

# El momento de las comunicaciones

—O EL DOMINIO DE LOS ESPACIOS DE VIDA—

MARCELINO BISBAL

**El artículo nos ofrece un recorrido de cómo ha evolucionado la sociedad industrial hacia lo que han denominado la Sociedad de la Información o también la Comunicación-Mundo. Son las nuevas tecnologías de la información y la comunicación las que han generado esta sociedad y el autor refiere la idea de la convergencia digital entre el mundo audiovisual —con las nuevas tecnologías emergentes de la informática— y las telecomunicaciones. Finalmente ofrece un recorrido por las llamadas aplicaciones digitales (*apps*) que se han convertido en el centro de nuestro consumo cultural y en el encuentro con el otro y los otros.**

Queremos pensar, escribir y hablar desde el espacio de las comunicaciones. Estas ocupan, en estos momentos de COVID-19, nuestro retiro particular, nuestra individualidad e incluso nuestra soledad. Los aparatos comunicacionales están copando, desde hace ya casi ocho meses, la capacidad de *hacer* e incluso de *ser*. Es que hoy estamos insertos en lo que han llamado muchos autores, desde finales de los años sesenta, la *sociedad de la información* o lo que el canadiense Marshall McLuhan denominó la *aldea global*. Esta designación viene dada por los cambios generados por las tecnologías de la comunicación y la información (TIC).

Estas tecnologías le dan significación a la sociedad del presente o lo que los franceses Gilles Lipovetsky y Jean Serroy llamaron “la cultura-mundo”, o lo que —otro francés— Armand Mattelart bautizó con el título de “la comunicación-mundo”. Ya sea que asumamos una u otra

La Sociedad de la Información nos llegó, está aquí y es una gran oportunidad. Sin embargo, nos estamos quedando en los aparatos, estamos seducidos por las tecnologías y nos falta mucha reflexión e intervención en políticas públicas, en los modos de narrar, en las experiencias culturales, en los modelos de negocio y en cómo generar más ciudadanos de la comunicación, como ser menos audiencias y más productores.

OMAR RINCÓN

Somos un matrimonio con dos hijos pequeños y nuestra rutina durante el encierro podría resumirse así. Después de desayunar, consultamos el Google Drive del colegio para ver las actividades educativas que realizaremos durante el día. La sesión de gimnasia la hacemos mirando tutoriales de YouTube. Los dibujos animados los encontramos en Netflix o en Movistar+; las series y las películas, sobre todo en HBO y Filmin. Mi pareja y yo nos turnamos para impartir clases a través de Zoom. Con la familia y los amigos nos comunicamos —y nos cuidamos— gracias a WhatsApp.

JORGE CARRIÓN

## AGENDA PÚBLICA

denominación, ambas están referidas en primer lugar a lo que expresan Lipovetsky-Serroy cuando dicen que:

Cultura-mundo significa fin de la heterogeneidad tradicional de la esfera cultural y universalización de la cultura comercial, conquistando las esferas de la vida social, los estilos de vida y casi todas las actividades humanas. Con la cultura-mundo se difunde por todo el globo la cultura de la tecnología, del mercado, los medios, el consumo, el individuo.<sup>1</sup>

**En la vasta literatura que se ha escrito sobre el tema, desde que el sociólogo Daniel Bell esbozara en 1973 el concepto de sociedad postindustrial, han aparecido cantidad de neologismos haciendo referencia a la misma idea: las nuevas tecnologías comunicacionales e informacionales han transformado a las sociedades modernas (...)**

O lo que nos anuncia Mattelart al afirmar que el espacio comunicación-mundo,

[...] sirve para promover el progreso. Con el prodigioso auge de las tecnologías electrónicas e informáticas, la *comunicación* se ha convertido, en los años ochenta, en el progreso, y la adelantada de las redes técnicas de la *Sociedad de la Información* se ha erigido en el rasero del crecimiento y de la democracia.<sup>2</sup>

En la vasta literatura que se ha escrito sobre el tema, desde que el sociólogo Daniel Bell esbozara en 1973 el concepto de *sociedad posindustrial*<sup>3</sup>, han aparecido cantidad de neologismos haciendo referencia a la misma idea: las nuevas tecnologías comunicacionales e informacionales han transformado a las sociedades modernas, haciéndolas hipermodernas y globales o lo que nos indica Manuel Castells cuando nos expresa que el término de *sociedad informacional* se refiere a:

[...] una forma específica de organización social en la que la generación, el procesamiento y la transmisión de información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido a las nuevas condiciones tecnológicas.<sup>4</sup>

Desde Daniel Bell se cruzan diversas denominaciones que responden a esas mismas ideas-planteamientos. Así:

Herbert Marcuse:	Sociedad industrial avanzada
Zbigniew Brzezinski:	Sociedad tecnocrática
Marsahll McLuhan:	Aldea global
Jean-Francois Lyotard:	Sociedad posmoderna
Alain Touraine:	Sociedad posindustrial
P.A. Mercier, F.Plassard y V. Scardigli:	Sociedad digital
Simon Nora y Alain Minc:	Sociedad informatizada
Ernesto Mayz Vallenilla:	Sociedad tecno-comunicacional
Informe Bangemann:	Sociedad de la información planetaria
Gianni Vattimo:	Poshistoria
Juan Luis Cebrián:	Sociedad global de la información
Manuel Castells:	Sociedad informacional o también sociedad red
Mark Elliot Zuckerberg:	Comunidad global
Unesco:	Sociedad del conocimiento

Todas esas designaciones hacen referencia, al menos desde el espacio de las comunicaciones, a la misma idea: al proceso de convergencia entre el mundo audiovisual con las nuevas tecnologías emergentes de la informática y las telecomunicaciones.

Si bien es cierto que Bell es quien caracteriza a la nueva sociedad que surge desde y después de la revolución industrial, será el canadiense Harold Innis, profesor e inspirador de los planteamientos de McLuhan, quien esboze los efectos de las tecnologías que irrumpían en la sociedad y los cambios que ellas producían en las comunicaciones. Así, ambos autores llamarán la atención sobre los cambios políticos a lo largo de la historia a partir de la presencia de las tecnologías y los nuevos medios que desde ellas se originan. Será el mismo McLuhan quien reconozca que su maestro “Harold Innis es la primera persona en abordar el proceso de cambio como implícito en las formas mismas de la tecnología”.<sup>5</sup>

Sin embargo, todos estos autores referidos y otros más que no hemos citado, están en deuda con un representante de la llamada *Teoría Crítica* que es Herbert Marcuse. Este integrante de la llamada Escuela de Fráncfort fue el primero

que empezó a llamar la atención sobre los cambios que se estaban comenzando a dar en las sociedades altamente industrializadas. Estados Unidos es el ejemplo que tenía a la mano para escudriñar cómo estaba mudando una sociedad moderna producto de la acelerada automatización de la fuerza del trabajo y de la aparición de tecnologías que hacían posible esa automatización. El filósofo alemán describía lúcidamente la instauración de un sistema específico de producción y distribución. Así, en 1954 publica *El hombre unidimensional* (la primera edición en lengua castellana se conocerá en 1965) en donde analiza lo que llamó la *sociedad unidimensional* que no es más que la conceptualización crítica de la ideología de la sociedad industrial avanzada como resultado de la aplicación social de la racionalidad tecnológica. Una cita del autor es más que clara al respecto:

La automatización parece ser en realidad el gran catalizador de la sociedad industrial avanzada. Es un catalizador explosivo o no explosivo en la base material del cambio cualitativo, el instrumento técnico del paso de la cantidad a la calidad. Porque el proceso social de la automatización expresa la transformación, o más bien la transubstanciación de la fuerza de trabajo, en el que ésta, separada del individuo, deviene un objeto productor independiente, y por tanto, un sujeto en sí mismo.

