



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

---

---

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN

“DEL HOMO-VIDENS AL GRAN HERMANO’ EL USO DE LAS NUEVAS  
TECNOLOGÍAS MODIFICA LA CAPACIDAD INTELECTUAL DEL SER  
HUMANO E INCITA EL CONTROL DE MASAS”.

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

L I C E N C I A D O E N C O M U N I C A C I Ó N Y P E R I O D I S M O

P R E S E N T A:

Eduardo Cervantes Loeza

ASESOR

MTRA. FRANCISCA CRUZ CAMARGO



Ciudad Nezahualcóyotl, Estado de México, noviembre de 2020



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# **CONTENIDO**

## **INTRODUCCIÓN**

### **Justificación**

### **Objetivos**

#### 1.- El homo – videns

1.1.- La educación por medio de la televisión

1.2.- La imagen

1.3.- El Internet y la cibernavegación

1.4.- La formación del individuo

#### 2.- 1984

2.1.- Neolengua

2.2.- El Gran hermano

2.3.- Orwell y la visión sobre la sociedad

#### 3.- La escuela

3.1.- La teorías cognitivas y las formas de control de masas

3.2.- La educación y los medios del futuro

3.3.- Educación on-demand

#### 4. La televisión y otras pantallas

4.1.-Panorama actual de la televisión y otras pantallas

4.2.- Impacto en la sociedad de la televisión y otras pantallas

4.3.- Política televisiva y de otras pantallas

4.4.- El negocio de la televisión y otras pantallas

#### 5.- La internet

5.1.-Panorama actual

5.2.- Impacto en la sociedad

5.3.- Política en Internet

5.4.- Los gigantes del Internet

5.5.- Regulación de la red

5.6.- Redes sociales

5.7.- Peligros del Internet

6.- El futuro en manos de los medios

6.1.- Las generaciones de hoy

6.1.1. Generación silenciosa

6.1.1.- Baby Boomers

6.1.2.- Generación x

6.1.3.- Millenials

6.1.4.- Generación Z o Centennials

6.1.5.- Generación Alpha

6.2. Un futuro prometedor

Conclusiones.

## INTRODUCCIÓN

En 1930 dan inicio las transmisiones de uno de los mayores inventos del ser humano: el televisor. Muestra al mundo una manera distinta de comunicar, entretener, comerciar y hasta pensar; pasamos de escuchar e imaginar a mirar y creer. Sesenta y siete años después Giovanni Sartori publica *Homo videns. La sociedad teledirigida*, tesis que expone cómo un medio de comunicación ha ido deteriorando a la sociedad reduciendo las capacidades cognitivas del humano actual al anteponer la imagen sobre la palabra. Muestra cómo el medio controlado por las élites ha sido manipulado de una forma determinante para el desarrollo de cada individuo u *homo videns* como lo marca en su libro; estableciendo un nuevo lenguaje y por medio de este la manera de actuar y entender el mundo.

Al reproducir una imagen se determina y delimita el valor del objeto visto, mientras que al escuchar o leer la “palabra” como símbolo, genera mayor capacidad de abstracción de lo que se lee o escucha.

Distante en época George Orwell en su novela más famosa *1984* muestra una sociedad totalmente , donde uno de los métodos de control ejercidos es la reducción del lenguaje con la Neolengua, una lengua instaurada por el Partido en el poder cuya principal característica es la combinación de palabras y la simplificación de conceptos, dando al individuo menor capacidad de comprender el lenguaje y la reproducción del mismo.

Actualmente somos 7,550 millones de habitantes en todo el mundo (Naciones Unidas, 2017). En 2016, en Latinoamérica al menos 1 de cada 10 consumidores millennials, de entre 20 y 30 años, cancelaron la suscripción a TV de paga para contratar servicios on demand como Netflix (Colombia Digital, 2016). Por otro lado, en México, hay 72.7 millones de internautas. De ellos, 49% ven televisión tradicional, arriba del 43% que lee libros y 41% que escucha radio, en combinación con un 18% promedio que prefiere realizar dichas actividades en ambos, tradicional y por Internet, en contraste con un 17 a 13% que prefiere sólo Internet. (IAB México, 2018). A diferencia de los otros medios que

se encuentran en un posible estancamiento el Internet está en un punto clave para su desarrollo ya que día a día se suman más usuarios a este invento que en relación a la televisión se queda corto, pero con un futuro bastante alentador. Este desarrollo ha tenido repercusión en los demás medios. Con la migración a la red se puede tener acceso a los demás medios de comunicación, es así como la industria editorial comienza a decaer como medio; la facilidad para compartir documentos y la portabilidad de los mismos en un solo aparato permite al usuario alejarse de los libros, la prensa y las revistas como hoy las conocemos; la televisión ha comenzado a migrar la transmisión de su señal a una señal digital y las redes sociales del género musical han desplazado a la radio.

Hoy por hoy la Internet no ha alcanzado su máximo esplendor, sin embargo, el impacto en la población es avasallante volviéndose un medio de interacción, difusión, entretenimiento e incluso logra ser una tendencia de lo que está de moda, del cual se es dependiente.

