
Ética y régimen biodigital: subjetividad nodo y crisis de la comunicación democrática

DIÁLOGOS PARA
LA FORMACIÓN
CIUDADANA

Revista

**LECCIONES
VITALES**

José Gregorio Pérez Valdés ^a@

Año I, 2023, i0102

DOI: 10.18046/rlv.2023.6121

Resumen

En este escrito, analizaré el impacto de las nuevas tecnologías de la información/comunicación en la sociedad actual abordada y desbordada por una pluralidad de textos, imágenes, visiones, proyectos y la producción de millones de datos que circulan las 24 horas del día y dan cuenta de la producción de un sujeto digital, el sujeto nodo, que es autor, reproductor y emisor de contenidos en diferentes niveles de conexión, con solo dar clic. Este trabajo también analiza la transformación de los conceptos de verdad y comunicación y las consecuencias para la vida social, cultural, económica, política y ambiental en el siglo XXI

Palabras clave

Biodigital, sujeto/nodo, Fake News, massaudiencias, comunicación

Introducción

El mundo de hoy vive una era de nuevas formas de explorar e informar sobre la realidad y lo humano, con el surgimiento de estas formas de consumir esa información. Los avances en la microelectrónica y la informática han inaugurado una serie de interpretaciones de la realidad, cuyos filtros son los nuevos *massmedia*, las redes sociales¹, unidas a procesos de producción de millones de datos, nunca antes vistos, y una acelerada globalización económica y tecnológica.

La pluralización de visiones, imágenes, conceptos, sentidos y proyectos dan cuenta de la naturaleza distinta de las reivindicaciones de los grupos sociales en el mundo y en Colombia. Sonidos, imágenes, textos, hipertextos, *big data*, circulan por todo el planeta las 24 horas del día. Es el reinado de lo virtual², solo es dar clic.

Para Pierre Levy (1999), si hay algo que caracteriza a la virtualización es lo nómada. La traslación de espacios asignados. Las redes digitales -como espacio de virtualización- son desterritorializadas. El carácter de navegable del ciberespacio obliga a situarse en ámbitos inasignables que están por todas partes, en lo virtual, en lo real, es decir, el ciberespacio es virtualización des/situada de lo real.

¹ Las redes sociales se han constituido en un ecosistema sistemático complejo que refiere a la realidad como totalidad, es decir, partes diferentes e interrelacionadas que interactúan en una organización. Significa aquí establecer una gama de interacciones con los receptores, a través de formatos y aplicaciones de producción que permitan construir el sentido y la comprensión de la realidad. En las redes sociales hay movimiento, cambio, creación, con patrones de composición y organización del conocimiento, adquiriendo una nueva forma de comprender el mundo de lo humano, diferente a los medios de comunicación tradicionales. Las redes sociales son dispositivos de operación real y sencilla.

² Pierre Levy define lo virtual como el proceso de transformación de un modo a otro de ser. Su contexto de creación y actividad es la acelerada transición y transformación informativa que vive la sociedad de hoy. Mutaciones que tienen, además del desarrollo tecnológico, al propio sujeto como autor y productor en sus redes, en sus diferentes modalidades y niveles de conexión. Ver: Levy, Pierre. (1999). *Qué es lo virtual*. Barcelona: Ediciones Paidós

^a Universidad del Valle, Cali-Colombia.

@ Autor de correspondencia: José Gregorio Pérez Valdés, magregor@hotmail.com

© 2023 Autores. Una publicación de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Icesi.

Este es un artículo de acceso abierto bajo la licencia CC BY (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

En este panorama, la información y la comunicación se han tornado problemáticas. En este siglo XXI, el de la Sociedad/Red, atravesado por el desarrollo de la información **-todo el mundo ve, lee, oye, escribe y envía-**, donde la omnipresencia de la tecnología procesa y expande información por soportes técnicos y dispositivos³ móviles, urge como nunca reflexionar sobre la verdad de los contenidos que circulan.

La telefonía celular, con la diversidad de aplicaciones y herramientas, brinda la posibilidad de tener acceso a múltiples canales de difusión/recepción de textos e imágenes, abriendo las puertas a un estilo de vida: la vida de lo digital, la biodigitalización.

La revolución tecnológica, fundamento de la Sociedad/Red⁴, permite que los dispositivos móviles (el Smartphone) que circulan en el mercado, traigan incorporados servicios comunicativos personalizados que almacenan, distribuyen, intercambian y transportan mensajes, ideas, fotografías, videos, e información. Sin embargo, la interconexión no significa verdadera comunicación.

Esta explosión de enlaces y producción de contenidos nos inserta en la creencia que, con la interconexión digital en red, en el menor tiempo posible, recibiendo información de lo que ocurre en la vida social, política, económica, cultural, ambiental, ya estamos informados plenamente.

Las redes sociales, Google, Facebook, Twitter, Ello, Mylife, Tagged, MetMe, My Space, Qzone, LinkedIn y aplicaciones como WhatsApp, Tik Tok e Instagram, trabajan desde el supuesto que la sola emisión de datos y contenidos noticiosos sobre los fenómenos sociales es suficiente para la comprensión de sus diferencias y particularidades, por parte de los **receptores/productores**⁵ de contenidos.

Igual pasa en los medios, mal llamados de comunicación, esas diferencias y particularidades de lo real sufren una estandarización de sus significados (**“si todo el mundo lo ve, lo entiende”**). Los soportes tecnológicos que permiten asistir a los hechos en vivo y en directo, descansan sobre el supuesto de que, en el caso de la televisión, **“ver es comprender”** (Ramonet, 2010). La recepción de contenidos noticiosos desde un televisor o de la radio, la apertura a páginas web, a espacios interactivos, desde el portátil, no garantizan enterarse plenamente de lo que ocurre⁶.

¿Es la información un vehículo para tender lazos y fortalecer el diálogo y la relación con el otro? ¿A más información, mejor comunicación? Tanta sobreinformación no es sinónimo de compartir puntos de vista, opiniones diversas, ideas, movilizar la solidaridad, mirar el rostro del otro, tan difuso y opaco en los *massmedia*.

Es ese receptor/actor, -actor porque no solo recibe la información, sino que la jerarquiza, la distingue, la acepta, la rechaza y también la produce-, quien se juega su posibilidad de recuperar la información/comunicación. Es desde él donde es posible superar el diálogo de sordos en que parece estar la sociedad de la información con las masas/audiencias.

³ Giorgio Agamben plantea que al crecimiento de dispositivos técnicos corresponde una enorme proliferación de procesos de subjetivación, es decir, la sociedad de interconexión digital produce un tipo de sujeto, en el sentido que un dispositivo (el celular) designa aquello en lo cual y a través de lo cual se realiza una actividad de control. El celular captura, determina, modela, controla, asegura las opiniones, las conductas, los discursos de los sujetos. La subjetividad de la Sociedad/Red es la del sujeto nodo. Agamben, G. (2016).

⁴ La sociedad/red es la expresión de la visionaria teoría de Marshall McLuhan de la aldea global: la manera de percibir la realidad está en relación directa con la estructura y la forma de informar. McLuhan, M. (2015).

⁵ Denominados en contextos comunicacionales, prosumidores.

⁶ Ver: Wolton, Dominique (2011). *Informar no es comunicar. Contra la ideología tecnológica*. Barcelona: Editorial Gedisa S.A.

El reto es, en medio de este magma de datos, mensajes e imágenes, recuperar al receptor/actor/productor de contenidos como elemento vinculante de diálogo y convivencia, como eje fundamental en la construcción de una sociedad más democrática.