Cuando llegue a ser el proceso de producción material, la automatización revolucionará toda la sociedad. La reificación de la fuerza humana de trabajo, llevada a la perfección, sacudirá la forma reificada, cortando la cadena que liga al individuo con la máquina: el mecanismo a través del cual su propio trabajo lo esclaviza. La completa automatización en el reino de la necesidad abrirá la dimensión del tiempo libre, como aquel en el que la existencia privada y social del hombre se constituirá a sí misma. Ésta será la trascendencia histórica hacia una nueva civilización.<sup>6</sup>

Para terminar estas primeras consideraciones, las cuales nos dijeron cómo diversos autores avizoraron la sociedad del presente, hagamos una última referencia a un trío de investigadores norteamericanos –Ithiel de Sola Pool, Marc Porat y Edwin Parker– quienes en varios

escritos dejaron constancia de la idea de la “información es poder” y plantearon lo que Parker definió como una “hipótesis atrevida” y que tiene que ver con el estado de la economía norteamericana, incluso la mundial, a comienzos de la década de los setenta.

**Herbert Marcuse (1954):  
“Cuando llegue a ser el proceso de producción material, la automatización revolucionará toda la sociedad”.**

En tal sentido, Edwin Parker, en colaboración con Marc Porat ambos de la Universidad de Stanford, escribe en 1975 un informe que titula *Información es poder: las implicaciones sociales de los sistemas de computadoras y telecomunicaciones*, y allí nos dice textualmente:

Permítaseme presentar una hipótesis atrevida, parcialmente verificada, acerca del estado actual de la economía mundial. La crisis económica de mediados de la década del 70 es un síntoma de una transición social importante, y no son desarreglos económicos. La causa principal que es la base de estos problemas, según mi hipótesis, es el cambio de las principales sociedades industrializadas a sociedades postindustrializadas y la introducción resultante, de elementos post-industriales en los procesos de industrialización de los países menos desarrollados. En los países de la OCDE, nuestras economías, teorías económicas e instituciones sociales están, en su mayoría, orientadas hacia la producción y el consumo agrícola e industrial. Actualmente experimentamos un gran trastorno histórico. En lugar de planear el crecimiento económico sobre la presunción de un aprovisionamiento ilimitado de energía y materiales, nos vemos confrontados con los límites reales al crecimiento físico. No podemos permitir ya un crecimiento ilimitado de la población, del consumo material, o de la contaminación ambiental. Estos nuevos tipos de problemas están actualmente desafiando a las teorías económicas y a las instituciones que fueron diseñadas para estimular y encarar el crecimiento de la producción industrial.

Ahora nos encontramos en posibilidades de caracterizar más claramente que algunos años atrás, a la sociedad post-industrial. Estamos en medio de una transición, a veces dolorosa, de una sociedad industrial a una sociedad de información. Estamos entrando a una era en la cual la actividad predominante es el procesamiento de la información y no la producción industrial. El adelanto de las computadoras, las comunicaciones, y otras técnicas de información en los últimos 25 años, ha sido llamado, con razón, “la segunda revolución industrial”.<sup>7</sup>

**Más próximos al presente será el sociólogo Manuel Castells quien, desde una óptica más descriptiva que teórica, nos da las claves para comprender la lógica de lo que él llama la red y entender que “[...] estamos en un nuevo mundo y necesitamos nuevas claves de interpretación para conocer nuestra realidad”.**

Esta hipótesis, convertida en realidad en el presente, fue recogida por muchos otros autores más cercanos en el tiempo. Así, el japonés Yonesi Masuda en su libro *La sociedad de la información como sociedad post-industrial* (1982) nos sintetiza los indicadores que caracterizan a la sociedad de la información desde los trabajos e investigaciones referidas anteriormente (Bell, Brzezinski, Touraine, Nora, Minc, Parker, de Sola Pool, Porat, Mattelart, Innis, McLuhan, e incluso los planteamientos de Fritz Machlup):

1. Modificaciones en la distribución de la fuerza de trabajo por sectores. Hay un crecimiento de la gente que trabaja en el uso de información hasta alcanzar casi la mitad de la población activa, mientras que la industria se sitúa en torno al 20 % y los servicios tradicionales en el 20 %, con muy poca gente trabajando ya en la agricultura.
2. Cambia también la forma de trabajar, por una disminución de la jornada, pero sobre todo por una gran flexibilidad, que permite realizar muchas de las labores desde cualquier sitio (también en casa, si se desea).

3. Frente al modo tradicional de trabajar en torno a la producción de bienes y servicios, ahora se realizan principalmente tareas de nuevo cuño, tales como manipular símbolos o crear y procesar información.

4. El poder, que en las sociedades más tradicionales iba unido a la posesión de la tierra, y en las industriales a la propiedad de los medios de producción, se liga ahora a la información y al conocimiento necesario para generar innovación y hacer la producción más eficiente.

5. Adquiere una gran importancia todo lo relativo a las innovaciones, especialmente en la adopción de las nuevas tecnologías.<sup>8</sup>

Más próximos al presente será el sociólogo Manuel Castells quien, desde una óptica más descriptiva que teórica, nos da las claves para comprender la lógica de lo que él llama la red y entender que “[...] estamos en un nuevo mundo y necesitamos nuevas claves de interpretación para conocer nuestra realidad”. Así, Castells en su gran investigación sobre el tema: *La era de la información. Vol.1. La sociedad red* (Trilogía editada en 1997 la primera edición. En el año 2000 se publica la segunda edición ampliada) nos ofrece una serie de rasgos característicos que ayudan a clarificar este nuevo paradigma desde el cual se está moviendo la sociedad de hoy y sus ciudadanos<sup>9</sup>:

- *La materia prima del nuevo paradigma es la información y las tecnologías* que nos hemos dado para obtener, procesar y poner en circulación esa información. Información y tecnología hoy día son inseparables.
- *Nuestras vidas están moldeadas, digamos que toda la actividad humana*, por la presencia/penetración de las nuevas tecnologías. No hay resquicio de la vida actual que no esté referenciado por el efecto de penetración de las nuevas tecnologías.
- *Esta característica alude a la lógica de interconexión* de todo sistema de relaciones dentro de la sociedad. Entendida la sociedad como sistema en el sentido de Luhmann, las nuevas tecnologías sirven para interconectar los distintos sistemas que conforman hoy la

sociedad. Los *massmedia* serían un sistema social junto a otros sistemas. La *lógica de interconexión* configura la idea de *red* en Castells.

- ▶ La *flexibilidad* es otro rasgo de la tecnología de la información del presente. En una sociedad tan dinámica como la que estamos presenciando, la reconfiguración de los sistemas a partir del uso de la tecnología de la información convierte a este rasgo en grado creciente de importancia.
- ▶ La *convergencia tecnológica* del paradigma informacional hace referencia a la idea de *interdependencia* creciente de las tecnologías de la comunicación/información. Las tecnologías de la información están integradas dentro del sistema que las configura. Hoy día la microelectrónica, las telecomunicaciones, los medios masivos, la informática,... están integrados en un sistema de información. Esta convergencia no es solo de *contenidos (software)*, sino también de *infraestructuras (hardware)*.

