacia el otro.

Cuando nos reconocemos en la mirada del otro, es cuando el otro recupera su humanidad. Es decir, se trata de recuperar la humanidad del otro que por muchas décadas se vio marginado y excluido. El nuevo retrato que se está haciendo del migrante como héroe trata de hacerle frente a las categorías negativas que enmarcan a las personas que forman parte de la migración desde una nueva perspectiva que los involucre en el crecimiento del país.

RESARCIR EL DAÑO SOCIAL

Ante esta situación de desapariciones forzadas y muertos anónimos, surge el Colectivo Bordados por la Paz en el año 2011, lo que buscan es recuperar desde el número cuantitativo de las desapariciones forzadas en México a las personas y a los individuos. Se trata de recuperar el rostro, vida y nombre de cada uno de ellos mientras se juntan en las plazas públicas a la vista de todos. Ante ello, este colectivo quiere sacarlos del anonimato a través del bordado que se exponen en espacios públicos como plazas, parques o calles para que la gente que camina por ahí logre echarle un vistazo a su manifestación pacífica, a su vez que esta acción rechaza la violencia, muerte y desapariciones que existen en nuestro país y que aún la mayoría de ellos no han aparecido.

Sentadas y sentados en el suelo, en las banquetas, en sus propias sillas, punto tras punto, hilando sus reflexiones, los y las bordadoras por la paz han rescatado la memoria de las víctimas de una guerra sin refugios, trincheras ni exilio posibles. Han identificado la mentira implícita en la construcción de un conflicto policiaco-militar contra un «enemigo» al que se le ha despojado de su condición de sujeto de derecho: un monstruo, un oponente de excepción, un «otro» contra el que la policía puede disparar a discreción y hasta reírse de su dolor o sus quejas. (Gargallo, 2014, p. 56)

En este período de nuestra historia nacional no sólo está permeado por la violencia y desapariciones forzadas que se dieron en margen a la guerra contra el narcotráfico que marcó el periodo de Felipe Calderón en México, entre los años 2006 al 2012, sino que también el poder mediático fue un aliado importante en la reestructuración de la incipiente democracia que existía en ese entonces. Por ello, la urgencia de bordar los nombres de las víctimas fue para que la gente que los leyera tuviera en la memoria que se trataba de personas y no sólo de números. Francesca Gargallo en su libro *Bordados de paz, memoria y justicia* (2014) recopila la posición de este colectivo que motivó un movimiento que fue replicado a lo largo del país. También para contrarrestar la información que se difundía en las televisoras y la prensa acerca de las desapariciones como sujetos relacionados al narco o simplemente omitiendo las cifras reales. Hoy en día este periodo de oscuridad que marcó a nuestro país sigue siendo una herida que no termina de sanar por completo, nuestra sociedad se vio resquebrajada por una violencia sin sentido mientras que se destruyen nuestros lazos sociales.

Para que la sangre de las y los mexicanos, el vacío de sus desapariciones en las carreteras del norte del país, las fosas clandestinas de decenas de millares de migrantes centroamericanos y nacionales, se conviertan en una realidad tan visible como catártica, las bordadoras y bordadores de la calle erigen tendedores de nombres concretos rescatados de una muerte violenta y no esperada. (Gargallo, 2014, p. 56)

Ante esto, varios colectivos, activistas sociales, académicos e intelectuales han coincidido en que la mejor manera de lograr que la migración deje de ser el blanco perfecto para estos grupos delictivos es necesario promover, instalar y dar seguimiento a las políticas públicas de los países de paso de las rutas migratorias del mundo, pero, sobre todo, para reconocer en los migrantes a un igual.

Si queremos escalar de la teoría a la práctica tenemos que empezar por proponer modelos de sociedades vigentes para los países y, específicamente, para las comunidades afectadas (de afección y afectación) a la migración, vinculados a políticas públicas en los que se enfaticen la necesidad de impulsar el reconocimiento del otro-otra mediante distintas estrategias culturales. Evidentemente, la política del reconocimiento del otro no consiste únicamente en promover un discurso equitativo del género o reglamentos migratorios, sino que implica un esfuerzo mayor que atribuya a modificar (erradicar) conductas misóginas, xenófobas, homófobas y demás fobias presentes en el inconsciente y, por tanto, en el imaginario colectivo de la(s) sociedad(es) en general. (Rodríguez, 2014, p. 102)

Finalmente, se sigue buscando la creación y cumplimiento de las políticas públicas de los países expulsores de mano de obra o de los países de tránsito de esos miles de personas que van en busca de trabajo en aquellos países desarrollados. Son pues los migrantes aquellos obreros o trabajadores asalariados que tienen una condición social vulnerable por carecer de una identidad jurídica frente al país en el que residen, siendo ilegales frente a su aparato de justicia. Por ese motivo, será necesario que los gobiernos empezaran a regularizar y otorgar permisos por tiempo definido, a quienes transitan por esas ciudades llamadas de paso.