La información tiene como reto negociar con el receptor (el otro) en un marco de comunicación. Es en este fenómeno humano de la **comuni3n-con**, en donde la informaci3n puede despojarlo de su condici3n (asignada como supuesto) de masa indiferenciada y reconocer su rostro⁷, con sus diferencias y particularidades, para abordarlas, significarlas y hacerlas visibles, con miras al intercambio libre entre iguales.

La comunicaci3n (relaci3n con) como proceso social, de cara al otro, debe visibilizar otros sentidos, otras comprensiones, otras visiones del mundo, debe gestionar y fomentar su re-conocimiento, a3n en medio de la incertidumbre que genera las posibles respuestas de los propios receptores diferenciados.

La comunicaci3n, como fen3meno vinculante, debe recuperar, como tarea hist3rica, la capacidad de compartir, de intercambiar lo com3n, de negociar las diferencias del otro, en sus pertenencias y ciudadan3as⁸. Si bien estamos en un mundo h3per-informado, poblado de un multiverso de mensajes y desacoplamientos con el receptor, en la comunicaci3n se juegan otros sentidos, otras significaciones, las pluralidades que luchan por escapar de la uniformidad.

La tarea apenas comienza. Es con el otro con el que la comunicaci3n inaugura una nueva era, no de la t3cnica, del conocimiento, o de la informaci3n, sino la sociedad de los receptores diferenciados, particulares y diferentes, pero con los que debe tener constante y creativa discusi3n, acuerdo, convivencia, comuni3n, en sus contextos sociales, culturales, pol3ticos, econ3micos e informativos, es decir, en todo lo que es humano.

La Sociedad/Red ha provocado tres rupturas en el mundo de lo humano, con sus consecuencias, que hace 30 a3os eran impensables: el **r3gimen de lo digital/virtual, la subjetividad/nodo y las fake news (noticias falsas)**.

Veamos la caracterizaci3n de cada una de estas rupturas y las problem3ticas que encierran:

El r3gimen de lo digital/virtual (los nuevos massaudiencias)

La intensificaci3n de m3ltiples posibilidades de informarse (estar enterado) sobre la realidad y sus aspectos, el entrecruzamiento de textos, im3genes, sonidos, interpretaciones y reconstrucciones, parad3jicamente, implica una deshomogeneizaci3n⁹ del horizonte de comprensi3n de la realidad misma,

⁷ En su fenomenolog3a existencial, el fil3sofo Emmanuel Levinas establece la diferencia entre alteridad y otredad. Alteridad viene del lat3n Alter, otro, y dad es el sufijo que se usa para una cualidad. Alteridad es la cualidad del otro/desconocido, que no hace parte de mi entorno social, pero que existe, vive en el mundo. Un ejemplo de esto es el amigo de mi hermano, a quien nunca he visto y 3l me lo presenta, y puedo entrar en contacto con 3l. En cambio, la otredad dice qui3n es el otro, con sus rasgos biol3gicos, sociales, pol3ticos, ling3isticos y culturales espec3ficos, al que no conozco a3n, pero reconozco que existe y puedo entrar en contacto, en comunicaci3n con 3l. Otredad es la relaci3n con el otro, como yo, y al que me dirijo para cuidarlo y ser responsable de 3l. Esa apertura al otro, salir de m3 mismo para el encuentro, es lo que me define en mi naturaleza: ser en relaci3n con. El otro es el totalmente distinto su aparici3n es una revelaci3n, el encuentro con el otro distinto, libre, aut3nomo (alteridad), es lo que define mi condici3n de ser-con. Ver: Levinas, E. (2000).

⁸ Es la tesis del te3rico de las comunicaciones Jes3s Mart3n-Barbero (1998, p.28)

⁹ Seg3n el fil3sofo italiano Gianni Vattimo, la Sociedad/Red intensifica las posibilidades de informaci3n sobre la realidad, en sus m3s diversos aspectos, volviendo menos concebible la idea misma de una sola realidad. Los medios de comunicaci3n y, ahora las redes sociales, caracterizan a esta sociedad/red, no ya como una sociedad m3s transparente y consciente de s3 misma, sino como una sociedad m3s compleja, extra3a y ca3tica. Vattimo destaca que, a diferencia de los te3ricos de la Escuela de Frankfurt (Max Horkheimer, Theodor Adorno, Herbert Marcuse, Jurgen Habermas, Friedrich Pollok, Leo Lowenthal, Eric Fromm), quienes postulan la homogeneizaci3n de la sociedad por los medios de masas y la propaganda, hay m3s bien una expansi3n de esta, a trav3s de im3genes, textos, discursos, narrativas, pr3cticas comunicativas, que ofrecen su transparencia, en el sentido de compleja, ca3tica y no en el sentido de ilustrada/racional. Hay realidades distintas que complican su interpretaci3n, lo que hace al mundo m3s diverso, m3s incierto, m3s intranquilo. Para comprender esos textos, esos discursos, estas nuevas pr3cticas de comunicaci3n, esa irrupci3n de nuevos sentidos y significados, contribuyen a revelar la diversa complejidad de la sociedad. No a homogeneizarla como pensaban los te3ricos de Frankfurt. Muchos pueblos, organizaciones sociales, pol3ticas,

presentándola de manera disforme y en varias ocasiones distorsionada en su propia naturaleza. La rotación de las mismas noticias, los mismos contenidos, los mismos temas, las mismas opiniones, dejan a un lado los espacios de discusión y debate, a los que tienen derecho los receptores. El receptor es uno más, en medio de la masa-audiencia, medida y cuantificada como porcentaje.

Con la Sociedad/Red pasamos de ser lectores (el libro), espectadores (la televisión, el cine), a internautas, como lo asegura Néstor García Canclini (2007). Y esta es una realidad de los cambios que se han producido en los objetos de las investigaciones de la comunicación. Esas matrices de información organizada -presentes en las audiencias- han mutado, se desarrollan y se reproducen en otras direcciones, en la sociedad del internet, la de los enlaces, de los nodos, la del hardware del celular.

Las redes virtuales cambian los modos de ver y leer, las formas de reunirse, de hablar y escribir, de amar y saberse amados a distancia, o acaso imaginarlo. Otras formas de ser sociedad y de hacer política emergen en las 'movilizaciones relámpagos' o flash mobs (Rheingold). Convocadas por correo electrónico o por móviles, reivindicaciones desoídas por organismos internacionales, gobiernos y partidos políticos logran coordinación y elocuencia fuera de los medios. (Canclini, 2007, p. 78-79).

Con el iPhone no necesito ver televisión, cargar el radio, comprar el periódico, como medios tradicionales para estar informado. En él están contenidos los tres, y me movilizo con ellos en el bolsillo o en el maletín. No necesito de los soportes materiales y eso comporta una traslación, un desplazamiento de mis intereses como audiencia y de los mismos contenidos, a los cuales puedo dividir, segmentar, clasificar. Leo, escucho, observo lo que me gusta, lo que quiero, aquello que llama mi atención, mi interés y puedo opinar sobre ellos con imágenes, textos, discursos, narrativas, ideas, debates, expresar lo que yo pienso. El mundo social lo puedo representar, clasificar, fragmentar, decir algo de él.

Lo digital/virtual, como un espacio abierto, ofrece acceso rápido, producción y transparencia. La información y los datos circulan libremente por todo el planeta, sin obstáculos, cualquier información o contenido se puede monitorear a cualquier hora y minuto del día. La apariencia es que todo se registra, se visibiliza y se produce (información) con total libertad. El *like* y el toque sutil en Instagram condensan la vida del receptor/productor en un ámbito de "libertad y transparencia". Los mass-audiencias están a la orden del día.