**EL PRESENTE: LA PANDEMIA ENTRA EN ESCENA**

Para ver en su contexto esta nueva sociedad, descrita anteriormente desde un conjunto de autores que han tratado de develarla en sus orígenes y en sus resultados, veamos ahora cómo el sector de las comunicaciones y la digitalización que ese contexto ha sufrido se está comportando a lo largo de todos estos meses de encierro.

La primera constatación que tenemos a la mano, porque nosotros mismos somos actores y testigos, es que estamos viviendo en un mundo hiperconectado. Podríamos hablar de una aldea hiperconectada o de una comunicación-mundo según Armand Mattelart. Interpretando al filósofo y ensayista Eric Sadin, quien sostiene a lo largo de su libro *La humanidad aumentada*: las nuevas tecnologías redefinen nuestra existencia por la mediación que introducen los ecosistemas digitales. El mismo Sadin no está seguro de las bondades de esta civilización digital que está aquí y ahora y que se ha consolidado con más fuerza y penetración a lo largo de estos días,

semanas y meses de COVID-19. De allí que nos arroje esta nota de alarma al respecto:

Históricamente, la colonización suponía veleidades agresivas de dominación que apuntaban a apoderarse de los territorios por medio de la fuerza, y se topaba con resistencias feroces o bien lograba una colaboración interesada. Procedía de la imposición de un orden sobre otro orden existente, apuntando a la explotación de los recursos naturales y de las energías humanas en vistas a enriquecer a las fuerzas conquistadoras y sus países de pertenencia. No es este el caso; se trata de una voluntad endógena que estima que este esquema económico y cultural reviste, más allá de su foco de origen, un valor universal que se ha convertido en el patrón para la medida de la vitalidad económica de los países, y que, por la evidencia de su verdad, debe ser importado y activamente implementado.

Es un impulso ‘autocolonizador’ movido por dos motores que actúan de modo conjunto. En primer lugar, a través del proselitismo de actores que, habiendo actualizado su ‘sistema de explotación conceptual’ y tocados por la gracia, difunden por todas partes los preceptos de la ‘biblia siliciana’ [...].

En segundo lugar se produce la *self-colonization* de los territorios, puesto que después de mediados de la primera década del siglo XXI, la fascinación ya no quiere ser pasiva, sino que se manifiesta a través de acciones concretas, por la construcción de *valleys* en los cinco continentes, bajo la forma de parques industriales e “incubadoras”, destinados a favorecer la creación de empresas *start-up*, a unir a los distintos actores y a subirse sin demora al tren de la economía de los datos. Son ‘valles del conocimiento’ que en la mayor parte de los casos constituyen el objeto de ‘consorcios públicos/privados’ según la nueva norma estatal-liberal de reordenación de los territorios.<sup>10</sup>

Sin embargo, aun a pesar de este llamado, lo que sí ha sido evidente a lo largo de todo el encierro es la explosión de comunicación y de comunicaciones por el uso de lo que denominan las *apps* (este término no es más que la abreviatura de la palabra en inglés *application* y se refiere a todas aquellas aplicaciones digitales



destinadas a ser usadas a través de distintos soportes computacionales). Al respecto, hay voces optimistas con relación a este uso extensivo que se ha dado y es lo que expresa Manuel Castells cuando apuntaba que “Hemos entrado de lleno en una sociedad digitalizada en la que ya vivíamos pero que no habíamos asumido”<sup>11</sup>. Veamos también lo que dijo el presidente ejecutivo de Telefónica cuando manifiesta:

Cuando el mundo real ha tenido que cerrar, el virtual ha abierto sus puertas. En estas semanas se ha producido la explosión de lo digital, en sectores maduros, como el comercio electrónico, y en otros hasta ahora más discretos, como la telemedicina o la educación digital. Ya no es una cuestión de oferta tecnológica sino de rápida adopción e intensa demanda desde la sociedad y las empresas. En las últimas semanas hemos recorrido una década en la evolución de los indicadores de digitalización, en teletrabajo o en gestión de las emisiones.

Este giro puede ser el catalizador que faltaba para dar un paso de gigante en la digitalización y para impulsar una transición digital sostenible y con foco en las personas. Es probable que estemos preparados y dispuestos a hacer que de esta crisis emerja un futuro mejor. Entre todos tenemos la oportunidad de hacerlo realidad y desde nuestro sector tenemos el orgullo de saber que las telecomunicaciones serán sin duda parte de ello. Porque lo que pasa por nuestras redes no son minutos de voz ni volúmenes de datos. Lo que pasa por nuestras redes es la vida misma.<sup>12</sup>

Nos guste o no esa es la realidad que estamos viviendo. Pareciera que no habrá vuelta atrás. Se trata de una era comunicativa en donde los modos de la comunicación adquieren otro sentido bastante diferenciado de aquellos modos que se producían desde los medios convencionales (prensa, radio y, muy especialmente, la televisión). Así, las tecnologías de la información y la comunicación generan una mundialización de las culturas y las comunicaciones. Ellas engendran una manera de “estar en el mundo”, como nos diría Jesús Martín Barbero, muy distinta o bastante diferente de la que nos acostumbró la sociedad industrial. Hoy, los medios

de comunicación convencionales, el Internet como la red de redes, y las telecomunicaciones se convierten en productores y vehículos de mundialización a partir de la convergencia que se genera entre esos tres sectores. Este concepto se ha hecho patente en los medios-hoy y mucho más en los llamados medios digitales. Es decir, se ha conformado *un vínculo* cada vez más necesario entre el lenguaje de los grandes medios, especialmente el audiovisual, predominante no solo por la acción cultural de la mayoría de los públicos, sino también por la presencia determinante de la imagen en cuanto aparato tecnológico y el lenguaje que se ha venido implantando desde la informática y las telecomunicaciones. Lo que queremos decir es que la convergencia no es solo entre equipos-infraestructuras para la puesta en circulación de los discursos-mensajes, sino entre lenguajes y por supuesto que entre percepciones-sensibilidades. Pero también la convergencia es un proceso cultural y transmediático asociado a la dinamización reciente del proceso de globalización.

Dentro de la progresiva y acelerada convergencia se ha venido dando un *reencuentro* de las prácticas (tanto de producción como de recepción) audiovisuales con las textuales. Al respecto, el español Manuel Martín Serrano ya decía a finales de los noventa que “La etapa multimedia será cualitativamente muy distinta; estará decididamente orientada a un uso integrado, polivalente y traducible de textos e íconos”<sup>13</sup>. En estos instantes, esa afirmación es ya toda una realidad. Lo que ha venido sucediendo en estos últimos tiempos es que la tecnología o mejor, un nuevo tipo de tecnicidad, interpela a las prácticas culturales posibilitando el desarrollo de otras prácticas sociales, que a la final se convierten en acciones culturales que entrelazan diversos lenguajes tanto en la cotidianidad del tiempo libre como en la cotidianidad de los llamados mapas profesionales y laborales, hasta en el entorno educacional y de formación del saber. Lo que ha ocurrido no es más que un “tránsito” entre dos eras comunicativas como las refiere Manuel Martín Serrano, y ese tránsito ha dado origen a reencuentros, pero también a distanciamientos y hasta divorcios en muchos casos y prácticas.