Ante estas circunstancias, la frontera es un desbordamiento de imágenes, vidas y rostros que se difunden con el clima (a veces inhumano) que se vive en las ciudades de asilo.

Un clima que se funde entre la inseguridad y la vulnerabilidad pero que se mezclan en la confianza al otro, una confianza necesaria para sobrevivir ante estas condiciones extremas. Al contextualizar la vida cotidiana del migrante desde los efectos del neoliberalismo a través de la atmósfera que les rodea, es plausible observar y determinar la transculturización que afectan a las ciudades y que les sirven de punto de descanso en su trayecto hacia el Norte.

Esta categoría no sólo es conceptual, sino que atraviesa la vida de los migrantes que, a través de dicha palabra, han conformado su existencia a lo largo del viaje entre sus esperanzas y anhelos. Comprender esta condición es necesaria para saber cómo se afecta el imaginario colectivo de las personas que migran y de lo que significa para ellos y para nosotros *cruzar la frontera*.

LA FRONTERA DESDE LA ESTÉTICA

Lo que nos compete entonces es la frontera y cómo esa palabra que delimita regiones, lugares y sociedades, es un concepto que nos remite a los problemas que actualmente tenemos en nuestro momento histórico: la migración.

En este sentido, es necesario re imaginar la frontera para hablar de los propios límites y, a partir de ellos, reestructurar las nociones que han permeado la discusión contemporánea de las fronteras (cualesquiera que éstas sean). Desde esta perspectiva, es conveniente desarrollar nuevos modelos de aproximación y conceptualización que, por un lado, guíen las acciones y toma de decisiones de los sujetos fronterizos en beneficio de sus comunidades; por otro, permitan un enfoque epistemológico de la frontera en/desde sus propios procesos de conformación cultural e identitaria. (Rodríguez, 2013, p. 143)

Ante ello, hay que vencer primero nuestro propio prejuicio del concepto de frontera, un prejuicio que ha sido creado por los medios de comunicación intervenidos, muchas veces, por los poderes de los países que se ven afectados por estas migraciones masivas. Frente a estos múltiples prejuicios debemos deconstruir el concepto de frontera para fragmentarlo, dividirlo y destruirlo buscando su origen como concepto que controla y deshumaniza a los migrantes para volverlo a reconstruir y vuelva a tener el significado que hoy en día merece tener: un encuentro con el otro, de reconocimiento para que se logre recuperar la humanidad y el lugar en el mundo que se merecen. Porque esa frontera ahora sirve solamente para delimitar la geografía, pero, sobre todo, para defender el territorio de los otros. Ellos, los invasores que entran a nuestros territorios y ocasionarán la desestabilidad del país, mientras que los flujos económicos no tienen restricciones.

La conceptualización de la frontera, (...) no es posible aludir a ésta si no se considera que la movilidad humana es parte de ser-en-sí. Es decir, existen las fronteras porque se debe resguardar o delimitar un territorio. Una nación, del otro-otra; sin embargo, la globalización y mundialización han puesto en jaque estos supuestos al presuponer que los flujos de capitales transitan libremente, a diferencia de lo que sucede con el flujo de personas en todo el mundo. (Rodríguez, 2014, p. 13)

En este contexto la identidad de los habitantes de la frontera se enmarca desde el contorno de esta, que nos permite transitar desde el interior hasta el exterior de nuestro ser. Para lograr explayarnos en ese contorno de ideas conceptuales que contienen a la frontera tanto como espacio delimitado e inmenso y probablemente intrínseco, y desde una sociedad negada a vivir sin límites que la obligan a comportarse de acuerdo con ese espacio-tiempo determinado de lo que significa haber nacido y vivir en un país y no en otro. «Son emociones o estados de conciencia que están directamente relacionados con la construcción identitaria de una comunidad que no termina por definirse sino es mediante la performatividad de un discurso híbrido y de la representación casi teatral de sí mismos frente al otro» (Rodríguez, 2013, p. 89).

Esta deconstrucción del concepto tiene una gama de posibilidades que giran en torno a la hospitalidad, la pluralidad y el reencuentro con el otro que apuesta a verlo como a uno igual. Pareciera que se trata de salir de uno mismo para habitar en el otro, en su dolor, su vulnerabilidad, sus sueños, sus anhelos y esperanzas pero que en cierta medida nos parece ajeno a nuestra realidad.

La frontera es una palabra que da para mucho. Pensemos primero en la frontera como identidad, claro que primero debemos esclarecer que es la identidad y cómo podría vincularse desde la frontera. En la tradición filosófica sería desde la conceptualización de las palabras y desde su uso en la realidad cotidianamente ¿de qué otra manera podemos relacionar entonces a la frontera como identidad? ¿qué es lo que nos permite desde la frontera darnos una identidad para que los demás nos reconozcan en el mundo?