El filósofo coreano Byung-Chul Han asegura que la digitalización a la que accede el receptor/actor permite que este se haga visible, no solo produce contenidos propios de información, emitiéndolos, sino que se deja ver, se hace visible, aparece, en lo digital es urgente la visibilidad por sí mismos. Las *selfies* (autofotos) que recorren las plataformas son una manifestación de esa visibilidad desbordada.

El régimen de lo biodigital está soportado en tres elementos que deben estar uno junto al otro: **visibilidad** (yo como receptor/productor de contenidos), **transparencia** (todo se puede ver, leer, escuchar como información) y **producción** (dejarse ver con contenidos para otros).

La paradoja de la sociedad de la información es que las personas están atrapadas en la información. Ellas mismas se colocan los grilletes al comunicar y producir información. La prisión digital es transparente. (Han, 2022, p. 15).

La característica del régimen biodigital/virtual es la visibilidad, que está a la orden del día través del teléfono móvil. El celular colma los anhelos de decir algo, de mostrarse con total libertad para un público

conectado. Todos nuestros actos diarios, los quehaceres más sencillos están ‘invadidos’ por un dispositivo móvil que nos conecta con alguien en segundos. Con él se facilita el contacto con otras personas que están a miles de kilómetros de distancia, pero sus rostros están en línea y el cara a cara se reduce a una imagen. Visibilidad y conexión libre son complementarios en la Sociedad/Red.

Un ejemplo de este fenómeno son las comunidades virtuales, organizadas con base en afinidades varias, a través de redes digitales de comunicación, en donde comparten intereses, gustos, proyectos, tareas, preferencias culturales, recreativas, el situarse-ahí está por fuera de lo geográficamente físico, para estar en un lugar/otro, la movilidad de sus miembros -virtualmente- puede ser en cualquier parte. Es un éxodo de la materialización del lugar hacia otro entorno interactivo social, por fuera del espacio físico, por fuera del espacio-tiempo, que pueden ser cualquier sitio y en cualquier momento.

Diariamente, a toda hora, el celular nos permite estar presentes en las redes, en grupos, páginas web de información, sin ningún obstáculo o coerción externa. El afán es hacernos visibles en la transparencia de la web. Somos libres de informar, de recibir información, ver y oír toda clase de información. Miles de mensajes, textos, posturas, debates, circulan sin ningún obstáculo por lo digital y su régimen es ese: la libre circulación, el ciberespacio acumula y distribuye información sin restricciones.

En contraste con la intocable telepantalla del Big Brother¹⁰ (gran hermano), la pantalla táctil inteligente hace que todo esté disponible y consumible. De este modo, se crea la ilusión de la “libertad de la yema de los dedos”. En el régimen de la información, ser libre no significa actuar, sino hacer clic, dar el like y postear. Así, apenas encuentra resistencia. (Han, p. 20)

La transparencia: ¿una trampa?

Hace dos décadas, Steve Jobs, fundador de Apple, lanzó al mercado el iMac transparente, de colores, un ordenador con pantalla incorporada, su interior, visible a la mirada, estaba cargado de accesorios tecnológicos brillantes, que lo hacían ver como “todo en uno”. Su facilidad en el encendido era posible por un cable que se podía conectar al tomacorriente y de una vez a la corriente telefónica para dar acceso a internet. Se pulsaba el botón de encendido para empezar a utilizarlo. Desde lo tecnodigital, el iMac (“todo en uno”) permitió hacer accesible la presencia en la red. Su cubo transparente expandió el camino a nuevos programas de conexión digital de manera rápida y segura.

La ilusión de estar en red, de ver cómo lo permitían los circuitos, los 32 MB de memoria RAM, los 4 GB de disco duro, y el CD-ROM 24x, que “estaban a la vista”, no era más que el síntoma de la transparencia. La ilusión estaba allí, navegar por mundos de circuitos daba acceso a la reivindicación de explorar el mundo desde un escritorio, hacerlo propio por el teclado y, a velocidad por los chips, superar las barreras de espacio/tiempo.

En la sociedad de lo digital que vivimos, mediada por una tecnología que ofrece transparencia virtual, la comunicación apenas cumple con el requerimiento primordial de este actuar: **ver al otro cara a cara**¹¹. La irrupción en la vida cotidiana del celular, el iPad, el Smartphone, significa comunicación rápida, veloz e inmediata.

¹⁰ Big Brother es un personaje de la novela 1984 del filósofo y escritor británico, George Orwell.

¹¹ La tarea del cara a cara, más allá de la pantalla digital, es recoger esas otras significaciones y sentidos expuestos de múltiples maneras, a través de las plataformas informativas y –como tarea ciudadana- construir entre todos cultura democrática, desde las diferencias, construir cultura del disenso –aun por los contenidos informativos- cuando no se ajustan a los intereses de lo público, propiciar competencias comunicativas para que los mass-audiencias sean también el escenario de consenso. Ver: Rald Philip, R. (1998). La teoría del actuar comunicativo de Jurgen Habermas. Un marco para el análisis de las condiciones socializadoras de las sociedades modernas. Revista de Sociología *Papers* 56. Pág. 103-123. Universidad de Santiago de Compostela.

Estos nuevos territorios de enlace comunicacional permiten traspasar fronteras. Sin embargo, los contextos sociales y culturales quedan en penumbras, apenas esbozados. **El otro está “allí”**, expresado en palabras, datos, mensajes o fotografías, pero no en su presencia real y activa. Su rostro es su imagen, su alteridad comunicacional está en vivo y en directo (esquema televisivo), pero queda reducida a lo que solo deja ver la pantalla (aplicación Skype). Ese cara a cara, proyectado por la pantalla, es virtual. El teclado, ajeno a una experiencia singular, **trae la presencia del otro, pero como imagen**.

En esta ‘comunicación’ de los dispositivos electrónicos, la relación con el otro pasa por las aplicaciones de los programas que tiene el software. En este “vernos” en línea, la pantalla es una barrera que no permite ahondar en lo más esencial de la comunicación: **el compartir con**.

Hay interconexión, pero la interacción real no la da el “vernos” de pantalla a pantalla. Establecemos comunicación, pero esta no incorpora al otro en toda su dimensión personal y contextual. Hoy el nuevo sujeto de la biodigitalización construye su individualidad, su alteridad comunicacional, su experiencia de salir de sí, a través del teclado y la pantalla.

Aquí la comunicación, en su esencia, es irrelevante, adquiere una apariencia, no captamos al otro en su integralidad, no interiorizamos su dimensión de ser otro, diferente, diferenciado, que se mueve en un contexto social, político, cultural, individual, relacional, distinto al mío. La intercomunicación no es tan transparente.

Es una comunicación en la incertidumbre, mostramos una parte de nosotros y el otro deja ver solo lo que decide. El dispositivo solo muestra lo que deja ver. **Es una comunicación entre dos alteridades simuladas**. Paradójicamente, en la comunicación en línea, también hay incomunicación.

La comunicación web, la conectividad net se mueven entre las apariencias y las simulaciones, la verosimilitud de comunicarnos la da el clic. Y esa verosimilitud de relación se acaba cuando se toca el Off y el otro desaparece, ya no está. Cuando se apaga la pantalla, el otro se ‘esfuma’. La pantalla realiza el ‘milagro’ de acceso y desvanecimiento del otro. Este aparece y desaparece en la red. La vitalidad de su alteridad comunicacional es absorbida por la práctica virtual.