Lo que estamos presenciando desde hace ya tiempo es un cambio de paradigma. Para Roberto Igarza este cambio de paradigma es “pluriparadigmático”<sup>14</sup>, es decir:

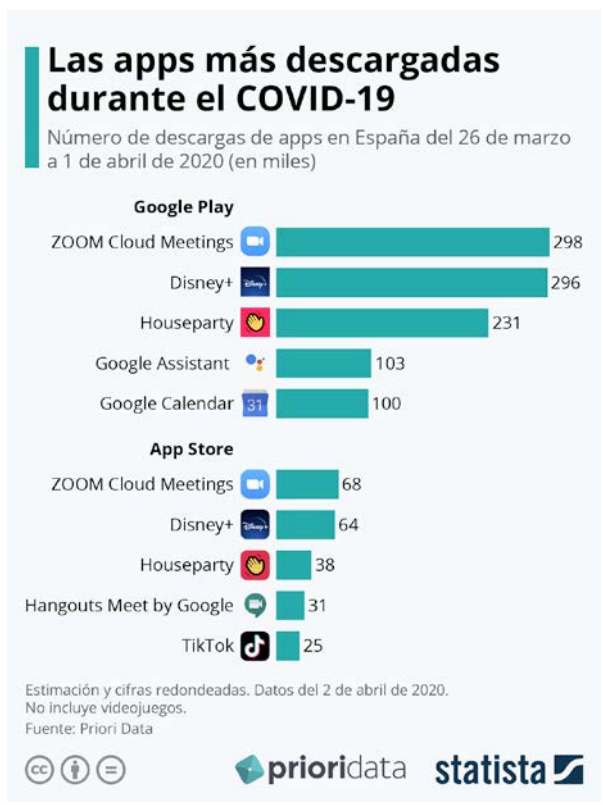
- a) *Paradigma digital*: pasaje de lo analógico a lo digital.
- b) *Paradigma de la reciprocidad*: pasaje de lo unívoco y la asimetría a la bidireccionalidad y a la complementación de voces.
- c) *Paradigma de la conectividad*: pasaje de la asincronía y lo duradero a la conectividad y a la actualización permanente (este último es tal vez el más omnipresente).

Así, en este preciso momento –y la pandemia no solo nos lo ha hecho ver de manera más que clara– se han acelerado aquellas premisas que Manuel Martín Serrano presagiera como signos de futuro en un estudio de hace ya veinticinco años <sup>15</sup>:

1. Las tecnologías multimedia se habrán incorporado a la vida cotidiana cuando las familias se sirvan de ellas en las actividades relacionadas con el trabajo, la formación y la cultura, los usos privados de la información y el acceso a la información pública.
2. La retirada de las prácticas comunicativas hacia el hogar, siendo ya tan espectacular, es sólo el inicio de lo que cabe esperar en el futuro. Una parte importante de la población va a ocuparse, desde su domicilio, en trabajar operando con la información.
3. Estamos sólo en el inicio de una tendencia que parece orientarse hacia el procesamiento y el consumo de información en condiciones de aislamiento físico y emocional. Seguramente, en un futuro próximo, este hecho constituya un problema de dimensiones considerables.
4. Las tecnologías interactivas –al menos a corto plazo–, van a aumentar la marginación comunicativa de algunos sectores de la población.
5. Todo parece indicar que en el futuro los mismos aparatos y las mismas competencias que sean necesarias para utilizar la información o esparcimiento son las que se van a requerir para el empleo formativo y el uso profesional de la información.

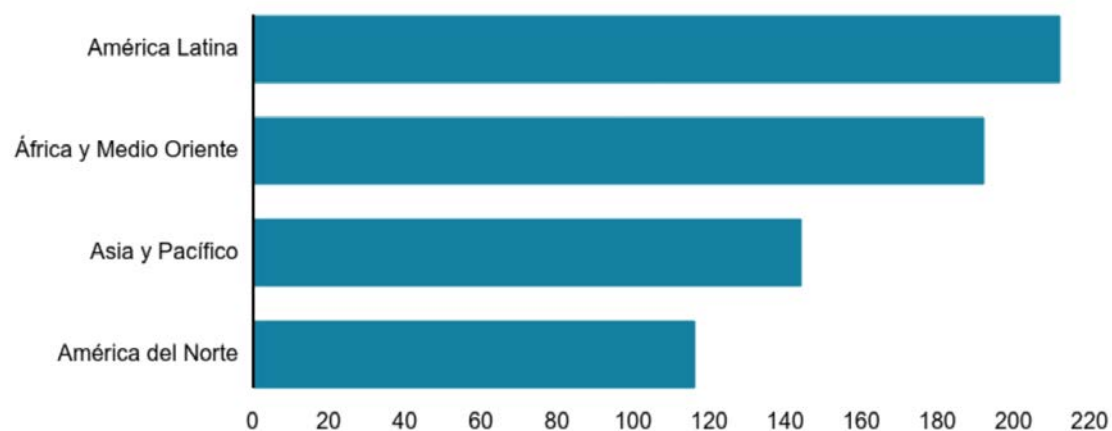
**LAS APPS ENTRAN EN ESCENA**

La revolución digital se ha acelerado producto de la pandemia y el encierro al que ella nos ha obligado. Este hecho ha traído como consecuencia un impulso de la digitalización que se ha manifestado, sigue expresándose, en el uso de distintas aplicaciones y hoy todo el mundo está familiarizado con Facebook, Twitter, MySpace, You Tube, Face Time, Google, Skype, Zoom y otras más, que eran casi desconocidas por el grueso de los ciudadanos y que ahora se han puesto de moda. Todas esas aplicaciones se han convertido en el centro de nuestro consumo cultural y en el encuentro con el otro y los otros. Este fenómeno es el resultado de la Red que nos conecta de manera bidireccional, a diferencia de los medios de masa, con empresas, comercios y con ciudadanos como nosotros. Así, el uso de Internet a lo largo de todos estos meses se ha incrementado hasta tal punto que el análisis de la firma Data Reportal, especializada en análisis digital, nos dice que el número de usuarios de estas plataformas a nivel mundial aumentó hasta alcanzar los casi 4 mil millones de personas a principios de julio de 2020, lo que representa un incremento de más del 10 % en el último año.



## Uso de redes sociales

Tiempo de pantalla diario en minutos



Fuente: GlobalWebIndex, 2019

BBC

## Los países "más sociales"

Promedio diario de tiempo de pantalla

Ranking	País	Minutos (2019)	Minutos (2018)
1	Filipinas	241	248
2	Brasil	225	219
3	Colombia	216	214
4	Nigeria	216	206
5	Argentina	207	197
6	Indonesia	195	203
7	EAU	191	180
8	México	190	194
9	Sudáfrica	190	178
10	Egipto	186	185
12	Arabia Saudita	186	172
13	Turquía	185	172
18	Rusia	148	141
19	India	145	148
22	China	139	120
25	Estados Unidos	117	125

Fuente: GlobalWebIndex, 2019

BBC



Esto también significa que más de la mitad de la población mundial ahora usa los *social media*.<sup>16</sup>

Este dato significa que casi el 59 % de la población mundial está ya conectada a la red de redes. Por ejemplo, en España el tráfico por Internet creció en un 80 % convirtiéndose en el quinto país del mundo con mayor conectividad *on line*. El otro número significativo, según las cifras proporcionadas por la firma GSMA (se trata de una organización de operadores móviles y compañías relacionadas, dedicada al apoyo de la normalización, la implementación y promoción del sistema de telefonía móvil) es que hay 128 millones de nuevos usuarios de telefonía móvil cerrando el mes de marzo y hay unos 4 mil 200 millones que usan este equipo para conectarse a Internet.