Al contemplar el inminente progreso de las nuevas tecnologías y compararlo con la obra de Orwell, a sesenta y cuatro años de ser publicada nos deja ver que ese régimen totalitario, inquebrantable y perfecto cada día se está volviendo una realidad. Y aunque en el libro *1984* no se considera la aparición de la Internet y Sartori solo hace una pequeña referencia en este tema, hoy vemos que esta herramienta se ha vuelto sumamente indispensable para la interacción humana, permitiendo monitorear casi cada una de sus actividades con la ayuda de un dispositivo móvil.

Es evidente el desarrollo exponencial en las nuevas tecnologías. El negocio de la tecnología derivado de la demanda por parte del consumidor perjudica de una manera negativa en la sociedad; los impactos generados en la población por parte de los medios de comunicación enajenan a los mismos y, la poca capacidad del espectador de comprender el contenido para un fin benéfico es minúscula.

Día a día se generan cambios que se producen por el uso de la tecnología y nos obligan a adaptarnos. La televisión está sufriendo una evolución al adaptarse al Internet, siendo

un medio que integra lo demás medios (tv, periódicos, radio, revistas, etc). Ahora contamos con andadores especiales para quien camina usando un teléfono celular, aplicaciones que monitorean el ritmo cardiaco al correr y así podríamos continuar con una lista interminable de usos que le damos a estas herramientas, si bien debemos utilizar estos inventos para simplificar las tareas diarias, hemos caído en un uso inmoderado y dependiente de estos aparatos. Ahora son ellos quienes nos educan desde pequeños, nos dictan los límites y hasta nos juzgan dependiendo del nivel de interacción con el medio.

Vivimos en un mundo donde la individualidad se está desvaneciendo y aunque las nuevas tecnologías también favorecen el intercambio de conocimiento, la sociedad no ha sido capaz de encaminar su atención a cuestiones que exalten su saber. Conocemos más de la telenovela del momento que de nuestra propia cultura, la opinión pública se ve manipulada por falsos líderes de opinión que muestran estadísticas inciertas que fortalecen argumentos, en ocasiones, incoherentes.

Hoy los medios pueden hacer a alguien presidente o todo lo contrario, pueden destruir la imagen de una persona; hemos llegado a una corrosión de los medios de comunicación a tal grado que ellos pueden dictaminar qué está bien o qué está mal, ejerciendo un control casi total sobre cada persona.

Cada vez vemos más gente difundiendo actividades por medio de una cámara en el teléfono celular, más gente interactuando en redes sociales sobre algún tema banal, miles de usuarios exponiendo sus hábitos personales y hasta los lugares que frecuentan.

Quizá esto parezca más fatalista de lo que en verdad es, pero esta información que generamos con los medios virtuales entorpecen nuestra formación como individuos y dan más herramientas de control sobre nosotros; con las nuevas tecnologías nos ubican geográficamente, en el caso de algunos países hasta pueden saber qué estás hablando, con quién lo haces y lo que harás mañana de acuerdo a las conversaciones telefónicas

o interacciones en Internet. El contenido que vemos puede repercutir en la vida diaria de formas inimaginables.

La Academia Americana de Pediatría y la Sociedad Canadiense de Pediatría han declarado que los niños de 0 a 2 años de edad no deberían tener ningún tipo de exposición a la tecnología. En el caso de niños de 3 a 5 años su uso debería restringirse a sólo una hora diaria, y en los niños de 6 a 18 años debería limitarse a 2 horas por día. Los niños y jóvenes usan tecnología de 4 a 5 veces más que la cantidad recomendada, con consecuencias graves que a menudo pueden llegar a poner en peligro sus vidas. Los dispositivos portátiles (como los teléfonos celulares, los tablets, y los videojuegos) han aumentado dramáticamente el acceso y el uso de la tecnología, especialmente en los niños de muy temprana edad. (Rowan, C., 2014)

Hoy en día un niño en periodo escolar pasa en promedio entre 3 y 5 horas frente al televisor y en jornadas no escolares este intervalo se eleva de 7 a 9 horas diarias delante de la pantalla, algo común en la mayoría de las familias y permisible en todas ellas ya que la mayoría de las veces la televisión funciona como niñera mientras los padres realizan sus tareas diarias.

La transición a la televisión digital y la aparición de multitud de canales con contenidos infantiles aparentemente seguros ha aumentado la tendencia de los padres a dejar solos a sus hijos delante de la televisión.

Ahora el problema es aún más grande ya que no solo se debe encontrar una mejor manera de educar y entretener a los niños, con la aparición de la Internet esto va más allá: los niños o jóvenes ya no solo pasan gran parte del día viendo televisión, sino que al mismo tiempo interactúan en alguna red social, mandan mensajes de texto por su celular y hasta escuchan música con algún reproductor; si, estamos creando gente multitareas pero incapaz de poner suficiente atención en cada una de ellas.

Según la Universidad de Bristol en Reino Unido en un estudio titulado “10 razones por las que los dispositivos portátiles deberían estar prohibidos para niños menores de 12” la sobreexposición a estos dos aparatos y sus aplicaciones como los videojuegos o redes sociales es un factor determinante en el aumento de las tasas de depresión infantil, ansiedad, trastorno de vinculación, déficit atencional, autismo, trastorno bipolar, psicosis y el comportamiento problemático .