Es el momento de reflexionar sobre la verdadera comunicación que necesita nuestra Sociedad/Red. En la conexión en línea, el cara a cara (imagen) es vínculo automático: prendo el aparato y el otro aparece, después de un tiempo lo apago y el otro deja de ser. Si bien es cierto que las nuevas tecnologías de la comunicación permiten acceso ilimitado a múltiples conexiones, también problematizan la cohesión social, promueven la comunicación individual, pero poco la comunicación vinculante.

Las redes sociales corren el peligro de cosificar las heterogeneidades y diferencias presentes en la sociedad. En este sentido, una teoría de la comunicación tiene un desafío: recuperar y fortalecer el vínculo, el compartir, la convivencia. La biodigitalización afronta el peligro de integrar una suma de individuos multiconectados, pero no solidarios, sin lazos sociales profundos, sin compromiso con el otro.

La alteridad comunicacional debe tener como propósito los ritmos de lo heterogéneo, de lo diferenciado, desde los símbolos, las representaciones, las creencias, las prácticas sociales, políticas, económicas, culturales. Esas que no se ven en la pantalla del dispositivo en línea. Solo en el espacio social –multiconectado o no- tenemos el escenario para ejercer las libertades y construir la democracia del diálogo cara a cara, del compromiso, del vínculo, de la diferencia.

Las nuevas teorías de la comunicación deben ser capaces de sacarla del imperio de los correos electrónicos y retornarla al encuentro con el emisario de esos correos, de esas conexiones, verlo cara a cara, para hacer plena la esencia de la alteridad comunicacional: **la relación con**, fundamento de la sociedad democrática vinculante.

La subjetividad/nodo

Internet es movilidad traslativa todo el tiempo. Es un flujo dinámico e interactivo de elementos materiales -internet de las cosas- e inmateriales -lo cognitivo-. Por allí circulan a cada minuto amistad, sentimientos, afectos, ideas, puntos de vista, declaraciones, críticas, debates, posturas, es decir, todo lo humano y todo lo que se constituye desde lo humano.

La clave aquí es **la interconexión**. Todo lo que se transfiere al dispositivo móvil se comparte. Estamos en un orden de visibilidad donde se desarrollan nuevas formas de producir información, conocimiento y transmisión de símbolos, sentidos y significados. En la base de internet están las redes de computadores con sus nodos, puntos de conexión de varios elementos que confluyen en el mismo lugar. Cada computador es un nodo. Por la microelectrónica, cada nodo es un registro que contiene un dato -de información- que se almacena en la memoria.

Ese dato se puede transmitir, movilizar, se envía a alguien, a todos. Internet es comunicación uno a uno, uno a todos y todos a todos. **Somos sujetos/nodos**. Las redes de computadores constituyen un factor multiplicador de distribución de información, a través de conexiones fijadas a centrales autónomas. Por allí discurre -a velocidades inimaginables- todo lo que necesitamos saber para ampliar nuestros conocimientos y dar apertura a nuevas cosmovisiones sobre lo social, lo cultural, lo político, lo religioso, lo público y lo privado.

Internet plantea otro tipo de comunicación (estar en relación con), de expresión personal y colectiva. Allí lo social -lo que se pone en común- y la sociabilidad -el ejercicio de ponerse de acuerdo en un entorno específico- presentan nuevos desafíos y riesgos. Especialmente para nuestra subjetividad, **la subjetividad/nodo**, la subjetividad en línea, esa que se expande con mensajes y textos en el mundo virtual. Sin embargo, mantenernos conectados con el otro, virtualmente, no garantiza la calidad de esa relación con.

La interconexión puede despojar de autenticidad ese vínculo que establezco con otro y otros. Si bien las conexiones se multiplican y las interacciones en línea se mueven todo el tiempo, no son necesariamente compatibles con la calidad y profundidad de la comunicación. McLuhan (1996) reiteró que los hombres que entran en contacto con una nueva tecnología se ven transformados por esta.

El sujeto/nodo adapta su vida cotidiana, sus textos, sus visiones del mundo, de las cosas, de los otros, a la tecnología. ¿Qué modificaciones provoca el celular a lo social, qué construyo a partir de la interacción que facilitan estos dispositivos?

El uso de las nuevas tecnologías son evidencias observables del control que tiene la audiencia sobre el contenido que circula por la web. Desde aquí, el sujeto/nodo es arquitecto de entornos. Tener un dispositivo móvil da acceso a los entornos de interacción en línea con otros. Las comunidades virtuales -afines en valores y objetivos- son una manifestación de este fenómeno hoy.

El ciberespacio es el entorno donde podemos ser y hacer, lo que no podemos, en la compleja incertidumbre de las relaciones personales. El desarrollo de las tecnologías digitales ha obligado al cambio del paradigma comunicacional. Si antes, a través del teléfono, acordábamos una cita cara a cara -encuentro

directo, no mediado por la tecnología-, ahora con esta puedo acordarlos sin necesidad de desplazarme. El encuentro se reduce a lo virtual, a través de la pantalla. No necesito el contacto físico, en lo digital no se requiere.

Esta revolución digital expande por internet las posibilidades de producir, empaquetar, editar, modificar, borrar, volver a recuperar, consumir y subir contenidos de todo tipo. Con esos circuitos y aplicaciones, el sujeto red –nodo interconectado- puede acceder a los contenidos. La realidad online tiene una **dimensión comunicativa**. En ella construyo, configuro identidad. A través de ella me hago visible para los otros. **Visualizo y visibilizo** lo que “soy”.

Es la experiencia de ser participante interactivo. Puedo estar con uno y con muchos, a la vez, por la red. Cuando decimos que puedo configurar identidad en la red estamos hablando de acceder –por las aplicaciones de los dispositivos- a una nueva manera de mostrarnos ante los otros y también de comunicarnos. Puedo escoger la forma, con mensajes, chats, fotografías e imágenes. Cuando subo una foto mía a Facebook, Twitter, Instagram, exploro la construcción social de la mirada, la mía y la de otros.

Visibilizarme por la red es auto-representarme, auto-retratarme. La tecnología me permite combinar un acto de creación –tomo fotos y grabo videos- y de intercambio. Los conectados que la ven; las/los ven; las/los miran; me identifican.

Los *influencers* tienen su origen en ese intercambio sin límites y sin coerciones sociales. Anuncian de todo, viajes, rutinas de gimnasio, productos de casa, prácticas de belleza y gastronomía, técnicas de autorreflexión, finalmente, ellos mismos se anuncian, se autoescenifican, y sus hordas de seguidores los buscan, los apoyan, los consumen. Es la subjetividad nodo que promete, a cualquier hora y por cualquier canal, la autorrealización perdida con el consumo de toda clase de productos, incluyendo lo cognitivo.

La disciplina social y personal está del otro lado de la pantalla. Y esta escenificación virtual impone una disciplina de visibilidad permanente, sin cesar, sin descanso, las 24 horas del día. Cuanto más anuncios y productos recibimos por la red, más eficaz y permanente es la ‘comunicación’ pantalla a pantalla.

Según Byung –Chul Han (2022), la sociedad/Red ponen fin a la era del hombre-masa. El sujeto nodo de la era del internet no es un “nadie”: “es alguien con un perfil [...] El régimen de la información se apodera de los individuos mediante la elaboración de perfiles de comportamiento” (Han, 2022, p. 22).

Y la digitalización los disciplina con condiciones basadas en datos para influir en su comportamiento, por debajo del umbral de conciencia. La disciplina es conectarse a cualquier hora del día, desde el primer momento que abre los ojos al despertar en la mañana. Todos están allí. Listos para conectarse y yo me visibilizo ante ellos.