Podemos seguir dando cifras y todas nos hablarán del crecimiento vertiginoso que ha tenido el uso de lo digital y las ganancias que ese crecimiento les ha proporcionado a grandes empresas que se mueven en ese espacio comunicacional para ofrecer sus servicios y productos. El crítico cultural Jorge Carrión nos dice que si bien es cierto que se está dando una descomunal inyección de dinero y de datos a todo un conglomerado de empresas que no pasan de ser entre cinco y siete (se les llama “Big Tech”. Este es un término que une *Big* y *Technology* para agrupar a las empresas tecnológicas más grandes del mundo. Aunque dentro de las Big Tech hay muchas otras, a las más relevantes las han catalogado con el lema de GAFA –Google, Amazon, Facebook y Apple–), también se ha incrementado nuestra dependencia de las interfaces o de los distintos dispositivos digitales que nos ofrecen esas empresas.

La pregunta pertinente: ¿cómo ha sido el consumo comunicacional durante el aislamiento? Después de urgar en diferentes fuentes<sup>17</sup>, el consumo de plataformas tecnológicas multimedia –tanto de contenidos, de difusión y distribución de servicios en cualquier formato– que se conocen con la abreviatura de la palabra en inglés: *application* y que no son más que aplicaciones (*apps*) destinadas a distintos soportes digitales como una tablet o un teléfono inteligente, hasta un televisor inteligente, una PC o

una Mac... ha sido, en una rápida secuencia, como sigue:

**Netflix**

Plataforma que envía a los hogares de sus clientes, a través de la Red, películas y programas audiovisuales en alta definición. Los tres primeros meses (desde enero a marzo) de emergencia, su número de suscriptores ascendió a 16 millones. Esto le significó a la empresa un beneficio bruto de 958 millones de dólares, frente a los 459 millones del mismo período del año anterior.

**Jorge Carrión: “Seremos cientos de millones quienes anclaremos para siempre nuestro recuerdo de la cuarentena en los videos, películas, series, canciones, mensajes de texto, fotos o videoconferencias que vivimos a través de media docena de gigantescas empresas de logística digital”.**

**Otras plataformas audiovisuales**

Plataformas como HBO, Amazon Prime Video, Movistar+, Filmin y Disney+ entre las más consultadas y que nos permiten ver un amplio catálogo de películas y series *on line*, han acrecentado de manera significativa sus “visitas” en estos meses de encierro. Por ejemplo, las consultas en HBO fue de 24 % y Disney+ un 43 %.

**Amazon lidera el comercio electrónico (ecommerce)**

Amazon, la mayor plataforma de comercio electrónico, duplicó sus ganancias entre abril y junio con un beneficio de 5 mil 243 millones de dólares. Su facturación por compras *on line* alcanzó la cifra de 88 mil 912 millones de dólares. El actor responsable de esta multinacional es Jeff Bezos quien elevó su fortuna en 25 mil millones de dólares en estos meses de pandemia.

### **Plataformas para servicios de videollamadas**

El aislamiento ha impulsado a un grupo de empresas digitales que ofrecen el servicio de videollamadas. Entre las aplicaciones más usadas están Webex (de Cisco), Teams y Skype (Microsoft) y la gran sorpresa ha sido la *app* Zoom Video Communications. Esta ya tiene asegurados 300 millones de usuarios diarios. Estas aplicaciones ofrecen el servicio de videoconferencias para eventos empresariales, educativos, sociales e incluso políticos. Su mayor aplicación ha sido en el ámbito educativo para ofrecer clases virtuales. La *app* más descargada en Estados Unidos fue Zoom con 13 millones y ha sido la aplicación que ha alcanzado, dentro de este renglón, los 80 millones de instalaciones en todo el mundo.

**Amazon, la mayor plataforma de comercio electrónico, duplicó sus ganancias entre abril y junio con un beneficio de 5 mil 243 millones de dólares. Su facturación por compras *on line* alcanzó la cifra de 88 mil 912 millones de dólares.**

Por su parte Microsoft no se ha quedado rezagada con sus *apps* Teams y Skype. Skype es una de las *apps* más conocida y popularizada, sin embargo ha sido Teams la que lideriza dentro de Microsoft las videollamadas. Esta aplicación creció, según la empresa, 1.000 % en estos meses. Un total de 183 mil instituciones educativas en 175 países usan esta herramienta para fines educativos. Esas cifras significan que tiene alrededor de 44 millones de personas conectadas diariamente. Cisco con su plataforma Webex también creció superando los 300 millones de usuarios y los 14 mil millones de reuniones.

### **Apps de juegos en línea**

La descarga de videojuegos ha alcanzado cifras que realmente impresionan: en los tres primeros meses de pandemia estos crecieron en 2 mil 400 millones. Las empresas más populares han sido Google Play y App Store de Apple. Ambas alcanzaron la cifra de 13 mil 300

millones de descargas de juegos durante la emergencia causada por la pandemia; Google Play con 10 mil 300 millones y App Store de Apple con 3 mil millones.

Según la herramienta Sensor Tower, que nos permite hacerle un seguimiento del posicionamiento a las distintas aplicaciones digitales o *apps*, el juego más descargado en todo el mundo fue ‘Hunter Assassin’, con casi 100 millones de descargas entre Google Play y App Store. Por detrás aparecen ‘Brain Out’ (algo menos de 90 millones), ‘Johnny Trigger’ y ‘Woodturning’ (por encima de 75) y ‘PUBG Mobile’ ligeramente por debajo de los 75 millones de descargas.

### **Las redes sociales y el nuevo ecosistema informativo**

Estas ya venían teniendo una expansión ilimitada pero en julio de este año, en plena pandemia, el crecimiento ha sido realmente sorprendente. ¿La necesidad de estar informados? ¿La necesidad de comunicarnos aunque sea en la distancia? Seguramente sean ambas cosas. Dos han sido las redes más empleadas a lo largo de estos meses de encierro:

Facebook quien ostentaba la cifra de 1.230 millones de usuarios y ha pasado a 2 mil 603 millones y Twitter de 248 millones de usuarios a 340 millones. Las otras redes sociales –según Digital 2020 July Global Statshot report– nos ofrecen estas estadísticas de uso para julio de este año: -Youtube: 2 mil millones de usuarios activos; -WhatsApp: 2 mil millones; -Messenger: 1.300 millones; -Instagram: mil millones y -TikTok: 800 millones. La misma fuente nos indica, por grupos de edad, cuál viene siendo el uso de las redes sociales a lo largo de estos meses: entre 16-24 años de edad (58 %); 25-35 años (50 %); 35-44 años (42 %); 45-54 años (34 %) y 55-64 años (32 %).