Al comparar a Giovanni Sartori y George Orwell con la actualidad se pretende exhibir cómo estos cambios tecnológicos han ido mermando las capacidades cognitivas del ser humano, como lo afirmaba Sartori, y pronosticar cómo el Gran Hermano, a más de sesenta años de ser publicado, está tomando forma con una realidad similar a la novela *1984* pero con Internet como una herramienta más de control.

## **CAPÍTULO 1: EL HOMO VIDENS**

La tesis de fondo de Giovanni Sartori (1998) en *Homo videns* es que el video convierte al *homo sapiens* (palabra) en *homo videns* (imagen), por lo cual la imagen le ha quitado su trono a la palabra. Para él es importante que entendamos cómo el tele-ver está modificando la naturaleza del hombre. El mundo en el que vivimos, deja a los niños ser educados delante del televisor antes de que sepan leer y escribir. Al permitir que influya la imagen nos lleva a “ver sin entender”.

La televisión, a diferencia de la radio, destruye más el entendimiento y el saber que el que transmite. (Sartori, 1998) ¿Qué podría sucederle a los video-niños? ¿Qué podría sucederle a la educación, a la política y a los medios que están ayudando a crear esta manera de pensar que menciona Sartori?

El punto central de su discurso es “el hecho de que la televisión modifica radicalmente y empobrece el aparato cognoscitivo del *homo sapiens*” (Sartori, 1998, p. 19) e incluso desafía a sus críticos: “la cuestión es si mi tesis es errónea...¿es verdadero o falso que el hombre vídeo-formado se ha convertido en alguien incapaz de comprender abstracciones, entender conceptos?” (p. 19) Para su edición en 1999, dos años después de su publicación original, dice estar “más convencido que nunca de que nos encontramos en un momento de mutación genética.” (p. 23)

Para demostrar que la televisión modifica el aparato cognoscitivo del *homo sapiens*, Sartori habla de la educación, la imagen, la Internet y la política. Como base para la elaboración de esta tesis, se toman los conceptos: la educación por medio de la televisión, la imagen y la formación del individuo.

### **1.1.- La educación por medio de la televisión**

Para Giovanni Sartori, la televisión inicia un cambio: informarse *viendo*. Modifica la naturaleza de la comunicación al trasladarla de la palabra impresa en periódicos o

transmitida por la radio al de la imagen. Pasamos de la palabra como símbolo, que entendemos sólo si conocemos la lengua a la que pertenece, a la imagen como representación visual que se ve y sólo requiere que la persona sea vidente. “La imagen no se ve en chino, árabe o inglés, como ya he dicho, se ve y es suficiente.” (Satori, 2015, pag. 41)

La televisión también cambia la relación entre entender y ver. Los acontecimientos se relatan por escrito y con la TV ahora se muestran, así la explicación de dichos acontecimientos está sólo en función de las imágenes que se ven en pantalla.

La televisión no sólo es un instrumento de comunicación, es un objeto que comunica y educa. Es una *paideia*, un proceso de formación del adolescente, “un *médium* que genera un nuevo *ánthropos*, un nuevo tipo de ser humano.” (pág. 42) porque los “niños ven la televisión durante horas y horas, antes de aprender a leer y escribir” (pág. 42) esta es su primera escuela, “la escuela divertida que precede a la escuela aburrida” (pág. 43). Y el problema central es que el niño, a los tres años, es una esponja sin capacidad de discriminar lo que ve. El video-niño, formado en la imagen, es un adulto que no lee, ablandado por la televisión y sordo a los estímulos “de la lectura y del saber transmitidos por la cultura escrita.” (Sartori, 1998, pág. 44) Los estímulos en su adultez son casi todos audiovisuales.

Para Sartori, el problema central es que el niño, a los tres años, es una esponja sin capacidad de discriminar lo que ve, y formado en la imagen, es un hombre adulto que no lee y, la mayoría de las veces, está ablandado por la televisión. El video-niño, quien ha crecido viendo la televisión, al ser adulto es “un adulto sordo de por vida a los estímulos de la lectura y del saber transmitidos por la cultura escrita. Los estímulos ante los cuales responde cuando es adulto son casi exclusivamente audiovisuales” (Sartori, 1998, pág. 44). Se estaría influyendo en el desarrollo del niño, quién ha crecido viendo la televisión y recibe imágenes que lo centran en el hecho de ver, donde no sólo entran en juego sus características personales, sino el ambiente y los estímulos sociales y afectivos que recibe. (Garrido, Rodríguez, Rodríguez, & Sánchez, 2008)

De acuerdo a Garrido et al. (2008), en las distintas etapas de desarrollo de un niño sano, específicamente en el desarrollo de la comunicación y el lenguaje:

- Al año o año y medio, al niño le gusta mirar cuentos con imágenes, repite sonidos que hacen otros y obedece órdenes acompañadas de gestos. Entre los 18 y 24 meses, en la relación con el entorno físico y social repite acciones reales con juguetes como comidita, coches, etc. En cuanto al lenguaje y comunicación, comienza a juntar palabras aisladas para construir sus primeras frases.
- De los 2 a los 3 años, en su comunicación ya usa el “no” de forma oral no sólo como gesto. También, sus frases tienen sustantivo y verbo (“mamá ven”), ya presta atención por un tiempo a música o cuentos cortos, incluso entona canciones conocidas. Identifica conceptos espaciales como: aquí-dentro-encima-debajo-lejos y temporales (de día-de noche).