Desde aquí podemos decir que las redes sociales son un gran **panóptico**¹². Un interior sin límites ni espacios. En este panóptico virtual podemos combinar formas de imaginarnos y de imaginar a los otros, podemos configurar una forma de vernos los otros, de concebirnos, de imaginarnos.

¹² En el siglo XVIII, el filósofo Jeremy Bentham ideó un tipo de edificación carcelaria en la que un guardia, desde una torre, podía observar a los prisioneros recluidos en celdas individuales, ubicadas alrededor de la torre, sin que estos sepan que son observados y vigilados. Michel Foucault se refirió al panóptico como el fundamento de las sociedades de control, a través de grandes centros de encierro (“un interior), donde el régimen de vigilancia concentra, reparte el espacio, ordena el tiempo para la observación de los sujetos y sus conductas. El control es un nuevo proceso social y la vigilancia es su fundamento. La vigilancia retoma de la disciplina el control del espacio, del tiempo, del movimiento de los cuerpos. El panóptico carcelario, como la casa familiar, la escuela, el cuartel, la fábrica, la empresa y el hospital, modula el accionar de los sujetos para producir estados deseables en ellos y evitar en los controladores (guardias, padres, educadores, jefes de personal, gerentes, médicos, psiquiatras) confrontaciones, modulando los cerebros y resistiendo a los conflictos. Ver: Foucault, M. (2009). *Vigilar y castigar*. El nacimiento de la prisión. Buenos Aires: Siglo XXI editores.

Por las redes desfilan relatos visuales que comunican, manifiestan, afirman un anhelo de identidad, un imaginario de lo que soy yo, distinto y diferenciado, pero también simulado, porque puedo no ser yo. Puedo simular un estado de ánimo, cuando en realidad no estoy así.

Los progresos de la tecnología, como entorno **biodigital**, cada vez influyen en la cotidianidad y en todas las actividades de lo social. La interacción entre los sujetos y lo colectivo permite que el desarrollo digital se transforme. Se ajuste a las necesidades de comunicación de los individuos. Pero también que el sujeto nodo y los otros nodos ajusten sus necesidades, las adapten a las tecnologías. No es algo terminado ni cerrado.

Si antes los medios tradicionales ofrecían entretenimiento, noticieros, novelas, series, los cuales congregaban audiencia en la sala del hogar o la alcoba, ahora sintonizo estos contenidos con solo teclear. La costumbre de llegar a casa, sentarme y prender el televisor ha cambiado. El ritual de estar conectado con una multitud – audiencia/- los espectadores- ha sufrido un desplazamiento. Los programas de TV los puedo recibir, en mucha mayor cantidad y rápidamente, desde mis dispositivos móviles. Hay desplazamiento de materialidad conectiva y contenido. No es solo el cambio de mirada sino de materialidad.

Aplicaciones, programas, plataformas como IOs, Android, Windows phone, Avenate, Netflix, abren nuevos usos y apropiaciones por parte de los sujetos nodo, en un marco operativo digital, en el que está en juego también las implicaciones éticas de una comunicación sumida en la inmediatez, la velocidad, la complejidad técnica y el consumo.

Esta comunicación digitalizada también abre interrogantes con relación a la calidad de las interrelaciones mismas que emprende el sujeto con su público, con otros públicos, con él mismo y con los objetos. La propuesta de vender por internet un número indeterminado de productos, perfila la visión del mundo como un enorme anaquel de cosas, a la mano, para ser abordado y comercializado sin limitaciones –el internet de las cosas-.

El dilema es saber si el futuro tecnológico que se augura, con un cúmulo inimaginable de desarrollos digitales, le abrirá la puerta a una comunicación más eficaz –cara a cara-, más solidaria, más comprometida con el otro, con sus diferencias, con sus contenidos, con sus ideas. O el éxito de la comunicación dependerá del conocimiento de los sistemas y circuitos que activan los dispositivos para entrar en relación con. El peligro de la automatización de las actividades humanas, desde las más sencillas a las complejas, no es un asunto de ciencia ficción.

La industria info-comunicacional que se abre con nuevos inventos y artefactos que prometen conexión con todo, proyecta un mundo autónomo en línea, conectado también con la expansión de grandes conglomerados y multinacionales, que dominan el mercado de servicios de interconexión mediática, en el marco de una globalización económica. El lema es *Conexión con todo y con todos*. Y sus lógicas: dominio, poder, disciplina, vigilancia. La comunicación actual se mueve en un entorno de intereses económicos y de dominación global.

La mundialización de las industrias digitales obliga a un análisis sobre el estatuto de la recepción y del tipo de interactividad que vamos a establecer. Su calidad y complejidad misma. Lo fundamental es saber si el nuevo espacio de interacción que se anuncia –conexión con todo(s)-, como lugar privilegiado que ocupan las élites mediáticas, tiende a uniformar y simplificar los criterios de valor y comunicación. Es hora de fundamentar una nueva sociedad de la comunicación.

Esa nueva Sociedad de la Comunicación que se debe abrir –como proyecto de construcción social conjunta y emancipada- debe ser muy distinta a la sociedad de la imagen y el espectáculo que se ha impuesto en las redes digitales, impulsada por una carrera técnica desenfadada y unilateral, en beneficio de una concepción económica global.

Es hora de convertir las limitaciones de una reflexión sobre las nuevas interacciones digitales, en fortalezas para darle un giro al objeto de estudio. Es hora de girar los ojos de los contenidos y conceptos de la investigación en comunicación hacia la cuestión del Otro. El otro nodo, el otro digital, el otro interactivo que visualiza y visibiliza, como contenido, su identidad y subjetividad para construir y configurar.

La tecnología no tiene razón de ser si el otro no está en el centro de su complejidad. ¿Cómo tener en cuenta su existencia, su identidad, su alteridad, a través de lo digital? ¿Lo digital lo simula o lo presenta real? ¿Cómo convivir con ese otro visible y al que la tecnología me acerca, pero también me separa?

El otro está allí, es real –digitalizado o no-, omnipresente, pero diferente. Es aquí donde las nuevas investigaciones deben conectar comunicación con política, democracia y libertades. Es en la comunicación donde las identidades digitales, conectadas con todo y con todos, descubren la alteridad radical y la obligación de reorganizar la convivencia, el compromiso con lo social. La convivencia es el marco en donde el sujeto digital, uno y libre, puede encontrar al otro, más allá de las aplicaciones y programas informáticos.

La Sociedad Red debe garantizar la aceptación del riesgo de salir a su encuentro, cara a cara, como apertura de compromiso y convivencia real. El otro como realidad de diálogo, vínculo, realidad transformadora y no como realidad simulada y de-construida por la interactividad virtual.

¿Qué implicaciones tiene para la comunicación hacer y deshacer interacciones, en la nueva morfología social que surge con la tecnología red? ¿Hay procesos de comunicación? O ¿solo interacciones efímeras y transitorias, donde la transparencia de la **relación con** es opaca e intrascendente?

Para recuperar lo esencial de la comunicación se necesita articular el sujeto nodo a una **comunicación/compromiso**, efectiva, que no sea reemplazada por la ilusión técnica de la interacción en línea. Ese es el desafío que enfrenta la Sociedad/Red. En esta perspectiva, las redes sociales me ayudan a complementar la riqueza del contacto directo, espontáneo en ese espacio simbólico que es la comunicación.