### **El comportamiento del imperio GAFAM: Google, Amazon, Facebook y Apple**

Estas son las empresas que en la actualidad dominan el mercado de la tecnología digital en lo que corresponde a la venta de servicios y productos. Durante esta pandemia los resultados de sus ingresos, reportados por las propias empresas, han crecido durante la crisis del

COVID-19 en cantidades inimaginables. Por ejemplo, los ingresos de Facebook aumentaron en 11%, lo que corresponde a 18 mil 700 millones de dólares. Por su parte, tal como apuntamos antes, el gigante del comercio *on line* aumentó sus ventas en 88 mil 900 millones de dólares. Apple tuvo un beneficio entre abril y junio de 12 % que equivale a unas ganancias de 11 mil 253 millones de dólares. En el caso de Google sus ingresos procedieron de la publicidad en un 80 % (29 mil 867 millones de dólares), así como la publicidad en uno de sus servicios como YouTube (3 mil 812 millones) y la plataforma de servicios en la nube, Google Cloud (3 mil 007 millones).

Damos por cerrado este apartado con una referencia de Jorge Carrión cuando nos expresa casi a manera de conclusión, que:

Los beneficios económicos y las nuevas costumbres convergen en la memoria emocional de cada uno de nosotros. La facturación de las corporaciones tecnológicas no es solo monetaria, también es sentimental. Seremos cientos de millones quienes anclaremos para siempre nuestro recuerdo de la cuarentena en los videos, películas, series, canciones, mensajes de texto, fotos o videoconferencias que vivimos a través de media docena de gigantescas empresas de logística digital.<sup>18</sup>

## UN EPÍLOGO

Después de mostrar todas estas cifras, tanto de uso como de ganancias de las más importantes empresas o corporaciones que lideran las *apps*, quisiera apuntar de manera sucinta, a modo de conclusiones y epílogo al ensayo, algunas ideas que creo son relevantes para seguir pensando en lo que ha significado esta revolución en las comunicaciones, y el sentido que en estos momentos de emergencia ante el COVID-19 han representado para nuestras vidas y, por lo tanto, para nuestra cotidianidad como habitantes de un mundo global económicamente y de mundialización de la cultura. Lo que sí nos han mostrado todas estas aplicaciones digitales es lo que nos apunta el brasileño Renato Ortiz cuando nos dice que: “La economía mundial, los objetos globalizados, la aparición de un sistema técnico de comunicación planetaria y la constitución de

una memoria colectiva internacional-popular, atestiguan su consolidación”<sup>19</sup>

Vayamos entonces a nuestras conclusiones y epílogo:

- Estamos viviendo una era, o un momento del siglo XXI, hipertecnológica. La denominada *ratio technica* ha triunfado y esa racionalidad se ha hecho totalizante y universal como nos dice Jacques Ellul citado por Lipovetsky: “La técnica trae consigo formas de ser, de pensar y de vivir para todo el mundo. Es cultura global, es síntesis”<sup>20</sup>. Pero esta globalización de la técnica trae consigo la mundialización de la cultura que se inserta en la cotidianidad de la gente, en sus modos de vida, en sus prácticas culturales y locales. Nos gusta como lo expresa Jesús Martín Barbero cuando dice:

La mundialización no puede entonces confundirse con la estandarización de los diferentes ámbitos de vida, que fue lo que produjo la revolución industrial. Ahora nos encontramos ante otro tipo de proceso, que se expresa en la cultura de la modernidad mundo, que es una nueva manera de estar en el mundo, de la que hablan los hondos cambios producidos en el mundo de la vida: en el trabajo, la pareja, el vestido, la comida, el ocio [...] Que es lo que sucede cuando los medios de comunicación y las tecnologías de la información se convierten en productores y vehículos de la mundialización de imaginarios ligados a la música e imágenes que representan estilos y valores desterritorializados, y a los que corresponden también nuevas figuras de memoria.<sup>21</sup>

- Las comunicaciones masivas fueron analizadas como una forma de poder, como actores que inclusive actúan en política. Estas tecnologías de la información y de la comunicación se constituyen también en un poder comunicacional que genera cambios y reorganización en la sociedad. La idea del filósofo venezolano Ernesyo Mayz Vallenilla es expresión clara del planteamiento esbozado. Dice Vallenilla:

El desarrollo e influencia que ha adquirido en nuestros días la actividad comunicacional dentro del seno de la sociedad es tan ingente y decisivo –mediatizando los efectos de la educación, la cul-

## AGENDA PÚBLICA

tura, la economía, la política, y, en general, todas las ramas y modalidades del quehacer humano—que la utilización de sus medios e instrumentos requiere la máxima atención por parte del Estado... como órgano de la comunidad [...]. Más no hay duda de que la acción comunicativa, tecnificada como se presenta en nuestro tiempo, funciona como un verdadero *fundamento* de la vida social contemporánea... y todas las actividades del Estado se encuentran mediadas por sus efectos. De allí la ostensible jerarquía que posee [...]<sup>22</sup>

- ▀ La visión del canadiense McLuhan se ha hecho una realidad, es decir sus planteamientos de la “aldea global” y “el medio es el mensaje”. Ambas ideas se difundieron muy rápidamente como si las mismas fueran un eslogan. Hoy las volvemos a tener presentes. Pero el maestro de Marshall McLuhan, el también canadiense Harold Innis, puso el acento, antes que su discípulo, en las implicaciones de las tecnologías comunicacionales en los procesos económicos, políticos, culturales y hasta en las mismas comunicaciones. Esa idea es la que tenemos que afinar para llegar a conocer cuáles son las implicaciones del uso extensivo que se ha dado durante la pandemia de todo ese conjunto de plataformas tecnológicas.
- ▀ Hay una fascinación por los aparatos-aplicaciones digitales. La pandemia lo ha demostrado de manera más que espectacular. Sin embargo, este hecho que se ha multiplicado de manera exponencial a lo largo de estos casi seis meses de encierro obligado por la emergencia, ya se venía dando desde hace algunos años. Veamos algunos datos que nos ilustran esa fascinación, esa especie de encantamiento masivo no solo por la posesión del aparato, sino sobre todo por su uso. La firma de investigación con sede en Londres, GlobalWeb-Index, en un estudio de los 45 mercados de Internet más grandes del mundo, estimó que el tiempo que cada persona dedica a los sitios o aplicaciones de redes sociales pasó de unos 90 minutos por día en 2012 a 143 minutos en los primeros tres meses de 2019. En América Latina y el Caribe se encuentran los resul-

tados más altos, con un promedio entre todos los países de 212 minutos en pantalla. Brasil y Colombia sobresalen con unos 225 y 216 minutos respectivamente, mientras que Argentina, con 207 minutos, se encuentra en el quinto lugar a nivel mundial. Este aumento del uso del Internet es impulsado, principalmente, por un grupo demográfico específico: personas de 16 a 24 años de edad. Los jóvenes del mundo dedican más tiempo a la red, con un promedio de 180 minutos al día. Entre los países latinos, Argentina es donde los jóvenes invierten más tiempo, con un promedio de 257 minutos al día. En comparación con otros grupos de edad, los jóvenes son los más conectados debido a su gran afinidad y capacidad de conectarse, en especial los llamados nativos digitales.<sup>23</sup>