Con su entorno, muestra afecto a niños más pequeños y animales, conoce normas y hábitos de comportamiento del grupo al que pertenece, puede contribuir a poner orden en sus cosas cuando se le da la indicación, comienza a diferenciar olores y sabores e identifica los lugares que visita con frecuencia (casa, parque, súper, etc.). Tiene la capacidad de comunicarse con gestos y mímica además del lenguaje oral. Habla de sí mismo en primera persona usando “yo” “mi” “me” y ya puede contar lo que quiere, lo que le pasa, lo que hace, etcétera.

- A los 3 años el niño muestra autonomía y es capaz de relacionarse con otros niños. Es la edad en la que quiere todo para él y acapara a sus padres. Es una etapa crucial del lenguaje donde podrá expresarse mucho más. Inicia el juego simbólico “como si la caja fuera un carro” e imita las acciones del adulto.

El problema no es tanto, como lo veía Sartori, que el niño a los tres años es una esponja sin capacidad de discriminar sino que inicia el juego simbólico, conoce normas y hábitos

de comportamiento del grupo al que pertenece e imita las acciones del adulto. Lo que suceda en su hogar es lo que dará la pauta para su aprendizaje posterior. Depende de su entorno y la atención que los adultos le brinden. El biólogo chileno Humberto Maturana, tiene razón al decir que el futuro de la humanidad son los mayores, no los niños, pues “los niños, niñas y jóvenes se van a transformar con nosotros, con los mayores, con los que conviven, según sea esa convivencia” (Jara, 2017).

Por ejemplo, el pediatra alemán Peter Winterstein, hizo un estudio a casi dos mil niños de entre 5 y 6 años, todos de escuelas públicas, para valorar los efectos del tiempo de exposición a la televisión en su capacidad intelectual. Les pidió que dibujaran una figura humana. Analizaron los resultados en función del tiempo que veían la televisión. (Divulgación Dinámica, 2018).

**Dibujos realizados por niños que pasan menos de 1 hora al día viendo el televisor:**



Dessins enfants TV moins de 60 minutes par jour © Peter Winterstein : Macht Fernseh dumm?

**Dibujos realizados por niños que pasan más de 3 horas al día viendo el televisor:**



Dessins enfants TV plus de 3 h par jour © Peter Winterstein : Macht Fernseh dumm?

Figura 1: resultados del estudio del pediatra alemán Peter Winterstein a niños entre 5 y 6 años. Por Divulgación Dinámica (2018).

La capacidad para dibujar refleja las habilidades intelectuales del niño, los efectos de la exposición a la televisión a temprana edad son evidentes.

## 1.2.- La imagen

El saber y entendimiento que tiene el ser humano (*homo sapiens*) es por su capacidad de abstracción. De eso se desprende el hecho de que las palabras que articula sean símbolos que evocan representaciones y generan figuras e imágenes de cosas que ha visto. Esto sólo sucede con palabras que se refieren a cosas concretas como gato, mesa, carne, etc. Sin embargo, casi todo nuestro vocabulario está constituido por palabras abstractas “que no tienen ningún correlato en cosas visibles, y cuyo significado no se puede trasladar ni traducir en imágenes.” (Sartori, 1998, p. 51) Por ejemplo, no podemos ver abstracciones como soberanía, democracia, justicia, libertad, etcétera.

Para Sartori, el pensamiento conceptual es en el que se fundamenta nuestra realidad política, social y económica. Este lenguaje abstracto es el que diferencia a los primitivos, quienes tienen palabras concretas, de los pueblos avanzados, que tienen un lenguaje abstracto que les permite el conocimiento analítico-científico.

La televisión atrofia la capacidad de abstracción y con ella toda la capacidad del ser humano de entender, porque lo regresa al simple acto de ver, “produce imágenes y anula los conceptos” (p. 53). La imagen muestra pero no explica ni nos lleva a comprender. En la imagen, el lenguaje conceptual y abstracto es sustituido por el lenguaje perceptivo o concreto, “que es infinitamente más pobre: más pobre no sólo en cuanto a la palabra (el número de palabras), sino sobre todo en cuanto a la riqueza de significado, es decir, de capacidad connotativa” (p. 54).

Este empobrecimiento se halla en la atrofia de la imaginación, como lo indica Antonio Sánchez Millán en *Prometeo desencadenado: Una crítica constructiva de la razón tecnológica*, pues al tener algo frente a mí no necesito imaginarlo. Al no entrenar ni usar la imaginación, se es incapaz de imaginar. “El uso y abuso de la imagen no estimula la

imaginación. Es un determinado nivel de carencia lo que produce estimulación. La abundancia provoca saturación, desinterés y atrofia” (Sánchez Millán, 2012).