La tarea es que el sujeto de la interactividad virtual pase, de la sola conexión digital a la negociación, al cara a cara, a la convivencia efectiva. Compromiso colectivo de abrir más espacios democráticos en la sociedad, donde la libertad de expresión, de comunicación y pensamiento, sean realidad.

Wolton (2011) asegura que cuando todo circula, se intercambia y se entra en contacto online, no es inútil recordar que siempre hay tres situaciones: el intercambio, la convivencia y el compromiso y que esta trilogía debe persistir para evitar que la omnipresencia de la comunicación técnica se convierta en una **tiranía** del régimen biodigital.

Hay que destecnificar la comunicación, para humanizarla y socializarla. Hay que pasar del sujeto/nodo a la al sujeto de la comunicación/compromiso.

Las *fake news* (noticias falsas)

En la base de las *fake news* está el tema de la verdad. Y en el centro de esta problemática están los medios periodísticos tradicionales y las redes sociales. En la era de lo biodigital se ha vuelto fácil difundir y recibir mentiras, encerrándolas en el marco de historias y reportajes que se desentienden de la verdad.

Una de las preocupaciones de los analistas e investigadores en periodismo es que las noticias falsas se pueden hacer virales como las noticias verdaderas y la incapacidad del público para detectarlas en textos, imágenes y opiniones, que emiten los medios de comunicación.

Susan King, decana de la Escuela de Medios de la Universidad de Carolina del Norte, le aseguró a la revista *Semana que la gente, la opinión*, no sabe qué son las noticias falsas:

La gente no sabe que son las *fake news*. Muchas veces creen que son las cosas con las que no están de acuerdo. Y son propaganda, difundida día tras día a través de las redes sociales. Estamos siendo bombardeados por información que parece noticia, pero que sencillamente es un invento. Hay que crear conciencia en los lectores y espectadores. (*Semana*, 2017, p. 14).

El compromiso ético de los medios de comunicación, en este tema, es enorme. King aseguró que los medios están desconectados frente a esa responsabilidad de emitir información veraz, debido a su desconexión con la gente. Por eso deben informar sobre lo que realmente le interesa y demanda la opinión. Casos de *fake news* vivió la opinión pública con el gobierno de Donald Trump. “Sin duda su presidencia cambió las dinámicas de los medios, modificó el debate y polarizó a la opinión pública, que ya consume la información dependiendo de si le gusta o no Trump”. (*Semana*, 2017, p. 14)

El catedrático de Historia Contemporánea de la Universidad de Valencia, Justo Serna (2017) asegura que las noticias mentirosas activan al destinatario para que disfrute con las noticias inventadas, cargadas de fábulas, o de hechos alternativos, como lo llamaron varios asesores de prensa del presidente de Estados Unidos, Donald J. Trump.

El 26 de octubre de 2018, en un mensaje publicado desde su cuenta de Twitter, el presidente Trump anunció el envío de tropas del ejército en la frontera sur con México ante la avalancha de migrantes centroamericanos, que, en caravanas, huyen de la violencia y la pobreza de sus países, situación –según el mandatario- con la que se vería impulsado a declarar una emergencia nacional.

Varios medios estadounidenses mostraron en sus emisiones caravanas de migrantes centroamericanos que se dirigían hacia México para cruzar la frontera sur con Estados Unidos. Lo que Trump calificó como una verdadera tragedia para el pueblo norteamericano. Una semana después, un portavoz del Pentágono informó a los medios que el Ejército no había recibido órdenes formales del ejecutivo de reforzar las leyes migratorias en la frontera.

El despliegue de 2.100 soldados en la frontera sur nunca se hizo efectivo. Ni las caravanas de migrantes ingresaron al país por la frontera sur, superando el despliegue de soldados de la Guardia Nacional, que apoyan las labores de la guardia fronteriza. La emergencia nacional, anunciada por el presidente estadounidense, no dejó de ser un anuncio falso, impulsado por las grandes cadenas informativas nacionales y las redes sociales. La opinión pública estuvo en vilo por casi tres semanas, en medio de rumores falsos y mentiras oficiales.

La revista Der Spiegel, uno de los medios más prestigiosos de Alemania, se vio envuelta en un escándalo mayúsculo en 2017 por cuenta de uno de sus reporteros estrellas, Claas Relotius¹³, quien publicó 60 artículos de investigación, algunos se centraron especialmente en una milicia de control de fronteras en Arizona, Estados Unidos, que resultaron ser mentira.

Durante una investigación interna y la propia confesión del Relotius, se demostró que el reportero publicó historias falsas, inventó biografías para sus personajes con los que nunca dialogó, distorsionó algunos hechos y copió material de otros medios.

En la investigación de la revista quedó claro que mintió en 14 de las 60 historias publicadas, durante siete años, tres de ellas fueron galardonadas con premios de periodismo, que la revista tuvo que devolver, y otras fueron nominadas.

Der Spiegel calificó el caso Relotius como “un fraude periodístico de gran escala. El engaño fue metódico y tuvo intención y energía criminal”. El reportero fue despedido por la publicación alemana.

Serna considera que en medio de la avalancha de información que circula todo el tiempo en la Sociedad/Red, el receptor/actor debe tener una pausa, tomar la mayor distancia posible, con detenimiento y proximidad frente al espectro de falsedades y fantasías agigantadas, revestidas de noticias.

Somos destinatarios de sucesos y crónicas a las que debemos hacer frente sin garantías absolutas, sin saber qué es verdadero y que es un embuste o una ficción. Muy frecuentemente ignoramos si la declaración de un gabinete de prensa o de la televisión o de las redes sociales se corresponde con algo existente y con el sentido de lo existente. (Serna, 2017, p.110)

Con el tsunami informativo digital corremos el peligro de ser empujados a una caverna similar a la descrita por Platón en su diálogo de La República¹⁴; la salida de esta caverna digital es examinar qué es veraz, lo que creemos que es veraz. Es necesario distinguir lo verdadero de lo falso, la realidad de la apariencia, y de lo que creemos que es falso. Lo virtual/digital nos hace olvidar un mundo real, la veracidad de sus circunstancias y sus características.

Byung-Chul Han (2022) considera que en la sociedad de la información hay una crisis de la verdad, la información circula todo el tiempo, en un espacio hiper real, pero desconectada de la realidad. Las *fake news*, son en el fondo un desinterés total por la verdad de los hechos. La salida es una desconfianza crítica hacia los contenidos falsos, confirmando su inserción en la realidad.

La información por sí sola no explica el mundo. A partir de un punto crítico, incluso oscurece el mundo. Recibimos la información con la sospecha de que su contenido podría ser diferente. La información se acompaña de una desconfianza básica. Cuantas más informaciones distintas recibimos, mayor es la desconfianza. En la sociedad de la información perdemos esta desconfianza básica. Es la sociedad de la desconfianza. (Han, 2022, p. 81-82)

La problemática de las noticias falsas es que movilizan procesos de trivialización del discurso público, los hechos aparecen revestidos de datos sin confirmar, opiniones, juicios unilaterales, su resonancia es activar las emociones, las pasiones para impresionar la imaginación, sin importar el sentido de la verdad. La reiteración de puntos de vista unilaterales privilegia la mentira y la forma libre de

¹³ Las mentiras publicadas en Der Spiegel por Claas Relotius fueron descubiertas por un reportero freelance latino, Juan Moreno, quien colaboraba con la revista alemana y acompañó en varias oportunidades al periodista en la cobertura de sus reportajes y, aunque firmó algunas de ellas como coautor, notó que estaban incluidos fragmentos inventados por Relotius. En varias oportunidades, Moreno alertó a la revista sobre los falsos reportajes, pero sus editores no le creyeron al principio. Pensaron que sus advertencias eran un tema de envidia profesional. Carbajosa (2019).