Diversos estudios llevados a cabo a lo largo de estos meses de pandemia, nos demuestran que el tiempo empleado en las aplicaciones digitales creció en un 20 %. Esas investigaciones también nos dicen que el país que registra un mayor incremento del uso de las *apps* es Italia. En marzo, el tiempo dedicado al móvil creció 30 % respecto al último trimestre de 2019. Por su parte, países como Francia, Alemania y Estados Unidos tuvieron un crecimiento del 15 %, 10 % y 10 % respectivamente. Hoy, las tecnologías digitales que le dan soporte al mundo de las aplicaciones en redes sociales se han universalizado hasta tal punto que el 97 % de los consumidores digitales ha utilizado las redes sociales en estos meses, el 84 % de las personas que cuentan con acceso a Internet ha usado las redes sociales y el 50 % de la población mundial está usando redes sociales, lo que representa 3 mil 810 millones de personas (este dato significa un aumento del 9,2 % desde 2019). Estas “metatecnologías”, como han llamado a las tecnologías digitales, muestran cómo las aplicaciones más usadas: Facebook, Youtube y WhatsApp agrupan a más personas que China, Estados Unidos y Rusia juntas. Podríamos entonces decir que “[...] las tecnologías digitales acudieron a la cita en el momento oportuno...”<sup>24</sup>

► Estas plataformas tecnológicas y digitales no son solo plataformas de comunicación, es decir productoras y difusoras de contenidos, incluso también de servicios; son empresas o grandes corporaciones que viven de la mercantilización de las comunicaciones y las redes. Durante estos días de emergencia allí están las cifras de ganancia que han crecido de manera desmesurada debido a que millones de ciudadanos, convertidos en audiencias y en consumidores en todo el planeta, se han visto obligados al encierro casero y desde su espacio han buscado alternativas de consumo, de entretenimiento, teletrabajo, educación... y así llenar los días de ocio y tiempo libre. Y qué mejor que estas plataformas audiovisuales y los aparatos que las sopotan como Netflix, HBO, Movistar+, Disney+, Quibi conocido como el Netflix de bolsillo... o las aplicaciones para las videollamadas como Skype, Webex, Zoom Video Communications... o las plataformas para juegos digitales. Durante estos meses de pandemia Amazon, Apple, Facebook y Google —empresas que forman parte de lo que han llamado el grupo de los *big tech*— han aumentado sus beneficios brutos. Pero no solo hay ganancias en términos económicos, sino que el uso masivo de todas las *apps* existentes les ha proporcionado a esas empresas tal cantidad de macrodatos que van a servir para extraer más beneficios a costa de los ciudadanos convertidos en consumidores. Este hecho es lo que se ha llamado la “inteligencia algorítmica” y desde ahí surge el siguiente planteamiento:

Más allá de esta extensión de la interactividad, ‘el capitalismo electrónico-informático’, como lo llama Gustavo Lins (2018, 49), o ‘tecnocapitalismo’, según la expresión de Eric Sadin (2018), reformula el complejo socioeconómico y cultural al almacenar y clasificar enormes volúmenes de información, volverla casi universalmente accesible, en parte gratuita a través de Gmail, Google Maps, Google Earth, Waze, YouTube, entre otros. ¿Qué clase de servicio proporciona esta gestión de palabras, imágenes y sonidos? ¿Cómo altera los vínculos entre cultura, comunicación y ciudadanía? Las palabras se transforman en signos de búsqueda

y se articulan algorítmicamente en un panóptico electrónico para el mercado, porque la información que damos a los buscadores sobre nuestros comportamientos, deseos y opiniones, nos convierte en insumos mercantilizados.<sup>25</sup>

**Hay una fascinación por los aparatos-aplicaciones digitales. La pandemia lo ha demostrado de manera más que espectacular. Sin embargo, este hecho que se ha multiplicado de manera exponencial a lo largo de estos casi seis meses de encierro obligado por la emergencia, ya se venía dando desde hace algunos años.**

En tal sentido, las plataformas y las aplicaciones digitales que han irrumpido en el ecosistema de las comunicaciones no son solo técnicas y sociales, sino también son enclaves que han dado origen a lo que se ha llamado la “nueva economía”. De hecho, lo que está sucediendo a lo largo de todos estos meses, y que hemos podido ver de manera más que transparente, es que esas empresas de logística digital han obtenido beneficios realmente impresionantes. Las grandes operadoras de las telecomunicaciones y de los servicios *on line* se han visto obligadas a innovar nuevos contenidos y servicios a partir de la demanda de los ciudadanos del mundo y desde ahí las exploraciones mercadológicas que ellas realizan para conocer cuáles son las necesidades y cuáles son las apetencias del consumidor.

Nadie pone en duda las bondades de estas nuevas tecnologías de la comunicación y la información. Ellas se han convertido en algo ineludible en estos tiempos. No hay actividad de nuestras vidas que no esté atravesada por esas tecnologías: en el trabajo, en el hogar, en el campo educativo, en los medios de comunicación convencionales... En fin, se han venido produciendo cambios muy profundos en lo económico, en lo social y en lo cultural. Creo que estamos ingresando a un cambio época. Como nos dice Manuel Castells, estos cambios



alcanzan al ser humano en la concepción que él tiene sobre sí mismo, sobre su cotidianidad, sobre su propia vida, sobre el espacio y el tiempo y, en definitiva, sobre la propia realidad. Entonces nos surge una interrogante: ¿habrá otra manera de gestionar este nuevo campo de las comunicaciones mundiales al margen del mercado y de la mercantilización que han sufrido los contenidos y los servicios de difusión que esas tecnologías nos ofrecen?, o ¿es posible que se desarrolle un modelo gerencial de racionalidad liberal socialmente responsable? Es lo que nos plantea Josep María Carbonell cuando afirma que se trata de establecer “[...] un modelo que antepone la dimensión social de la comunicación a los intereses comerciales, siempre en un marco de libertad de expresión. Es un modelo que no quiere dejar al libre mercado un valor tan importante como el de la comunicación”<sup>26</sup>.

En una entrevista que se le hiciera a Armand Mattelart en marzo de 2001, a propósito de la aparición de su libro *Historia de la sociedad de la información*, en el diario *Le Monde*, el investigador responde dos preguntas que tienen que ver con el planteamiento anterior<sup>27</sup>:

Pregunta: ¿Se trata de una nueva manifestación de la globalización neoliberal del mundo?

Armand Mattelart: La ideología de la Sociedad de la Información no es otra que la del mercado. Está en sinergia con los supuestos de reconstrucción neoliberal del mundo. Contra eso, precisamente, intentan levantarse algunos gobiernos, empezando por el francés, y las redes de la sociedad civil a través del mundo.

Pregunta: ¿Qué preconiza usted para salir de lo que califica de “neodarwinismo informacional”?

Armand Mattelart: Hay que reapropiarse de las nuevas tecnologías construyendo una alternativa a la Sociedad de la Información. Si hay algo de cierto en la noción de Sociedad de la Información es que cada vez más intersticios de la vida cotidiana e institucional son penetrados por las tecnologías de la información y, por consiguiente, que cada vez serán más los sectores que se verán obligados a pensar en ello, bien para sumarse, bien para plantear la cuestión de otra opción. Sin embargo, hoy

en día, los que se atreven a hablar de alternativas, inmediatamente son tachados de tecnófobos. No hay reflexión alguna sobre la cuestión esencial. A saber: ¿cabe proponer proyectos sociales y otras formas de apropiación de estas tecnologías que penetran la sociedad frente a un proyecto que se parece cada vez más a una tecnoutopía, a un determinismo tecnomercantil?