La capacidad de abstracción se desarrolla con la práctica en actividades donde se dé un significado diferente a un objeto, está relacionada con acciones donde haya que imaginar, jugar o crear. Por ejemplo: dibujar, escuchar cuentos, jugar a “como si”. Sin embargo, si al pintar se sigue un modelo o se lee un cuento con dibujos, no se está desarrollando esta habilidad. “No es un trabajo que podamos hacer desde el exterior de la persona. Es un proceso mental que cada sujeto tiene que construir por sí mismo.” (Capacidad de abstracción, 2012). La labor es mental y es una aptitud básica que influye en que si no se atiende “te encuentres con niños que, acabando la primaria (12 años) no saben (porque no pueden) resolver problemas matemáticos sencillos. Niños, que después de nueve años trabajado sin parar los problemas matemáticos, no pueden imaginarse un cesto con seis manzanas y a un niño comiéndose dos.” (Capacidad de abstracción, 2012)

Sí; la imagen muestra, pero no explica ni nos lleva a razonar, porque su comprensión requiere un trabajo de reflexión por parte de quien la mira. Entender la imagen significa tener la capacidad de relacionar los elementos que la conforman. Tiene un nivel denotativo, lo que se ve y puedes describir; y otro connotativo donde “el mensaje connotado contiene un plano de expresión y un plano de contenido, significantes y significados: obliga pues a un verdadero desciframiento.” (Barthes, 2002, p. 15-16)

### **1.3. Internet y la cibernavegación**

La llegada de Internet trajo la pregunta de si su aparición haría obsoleta a la televisión. La diferencia entre ambos medios: la televisión tiene un solo uso y un espectador pasivo que recibe imágenes. El Internet es interactivo, tiene usuarios activos y múltiples usos.

Para Sartori la televisión queda superada como máquina por la computadora, porque esta última es una máquina con la que pensamos, que modifica nuestra manera de

pensar, sin embargo, así como la radio no desapareció con la llegada de la televisión, tampoco supone que Internet anulará a la televisión.

Internet es una red multitarea: transmite imágenes y texto escrito, abre el diálogo entre sus usuarios y fomenta la interacción, además, permite profundizar en curiosidad cualquiera. Sartori le encuentra tres usos: una utilización estrictamente práctica, otra para el entretenimiento y una última educativo-cultural. En el futuro todos los usuarios serían <<cibernautas prácticos>>, y la duda le queda para los dos usos restantes.

Plantea otra diferencia clave: la televisión no proporciona productos diferenciados porque ofrece productos de masa que necesita que lleguen a un público numeroso. Por el contrario, Internet ofrece personalización, productos a la medida de diferentes intereses. Sin embargo, ya veía la fragmentación de la tele en diferentes canales a audiencias concretas. Con esto empezaría una competencia con los nichos creados por Internet.

Opina que los perezosos que prefieren mirar serán atraídos por la televisión, mientras que Internet ganará entre los activos que quieren dialogar y buscar. La única pregunta que hace es: ¿Internet producirá o no un crecimiento cultural? ¿Cuántos lo usarán como instrumento de conocimiento? El único obstáculo que ve Sartori es que el niño de tres o cuatro años se inicia en la televisión, “por tanto, cuando llega a Internet su interés cognoscitivo no está sensibilizado para la abstracción” (Sartori, 1998, p. 61) lo que lleva que el saber almacenado en la red permanezca inutilizado mucho tiempo.

Es importante recordar que la función simbólica en el niño surge a los dos años, y es la que le da la capacidad de representar las cosas mentalmente y evocarlas sin que estén presentes. Con esta capacidad el niño comienza a referirse a realidades más abstractas. Los símbolos o significantes serán clave en el desarrollo posterior del niño para acceder a emociones, realidades abstractas, al lenguaje y a convertir lo implícito en explícito. (Didáctica de la comunicación, 2014). La capacidad de abstracción está relacionada con lo que hace únicos a los seres humanos: la capacidad de pensar y comunicarnos

mediante las palabras y otros símbolos. Y un símbolo no puede existir ni entenderse de manera aislada, depende de referencias y convenidos sociales. (Jablonka & Lamb, 2005)

Para él, el Internet tiene “un porvenir revolucionario. Como instrumento cultural, de crecimiento de nuestra cultura, preveo que tiene un futuro modesto.” (p. 62) Y sin embargo, también sus posibilidades son infinitas para bien y para mal. Positivas si se usa para adquirir información y conocimiento movido por el deseo de saber. El riesgo de perder el sentido de la realidad, los límites entre lo que es verdad y lo que es falso, donde todo puede ser manipulado y falseado. “*Por tanto, continúa siendo verdad que hacia finales del siglo xx, el homo sapiens ha entrado en crisis, una crisis de pérdida de conocimiento y de capacidad de saber*”, dice Sartori (p. 67).

Un ejemplo de todo esto y de cómo el uso de las nuevas tecnologías limita las capacidades cognitivas y reduce las capacidades intelectuales del ser humano, es que ahora se deja influenciar por los medios a través de la formación de la opinión pública de la que habla Sartori.