¹⁴ Roser Martínez, C. (2009). Platón, La República: Libro VI (18-21 desde 506B): Libro VII (1-5 hasta 521B). 3ª edición. Barcelona: Diálogo.

interpretación unilateral (todo el mundo opina) sobre los fenómenos sociales, políticos, económicos, culturales, se vuelve noticia.

Un ejemplo de esto en Colombia son los debates, ideas, posiciones, puntos de vista sobre el Acuerdo de Paz con las FARC. No hay consenso y todo gira alrededor de polémicas que deforman el sentido real de lo alcanzado en La Habana, con amplios intereses politiqueros, que se agencian por las redes sociales.

Divina Frau-Melgs, socióloga y docente de la cátedra Medios de comunicación, información y tecnología de la comunicación en la Universidad Sorbona Nueva de París, asegura que la intención desinformativa de las noticias falsas son una especie de contagio no solo para los medios, sino para las audiencias que las reciben:

Las noticias falsas constituyen un fenómeno que entra en el ámbito de la desinformación, y su intención nociva tiene repercusiones sin precedentes porque la informática las convierte en virales, al facilitar que traspasen fronteras y contagien a toda clase de medios. (Frau-Melgs, año, p.13)

En la Sociedad/Red la información y comunicación necesitan una reingeniería que tiene como eje central el sujeto nodo. ¿Cómo articular la agenda temática y los enfoques informativos de los medios de comunicación, con las agendas sociales y noticiosas en favor de la opinión pública?

¿Reflejan los *massmedia* la realidad que cubren, interpretan, re-categorizan y difunden con la ágil y cambiante realidad de la opinión pública, con sus demandas y necesidades sociales, políticas, culturales, digitales y noticiosas?

Los sentidos sobre los hechos que dinamizan los media con las noticias, ¿corresponden a los sentidos y significaciones que da la opinión pública a esos contenidos informativos?

Tamaño dilema. Las noticias son aspectos de la realidad que el periodismo produce y los medios hacen circular, son una manera –como dispositivos simbólicos y culturales- de encuadrar, enfocar un marco de referencias –las noticias remiten a algo- un principio organizativo sobre el cual giran los discursos informativos.

Todo periodismo es selectivo. Los *massmedia* focalizan, dirigen la mirada a múltiples aspectos de la realidad, que seleccionan, re-categorizan y convierten en noticia esa realidad, aunque a veces se alejan de la dimensión más amplia para la democratización de toda sociedad: lo público, lo que es de interés para todos. Los medios también son y pueden ser dispositivos de perspectivas ideológicas de poder, silenciando otros intereses, otras voces, otras miradas y otras perspectivas.

El desafío hoy es que las agendas noticiosas, los encuadres, los enfoques del periodismo, de sus operadores, en la sociedad de la información, establezcan cuadros de reconocimiento intercultural, frente a las propuestas totalizantes y hegemónicas que discriminan y aíslan. Con las subjetividades de sus operadores, con la carga de valores, puntos de vista e ideas, el periodismo debe propiciar espacios –desde la información- dirigidos a un público que no recibe los contenidos noticiosos con ‘desnudez psicológica’, sin ideas, puntos de vista, disensiones de interpretaciones y significaciones, diálogos, interacciones y vínculos. La incorporación de contenidos no es espontánea.

La tarea es recoger esas otras significaciones y sentidos expuestos hoy de múltiples maneras, a través de nuevas plataformas informativas, y –como tarea de todos- construir cultura democrática, desde las

diferencias, construir cultura del disenso –aún por los contenidos informativos, cuando no se ajustan a lo público-, propiciar competencias comunicativas para que los *massmedia* sean el escenario también de consenso. En esta interacción sociedad-massmedia-opinión pública, la comunicación juega un papel determinante.

Como fenómeno social vinculante, en relación horizontal, la comunicación debe gestionar el marco en el que el periodismo ensanche puentes de negociación y diálogo con las audiencias, despojados de intereses en sus contenidos, opuestos a lo colectivo.

Asimismo, trabajar con las diferencias y particularidades para enriquecer y ampliar esa puesta en escena de contenidos, que desplacen interpretaciones amañadas para favorecer intereses políticos de élites, intereses económicos de sectores financieros, y culturales de la industria cultural hegemónica.

El compromiso, además de ampliar los cuadros de enfoques y des-ocultar otras miradas sobre las noticias, es extender la agenda, enriquecerla con controversias legítimas, otras perspectivas de lectura y significaciones de la realidad.

El compromiso de la tríada **información-audiencias-sociedad** es buscar nuevos contenidos que fortalezcan el diálogo y los vínculos entre iguales, el reconocimiento del otro y su puesta en común para construir espacios de democracia. Desde aquí habrá que construir periodismo disidente, nuevos rebeldes con su palabra y responsabilidad social, que vinculen en el ejercicio profesional la pluralidad de lo social, ampliar los canales para oír esas voces que permanecen en silencio, porque no hay alternativas de visibilizarlas en los circuitos informativos oficiales de interés.

Los ‘disidentes’ promoverán nuevos enfoques, nuevos contenidos para dinamizar modificaciones en lo social, para cerrar brechas que quedan en lo simbólico, y conversar acerca de la política, sobre aquello que nos hace reconocer como iguales. ¿Utopía?, es posible. Pero las nuevas agendas –no hay una sola- y los nuevos encuadres serán para dialogar con más voces en los contenidos, mediatizar las opiniones y puntos de vista importantes para la democratización de la sociedad.

En medio de presiones, ataques y exclusiones, la disidencia, junto con la comunicación, deberán propiciar espacios de encuentro entre los *massmedia* y los nuevos medios sociales (redes sociales, portales web, páginas electrónicas, canales y radios comunitarias) para compartir contenidos, entrelazar ideas, visiones veraces del mundo, interpretaciones, para un auténtico diálogo, en la sociedad/Red y la sociedad de la información.

Conclusiones

La experiencia comunicacional del régimen digital de hoy enseña que, aunque nos conectemos con uno o varios interlocutores por la pantalla, a veces no hay comunicación plena. No contestan las llamadas, no nos escuchan, no se conectan, se oponen o se van. La incomunicación es un hecho real en la sociedad de la información.

El fenómeno –que no es un hecho aislado ni particular- se extiende también a escala global. En una sociedad intercomunicada, donde los flujos de información, las interconexiones y los desarrollos de la microelectrónica e informática van y vienen a velocidades inimaginables, grupos sociales, étnicos, culturales y políticos no desean o no quieren comprenderse ni relacionarse. En una palabra: no quieren comunicarse.

Hay integración económica y mercados de consumo, hay decisiones políticas y difusión de contenidos y mensajes, pero deficiente integración comunicativa entre gobiernos y sociedades, interacciones sociales y de reconocimiento entre sujetos y culturas. La acelerada creación de los mass audiencias, entre centenares de personas en el mundo, no ha significado una integración comunicativa entre los países, sus poblaciones y los gobiernos.

¿Qué consecuencias tiene para centenares de poblaciones, las exclusiones y aislamientos que articula el sistema tecno-económico de la sociedad de la información, con sus efectos sociales, políticos y culturales?

¿La capacidad amplificada de las tecnologías de lo digital, es directamente proporcional a la comunicación y comprensión que deberían tener los seres humanos, en sus respectivos contextos?