En este marco es cierto lo que nos apunta García Canclini de que “[...] las tecnologías digitales, asociadas a la globalización socioeconómica y cultural, fomentan certezas de lo que ganamos: más información y entretenimiento diversificado, espacios para debatir y participar, acceso a bienes, mensajes y servicios no disponibles en la propia nación”<sup>28</sup>. Pero también es evidente que no podemos perder de vista la fascinación<sup>29</sup> que ellas nos generan al igual que la mediatización y los profundos cambios que producen, no solo en nuestras formas de comunicar, sino en lo que llaman los “mundos de vida”. En ese sentido, sin asumir posturas tecnófobas, tengamos muy presente lo que apuntara Barbero al respecto: “Que nadie se confunda, las tecnologías no son neutras, pues más que nunca ellas constituyen hoy enclaves de condensación e interacción de mediaciones sociales, conflictos simbólicos e intereses económicos y políticos”<sup>30</sup>.

#### MARCELINO BISBAL

Licenciado en Comunicación Social. Fue director de la Escuela de Comunicación Social de la UCV. Profesor titular de la UCV. Actualmente es director de ediciones de la UCAB y forma parte del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación*.

#### Notas

- 1 LIPOVETSKY, Gilles y SERROY, Jean (2010): *La cultura-mundo*. Respuesta a una sociedad desorientada. España: Editorial Anagrama. P.15.
- 2 MATTELART, Armand (1993): *La comunicación mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*. España: Fundesco. P.14.
- 3 Ver al respecto su libro (1976): *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. España: Alianza Editorial. Colección Alianza Universidad.

- 4 CASTELLS, Manuel (2000): *La era de la información. Vol. I. La sociedad red*. España: Alianza Editorial. P. 47.
- 5 Citado por MATTELART, Armand (1993): *La comunicación mundo...* Op.cit. P. 184.
- 6 MARCUSE, Herbert (1969): *El hombre unidimensional. Ensayos sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. España: Editorial Seix Barral S.A. P.67.
- 7 PARKER, Edwin B. (1976): *Información es poder. Las implicaciones sociales de los sistemas de computadoras y telecomunicaciones*. Venezuela: Cuadernos Ininco N° 2. P.3.
- 8 Citado por MARIN, Antonio Lucas (2000): *La nueva sociedad de la información. Una perspectiva desde Silicon Valley*. España: Editorial Trotta. P. 38.
- 9 CASTELLS, Manuel (2000): *La era de la información...* Op. cit. Pp. 48-50.
- 10 Nota tomada del artículo de SADIN, Eric (2018): *La silicolonización del mundo. La irresistible expansión del liberalismo apunta a regular el curso de la vida mediante algoritmos*. Disponible en <http://lab.cccb.org/es/la-silicolonizacion-del-mundo/>
- 11 CASTELLS, Manuel (2020): “Hemos entrado de lleno en una sociedad digitalizada en la que ya vivíamos”. En: revista *Comunicación* N° 190-191 (extraordinario, segundo y tercer trimestre del 2020). Venezuela: Fundación Centro Gumilla. Pp. 69-70.
- 12 ALVAREZ-PALLETE, José María (2020): “Saldremos juntos y saldremos conectados”, en la revista *Telos*, N° 113, abril 2020. España: editada por la Fundación Telefónica, p. 3
- 13 MARTÍN SERRANO, Manuel (1995): “Las transformaciones sociales vinculadas a la era audiovisual”. En: *Informes Anuales de Fundesco. Comunicación Social 1995/Tendencias*. España: Editado por la Fundación para el Desarrollo de la Función Social de la Comunicación(-Funesco). P.22.
- 14 IGARZA, Roberto (2008): *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. Argentina: La Crujía ediciones P. 175.
- 15 MARTÍN SERRANO, Manuel (1995): “Las transformaciones sociales vinculadas a la era audiovisual”. Op. cit. P.216.
- 16 Datos extraídos y sintetizados de la página: [https://www.digitalhouse.com/mx/blog/marketing-que-podemos-esperar-de-las-redes-sociales-para-el-resto-de-2020-marketing?p=8954&utm\\_campaign=Banner&utm\\_content=c](https://www.digitalhouse.com/mx/blog/marketing-que-podemos-esperar-de-las-redes-sociales-para-el-resto-de-2020-marketing?p=8954&utm_campaign=Banner&utm_content=c)
- 17 Los datos que ofrecemos fueron revisados y sintetizados de: los diarios *ABC* y *El País* ambos de España; agencia de noticias *Europa Press*; Tendencias Digitales, del portal Mundo Digital; revista *Forbes* en español; del portal Digitalhouse.com; DataReportal; *BBC Mundo*; Internet World Stats; GlobalWebIndex y Statista.com.
- 18 CARRIÓN, Jorge (2020): “La biología está acelerando la digitalización del mundo”. En: el portal del *The New York Times* del 29 de marzo de 20220. Disponible en: <https://www.nytimes.com/es/2020/03/29/espanol/opinion/coronavirus-revolucion-digital.html>
- 19 ORTIZ, Renato (1998): Otro territorio. *Ensayos sobre el mundo contemporáneo*. Colombia: TM Editores y el Convenio Andrés Bello. P.132.
- 20 Citado por LIPOVETSKY, Gilles y SERROY, Jean (2010): *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada...* Op. cit. P.47.
- 21 BARBERO, Jesús Martín (2001): “Reconfiguraciones comunicativas de lo público”. En: revista *ANÁLISI Cuadernos de comunicación y cultura*, N°26. España: editado por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). P. 79.
- 22 MAYZVALLENILLA, Ernesto (1998): *Invitación al pensar del siglo XXI*. Venezuela: Monte Ávila Editores Latinoamericana. Pp. 290-291.
- 23 Referencia tomada de la revista digital *Aurora. Voces jesuitas sobre la pandemia*, N° 8, segunda quincena de agosto, 2020. Editada por la Conferencia de Provinciales América Latina y el Caribe (CPAL). La revista toma los datos de DUARTE, Fernando (2020): “Los países en los que la gente pasa más tiempo en las redes sociales (y los líderes en América Latina)”. En *BBC Mundo*. Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-49634612>
- 24 Recomendamos ampliamente la lectura del ensayo de GONZALEZ QUIROS, José Luis (1998): “Anatomía de una fascinación”. En: *REVISTA DE OCCIDENTE*, N° 206, junio de 1998. España: Fundación Ortega y Gasset. De allí hemos tomado esa oración de cierre del párrafo.
- 25 GARCÍA CANCLINI, Néstor (2019): *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*. Argentina: editado digitalmente por el Centro María Sibylla Merian de Estudios Latinoamericanos Avanzados en Humanidades y Ciencias Sociales (CALAS). P. 81. Se puede descargar gratuitamente en la siguiente dirección digital: <http://www.editorial.ucr.ac.cr/ciencias-sociales/item/2535-ciudadanos-reemplazados-por-algoritmos.html>
- 26 CARBONELL, José María (2012): *El futuro de la comunicación. Redes, medios y poder*. España: Editorial VOC. P. 64.
- 27 MATTELART, Armand (2002): *Historia de la sociedad de la información*. España: editorial Paidós. Colección Paidós Comunicación 132. Pp.168-169.
- 28 GARCÍA CANCLINI, Néstor (2019): *Ciudadanos reemplazados por algoritmos...* Op.cit. P.11.
- 29 Ver nuevamente la recomendación de lectura del ensayo de GONZALEZ QUIROS, José Luis (1998): “Anatomía de una fascinación”. En: *REVISTA DE OCCIDENTE...* Op.cit.
- 30 BARBERO, Jesús Martín (2001): “Reconfiguraciones comunicativas de lo público”... Op. cit. P. 88.