La televisión, después de haber educado a los niños continúa formando a los adultos con *información*. Informa de noticias y acontecimientos cercanos o lejanos; noticias de deportes, de amores o catástrofes. Sin embargo, las noticias de mayor relevancia son las de información política.

“Saber de política es importante aunque a muchos no les importe, porque la política condiciona toda nuestra vida y nuestra convivencia.” (Sartori, 1988, p. 71). Sartori acuña el término video-política para referirse a la incidencia del video en los procesos políticos, transformando de manera radical la manera de <<ser políticos>> y <<gestionar la política>>. Además, la video-política está al servicio tanto de la democracia como de la dictadura. Sin embargo, el autor sólo se centra en los sistemas liberal-democráticos que se basan en elecciones libres.

La democracia definida como gobierno de opinión, cuadra perfecto en la aparición de la video-política. El pueblo opina en función de lo que la televisión le induce a opinar. “Y en el hecho de conducir la opinión, el poder de la imagen se coloca en el centro de todos los procesos de la política contemporánea”. (p. 72) Además, la televisión puede condicionar muchas cosas: la elección de los candidatos o las decisiones del gobierno, lo que puede o no hacer, incluso decidir lo que va a hacer.

La opinión pública “es el conjunto de opiniones que se encuentra *en* el público o *en* los públicos. Pero la noción de opinión pública denomina sobre todo opiniones generalizadas *del* público...” (p. 75) Y es pública también porque implica la *res publica*: los intereses generales, el bien común, los problemas colectivos. Como opinión es un parecer subjetivo que no necesita pruebas, es lo opuesto a la verdad objetiva. Con esto se desarma “la objeción de que la democracia es imposible porque el pueblo <<no sabe>>” (p. 76) porque la democracia no es un gobierno del saber sino un gobierno de la opinión. “Lo que equivale a decir que a la democracia representativa le es suficiente, para existir y funcionar, con el hecho de que el público tenga opiniones *suyas*, nada más, pero, atención, nada menos” (p. 76).

La opinión pública necesita flujo de información sobre las cosas públicas. Cuanto más se abra la información del poder político o de instrumentos de información de masas, más se pone en riesgo la opinión del público “de convertirse en <<hetero-dirigida>>, como decía Riesman” (p. 77). Cuando la opinión pública se difundía en periódicos, había un equilibrio entre la opinión autónoma y la hetero-dirigida porque existía la prensa libre y múltiple, que daba espacio a muchas voces. La radio no alteró esto pero, el problema surgió con la televisión “en la medida en que el acto de ver suplantó al acto de discurrir” (p. 77), destrona a los líderes intermedios de opinión y quita a las <<autoridades cognitivas>> “que establecen de forma diferente, para cada uno de nosotros, en quién debemos creer, quién es digno de crédito y quién no lo es. Con la televisión, la autoridad es la visión...” (p. 78).

Decir que la democracia sólo necesita de la opinión pública para funcionar no es del todo cierto ya que la opinión no es *del* pueblo. La videocracia está fabricando opiniones hetero-dirigidas que vacían la democracia como gobierno de opinión. Con los sondeos de opinión, la televisión no refleja los cambios que están sucediendo en la sociedad y en su cultura. “En realidad, la televisión refleja los cambios que promueve e inspira a largo plazo.” (p. 79)

El gobierno por sondeo construye las voces públicas por sondeos, indicando en porcentajes <<lo que piensa la gente>>. Sin embargo, sólo son respuestas que se dan a preguntas que formula el entrevistador y las respuestas varían ampliamente por cómo estén formuladas. Y quien responde da una respuesta improvisada que no necesariamente representa lo que piensa la gente.

Las opiniones que recogen los sondeos tienen tres características para Sartori: a) débil al no expresar opiniones intensas, sentidas profundamente; b) volátil porque cambia en pocos días e c) inventada en el momento para quedar bien ante los demás y no decir “no sé”. Es raro que se recojan opiniones profundas, y aun teniendo una opinión firme, ésta no influirá en la decisión de voto que hagamos. Y hay otro problema: la facilidad para manipular los sondeos. De acuerdo a Sartori, si preguntas si se debe permitir el aborto o si se debe proteger la vida, puede cambiar la respuesta del 20% de los encuestados. “De este modo se deduce, pues, quien se deja influenciar o asustar por los sondeos, el *sondeo dirigido*, a menudo se deja engañar en la falsedad y por la falsedad.” (p. 84) Dependiendo de sondeos es nocivo porque no revela la voz del pueblo, sólo expresa el poder de los medios de comunicación sobre la audiencia, el pueblo, porque se basan en opiniones desinformadas.

Al informar se dan noticias. Puedes estar informado de acontecimientos o de saberes, sólo que “la información no lleva a comprender las cosas.” (p. 87) La televisión informa mal en las cuestiones de relevancia pública cayendo en la subinformación o desinformación. La *subinformación* es información insuficiente que empobrece la nota, o el hecho de no informar al eliminar el noventa por ciento de las noticias existentes. La

*desinformación* es una distorsión de la información, dar noticias falsas, informar mal. La capacidad de abstracción y de pensar en la que tanto hincapié hace Sartori, es esencial para no caer en las *fake news* o la desinformación que utilizan los medios y los políticos. Mejorar la capacidad de pensar de los ciudadanos, implica “mejorar su lenguaje y su capacidad discursiva. La comprensión de significados se potencia a través de la adquisición de la habilidad de la lectura, la expresión del significado se desarrolla mediante la adquisición de la habilidad de la escritura” (González, 2003).