El desarrollo tecnológico para la producción, gestión, almacenamiento y distribución de información, ¿no es acaso tema de reflexión y debate, no porque la técnica determine la sociedad, sino porque su impacto social obliga a configurar nuevas formas de relación y comunicación? O ¿de incomunicación y aislamiento?

¿Tiene la comunicación una palabra -decir algo-, como saber, acerca de las condiciones mismas que generan incomunicación al interior de la Sociedad/Red?

La revolución tecnológica, con sus variaciones en su configuración, es el horizonte desde donde la comunicación puede debatir, construir, articular un conocimiento con un corpus de conceptos propios. El campo para investigar es amplio y la mirada de la comunicación sobre él no requiere –necesariamente- aferrarse irremediamente a categorías arrendadas a la sociología, psicología, antropología, entre otras ciencias. Estas ayudan a decir algo sobre la comunicación, pero no dicen algo de la comunicación

El horizonte al que debe regresar la investigación en comunicación, que relegó durante décadas análisis y estudio para explicarlo con otros corpus de teorías, es la relación. El estatuto epistémico y experiencial está allí, con todo lo que ello implica. Es el tema que se sitúa en el núcleo de toda experiencia y práctica comunicativa.

Es articular chips, microelectrónica, interconexiones, nodos, web con intercambio, diálogo, comprensión, vínculo, re-conocimiento, convivencia. Es regresar –por parte de la comunicación- a su raíz esencial: lo humano.

La tarea es investigar, tener una mirada crítica sobre los mínimos de interrelación, articular las diferencias y semejanzas con la pluralidad y multiplicidad. No solo una palabra sobre los procesos sino también la relación misma, las prácticas alrededor de ella, para entenderla y saber qué origina y por qué hay incomunicación en una sociedad que proclama que ‘todo comunica’ para convivir mejor.

Los intercambios comunicacionales, la forma como la gente vive y practica la comunicación abren un espacio para ser objeto de conocimiento. ¿Por qué las conexiones tecnológicas no han contribuido a reducir los estereotipos, la intolerancia, la discriminación de las personas? ¿Es el ‘otro’ un horizonte de apertura, de convivencia, o es una amenaza que obliga al sujeto nodo a replegarse sobre sí mismo y permanecer en un estado de conformismo sobre lo que debería cambiar para progresar, para ir hacia lo mejor, para defender los ideales democráticos y de cohabitación mundial? La comunicación tiene una palabra sobre eso.

Una palabra, no solo del objeto –la comunicación en si misma-, de los procesos, las prácticas comunicativas, sino de la incomunicación que separa, sus dispositivos, sus sistemas de exclusión, sus variaciones, los mercados de exclusión, el desconocimiento del otro. Una episteme que aborde cómo vive la gente esa incomunicación, cómo la expresa, cómo le afecta.

Aquí hay un campo de estudio, porque es con el otro donde la comunicación se juega su fundamento, para que la sociedad encuentre caminos de diálogo, convivencia, espacios democráticos para las libertades, el progreso y desarrollo. Es en la comunicación donde abrimos soluciones a lo que nos separa, lo que nos distancia, lo que nos incomunica.

El saber comunicacional –a construir- debe abordar las condiciones sociohistóricas de una sociedad sometida a principios de dominación, con la expansión y difusión de técnicas de persuasión y manipulación que impiden salir de-sí para ir al encuentro del ‘otro’, el distinto, el diferenciado. Un saber que alerta sobre una sociedad de la dominación que puede convertir la comunicación –en su carácter cultural y simbólico- en un rehén del fetichismo y la alienación. La comunicación también corre el peligro de cosificarse.

Referencias

Agamben, G. (2016). *Qué es un dispositivo*. Incluye *El amigo y La Iglesia y el Reino*. Mercedes Ruvituro (Trad.). Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora

Carbajosa, A. (2019, 17 de febrero). El escándalo ‘Der Spiegel’: paren la rotativa, todo es mentira. *El País*.

https://elpais.com/elpais/2019/02/12/eps/1549973689_120344.html

Foucault, M. (2009). *Vigilar y castigar. El nacimiento de la prisión*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.

Fraus Melgs, D. (2017). Contra la información falsa, espíritu crítico. *El correo de la UNESCO. Medios de comunicación contra mentira*. pp. 13– 15. Julio-septiembre de 2017. París: UNESCO.

García Canclini, N. (2007). *Lectores, espectadores e internautas*. Barcelona: Gedisa editorial.

Han, B. (2021). *No-Cosas. Quiebras del mundo de hoy*. Barcelona: Taurus.

Han, B. (2022). *Infocracia. La digitalización y la crisis de la democracia*. J. Chamorro Mielke (Trad.). Barcelona: Taurus

Levinas, E. (2000). *De la existencia al existente*. Patricio Peñalver (Trad.). Madrid: Arena Libros.

Levy, Pierre. (1999). *Qué es lo virtual*. Barcelona: Ediciones Paidós

Martín-Barbero, J. (1998). *De los Medios a las Mediaciones- Comunicación, Cultura y Hegemonía*. Bogotá: Convenio Andrés Bello

McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Editorial Paidós

McLuhan, M. (2015). *La galaxia Gutenberg*. Barcelona: Editorial Galaxia Gutenberg.

Rald Philip, R. (1998). La teoría del actuar comunicativo de Jürgen Habermas. Un marco para el análisis de las condiciones socializadoras de las sociedades modernas. *Revista de Sociología Papers*, 56. pp. 103-123. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.

Ramonet, I. (2010). Informarse, cuesta. La librería de Le Monde Diplomatique. *Le Monde Diplomatique*.

Revista Semana. 28 octubre 2017. La gente no sabe qué son las noticias falsas. [Entrevista a Susan King]. <https://www.semana.com/nacion/articulo/susan-king-entrevista-la-gente-no-sabe-que-son-las-noticias-falsas/545198/>

Roser Martínez, C. (2009). Platón. *La República*: Libro VI (18-21 desde 506B): Libro VII (1-5 hasta 521B). 3ª edición. Barcelona: Diálogo

Serna, J. (2017). Fake News. Todo es falso salvo alguna cosa. Ibáñez Fanés Jordi. (Ed.). *En la era de la Posverdad, 14 ensayos*. Barcelona: Calambur Editorial, pp. 101-114.

Vattimo, G. (1990), *La sociedad transparente*. Barcelona. Paidós

Wolton, D. (2011). *Informar no es comunicar. Contra la ideología tecnológica*. Barcelona: Editorial Gedisa S.A.

Sobre los autores

José Gregorio Pérez Valdés. Periodista con 30 años de vida profesional, licenciado en Filosofía de la Universidad del Valle, magister en Comunicación de la Universidad Javeriana de Bogotá y doctor en Filosofía de Univalle. Ha sido reportero de prensa y televisión, ganador de tres premios de Periodismo Simón Bolívar por investigaciones en televisión. Ha realizado cursos de periodismo en Estados Unidos e Israel y ha sido docente en las facultades de Comunicación y Periodismo en universidades de Cali y Bogotá. Email: magregor@hotmail.com | Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9550-2825>

Ethics and biodigital regime: node subjectivity and crisis of democratic communication

Abstract:

In this paper, I will analyze the impact of new information/communication technologies on today's society, which is saturated by a plurality of texts, images, visions, projects, and the production of millions of data that circulate 24 hours a day. All this information is the result of the content production of a digital subject who is the author, reproducer, and emitter of contents at different levels of connection, with just one click. This work also analyzes the transformation of the concepts of truth and communication and the consequences for social, cultural, economic, political, and environmental life in the 21st century.

Keywords:

Biodigital, subject/node, Fake News, mass audiences, communication