Roxana Rodríguez explica en su libro *Alegoría de la Frontera* (2013), que la identidad es una característica muy fácil de entender desde la literatura chicana o desde la literatura fronteriza a través de las novelas, cuentos o poemas que escriben los autores quienes residen de un lado y del otro del muro fronterizo México-EE. UU., porque:

No existe la tierra prometida (...) Es sólo producto de la imaginación de quienes constantemente ese lugar que, en todo caso, se asemeja a un no-lugar; es un pretexto más para enarbolar el discurso posmoderno que encuentra en la deconstrucción de sus propios límites una fórmula efectiva para deslindarse de los textos canónicos y de los discursos dominantes. La frontera como tal se erige como el lugar del exilio y de la añoranza (Rodríguez, 2013, p. 137)

Ante ello, los migrantes se apropian de los lugares que habitan, aunque sea por tan sólo unas cuantas horas o días y se transforman de no-lugares a espacios habitados y multiculturales. Las personas que buscan una vida mejor o que por lo menos buscan ganar más dinero por el trabajo que elaboran, se adueñan de esos lugares vacíos y solitarios. Porque al carecer de un lugar propio, ellos se apropian de esos espacios y los llenan con su identidad a través de la estética visual de los ambientes que habitan.

Logrando que estos lugares sean compartidos por la solidaridad que se crea al seguir un mismo objetivo, ya que estos espacios poco comunes de convivencia, como los puentes, las alcantarillas, las cuevas, los muros, etc., se transforman en un espacio en el que habitan varias formas de vida, así como de creencias con concepciones del mundo distintas y con idiomas diferentes que convergen en los límites fronterizos de los países y de las esperanzas.

A través de analizar estos lugares se puede dilucidar que la frontera es un lugar de convergencia multicultural que transforma a las personas que llegan a habitar o a vivir alrede-

dor de ese concepto. Ya que la problemática real que motiva a estas personas a abandonar sus lugares de origen se deriva de la pobreza, que se origina por la explotación de los países del primer mundo sobre los países en vías de desarrollo. Por lo que estas personas están dispuestas a pasar por la violencia, el racismo, las violaciones y los abusos por parte de la policía, agentes migratorios, sociedad y bandas delictivas, con tal de llegar a su objetivo principal: la frontera. Van persiguiendo una imagen de frontera que en su trayecto se ha vuelto parte de su vida.

Analizando las situaciones cotidianas que bombardean las urbes de tránsito de los migrantes que delimitan al neoliberalismo, desde nuestra sociedad de consumo. Lo que conforma ese ambiente de globalización e individualismo que conlleva a los países pobres a migrar, porque una vida mejor se mide en la necesidad de consumo independiente a la calidad de vida que no tenían en su país de origen. Ante esto nos cuestionamos lo siguiente: ¿Son las personas migrantes sujetos pasivos que ignoran su situación social ante el sistema capitalista o son sujetos conscientes de la situación política de su país y, por ende, son activistas sociales indirectamente?

La vida del migrante, desde nuestro contexto social, es importante para analizar y estudiar a profundidad ya que, a partir de él se puede determinar la dinámica de las ciudades de paso en su trayecto hacia el Norte y así determinar o esclarecer cómo se vive, se ve y se disfruta la frontera.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agamben, G. (1996) *Política del Exilio*, Letrae.
- Augé, M. (2000) *Los no lugares: espacios del anonimato, una antropología de la sobremodernidad*, Gedisa Editorial.
- Bello Reguera, G. (1997) *La construcción ética del otro*, Ediciones Nobel.
- Butler, J. (2009) *¿Quién le canta al Estado-Nación? Lenguaje, política, pertenencia*, Paidós.
- Derrida, J. (1998) *Aporías: Morir –esperarse (en) los «límites de la verdad»*, Paidós.
- Gargallo, F. (2014) *Bordados de paz, memoria y justicia: un proceso de visibilidad*, Grafisma Editores.
- Kant, I. (2002) *Sobre la paz perpetua*, Alianza.
- Mbembe, A. (2011) *Necropolítica seguido de sobre el gobierno privado indirecto*, Melusina.
- Rodríguez Ortiz, R. (2013) *Alegoría de la Frontera México-Estados Unidos*, Ediciones Eón, 2013.
- Rodríguez Ortiz, R. (2014) *Epistemología de la Frontera; Modelos de sociedad y políticas públicas*, Ediciones Eón.
- Villoro, L. (1998) *Estado plural, pluralidad de culturas: Del Estado homogéneo al Estado plural*, UNAM-Paidós.