De acuerdo a Sartori, la información de masas se desarrolla con la radio porque el periódico elimina al que no sabe leer. La radio incluye a quien no sabe leer ni escribir. Al hablar a los que no leen requiere simplificar y ser breve. Si bien la radio complementa al periódico, no pasa lo mismo con la televisión. Llega a más personas, pero informa menos. “Además, con la televisión cambia radicalmente el criterio de selección de las informaciones o entre las informaciones. La información que cuenta es la que se puede filmar mejor...” (p. 89). Por eso, hablar con imágenes representa un problema porque necesitas estar en el lugar de los hechos. Este problema se lo creó al imponerse la misión de mostrar las cosas de las que habla. “Y este descubrimiento señala el inicio de la degeneración de la televisión...en el sentido de que limita la televisión *a lo cercano...*” (p. 90). Anula la distancia y muestra la parte del mundo que le interesa mostrar, así, “promueve una mente <<empequeñecida>> (aldeanizada) o una mente <<engrandecida>> (globalizada)” (p. 129). Esa obligación de mostrar crea la de mostrarse: un *pseudo-acontecimiento* prefabricado para la televisión y por la televisión (p. 92).

De acuerdo a lo que dice Sartori, las personas que leían los periódicos, de cultura escrita, leían quince acontecimientos por columna. En los noticieros televisivos esto se reduce a la mitad. Lo visible nos deja en que lo que no vemos no existe.

“La necesidad de los públicos educados por la televisión queda bien ejemplificada por el caso de Estados Unidos, donde la transmisión de la caída del muro de Berlín

en 1989... fue un fracaso televisivo. El índice de audiencia del acontecimiento mientras se ofrecía en directo por la cadena ABC, con dos importantes comentaristas, fue el más bajo entre todos los programas de esa franja horaria. Y la audiencia de la caída del muro de Berlín fue ampliamente superada (ese mismo año) por el estudiante chino frente al tanque en la plaza de Tiananmen, en Pekín: un evento de gran valor espectacular pero de escasa relevancia sustancial." (p. 93-94)

Esto lleva a decir a las televisoras que es una cuestión de preferencias de la audiencia, una responsabilidad de los medios es cargada al público. Si no sabes del mundo no te interesas en él. E informarse requiere invertir tiempo y atención, y esto desarrolla un sentido crítico que permite comprender el significado e implicaciones de las noticias o acontecimientos. Como bien lo dice Sartori, si el público no se interesa en la caída del muro de Berlín es porque se ha formado con las cadenas de televisión norteamericanas. Sus preferencias han sido moldeadas a noticias nacionales y sucesos triviales (p. 95). Los intereses del público han cambiado debido a la televisión y esto también se puede ver en el cambio actual en los periódicos.

Además de los sondeos, están las estadísticas falsas por la interpretación que se da a los resultados. Si bien las matemáticas no mienten, la interpretación sí. Y los datos no te indican las causas, el por qué detrás de esos números. Otro factor de distorsión son las entrevistas casuales, donde al entrevistador se le envía a cubrir un acontecimiento y entrevista a los que pasan. Esto está prediseñado y no representa la voz del pueblo.

La desinformación se alimenta de dos distorsiones de una información: la excentricidad, lo exagerado o descabellado de una tesis que hace que más se promocióne y difunda. Por otro, el ataque y la agresividad en donde el periodista televisivo tiene una <<función crítica>> que mantiene bajo sospecha y acusación al poder.

La televisión es un espectáculo que llega con rapidez al lugar de la manifestación, convirtiendo en espectáculo a un problema del mundo real. Y al convertirlo en eso

deforma los problemas y desinforma sobre nuestra realidad. Esto viola el principio de toda convivencia cívica: oír a la otra parte (p. 104). La televisión generalmente lleva a quien ataca, al que se queja, pero la protesta, para que ayude, necesita ser tratada con imparcialidad, darle voz a la parte contraria.

La teoría de Sartori es que informar es comunicar un contenido, pero en la red la información es lo único que circula. “Por tanto, información, desinformación, verdadero, falso, todo es uno y lo mismo. Incluso un rumor, una vez que ha pasado a la red, se convierte en información.” (p. 105)

Por último, la imagen también miente porque, si bien la televisión da la sensación de que lo que muestra es verdad, también puede mentir y falsear la verdad como cualquier otro instrumento de comunicación. “La video-política está a sus anchas en los llamados *talk-shows*... En el debate bien dirigido, al que miente se le contradice enseguida, pero eso sucede porque en los *talk shows* se habla y, por tanto, en este contexto, la imagen pasa a segundo plano.” (p. 107-108) Y lo que cuenta es lo que se dice y cómo se dice. Sólo que en la televisión típica todo está centrado en la imagen y puede engañar con facilidad, *descontextualiza*. Sartori pone como ejemplo que ver la imagen de un coronel sur vietnamita ser disparado en la sien no te muestra que todos los soldados americanos, niños y mujeres que hay a su alrededor. La imagen era verdad, pero el mensaje era engañoso. Muestra a un hombre asesinado ¿quién lo mató? La respuesta la da el periodista que sostiene el micrófono; y al locutor se le indica que mienta o bien quiere mentir. Así, quien depende del video tiene menos sentido crítico que “quien es aún un animal simbólico adiestrado en la utilización de los símbolos abstractos. Al perder la capacidad de abstracción perdemos también la capacidad de distinguir entre lo verdadero y lo falso” (p. 110).

Por ejemplo, la falta de sentido crítico es evidente en la tendencia de las *fake news*, a las cuales se ha respondido con proyectos como *Verificado.mx* para desmentir o confirmar con hechos lo que dicen los políticos o información de interés público. Otro ejemplo, son las *fake news* que usan estrellas porno como estudiantes privilegiados donde el ex jefe

de gobierno de las Ciudad de México, Marcelo Ebrard, cayó. Dio *retweet* a un *tweet* con una imagen de Mia Khalifa. (Stephanía, 2018)



Figura 2: Imagen de Mia Khalifa en texto publicado en Sopitas.com. Por Stepania (2018).

Otro aspecto de relevancia para Sartori respecto a la política vídeo-plasmada es que la televisión también da peso a los falsos testimonios (p. 122), a una fuente incompetente que no es un líder de opinión. Así, futbolistas, actores, mujeres guapas se vuelven la autoridad y dejan fuera a las personas adiestradas para hablar de ciertos asuntos. También favorece “la emotivización de la política, es decir, una política dirigida y reducida a episodios emocionales...contando una infinidad de historias lacrimógenas y sucesos conmovedores.” (p. 123)

En cuanto al modo de gobernar, Sartori comenta que ha permanecido la democracia representativa donde el pueblo elige a quien ha de gobernarlo. Con esto el pueblo no

decide la solución a las cosas ha resolver; sino sólo a quién las decidirá. Para evitar que sean los incompetentes quienes decidan, se requiere no sólo *demo-poder* sino *demo-saber*.

### **1.5.- La formación del individuo**

El desinterés e ignorancia del ciudadano se adjudicaban a la pobreza y el analfabetismo, sin embargo:

“...la reducción de la pobreza y el fuerte incremento de la alfabetización no han mejorado gran cosa la situación.

Se entiende que la educación es importante. Pero también es fácil comprender por qué un crecimiento *general* del nivel de instrucción no comporta por sí mismo un incremento *específico* de ciudadanos informados por cuestiones públicas: lo cual equivale a decir que la educación en general no produce necesariamente efecto de arrastre alguno sobre la educación política. Por el contrario, cada vez más, la educación especializa y nos limita a competencias específicas. Aunque, en hipótesis, tuviéramos una población formada por licenciados, no está claro que por ello habría un incremento relevante de la parte de la población que se interesa y especializa en política.” (p. 133-134)

Si bien el hecho de estar informado en algo no te hace experto en ese algo, y el interés en la política nace de un interés personal, si se pueden crear condiciones para que cada persona pueda “descubrirse y conquistarse, reflexivamente, como sujeto de su propio destino histórico.” (Freire, 2005, p. 11) Lo que requiere cada ciudadano es que “aumente su competencia, conocimiento y entendimiento. Si tomamos esta dirección, entonces el resultado es un *demos potenciado*, capaz de actuar más y mejor que antes.” (Sartori, 1998, p. 135)

Y quizá también tenga razón al decir que la educación es la que está decayendo y se ha deteriorado por la pedagogía en auge. Y por eso, “la televisión empobrece drásticamente la información y la formación del individuo” (p. 136) sin embargo, el video-ver ¿desactiva

nuestra capacidad de abstracción y de comprender los problemas y afrontarlos racionalmente? ¿O es más bien cómo está planteada la televisión y lo que elige ofrecer a su audiencia, una pedagogía televisiva, por decirlo de una manera? ¿Los medios nos están preparando para la realidad que se complejiza a velocidad?

Habrá que cambiar la pedagogía televisiva donde “las mentes se simplifican” (p. 136). Fortalecer un *demos* débil en su capacidad de entender, de tener una opinión autónoma, y de hacer comunidad (Sartori, 1998). Y sobretodo si es el productor televisivo quien produce al consumidor, que brinde información crítica sobre el acontecer del mundo, que mantenga a la audiencia interesada por el mundo (p. 149-150).

## **CAPÍTULO 2: 1984**

George Orwell, seudónimo de Eric Arthur Blair, escribió su novela más famosa, *1984*, en 1949, años después de que durante la Segunda Guerra Mundial fuera miembro de la Home Guard. La novela sitúa su acción en un Estado totalitario. El poder es el valor absoluto y único. Una vez alcanzado lo importante es conservarlo sin importar el precio. La vigilancia del Superestado se ha apoderado de la vida y consciencia de sus súbditos. Todo está controlado por la omnipresencia del Gran Hermano, el gobierno que todo lo ve, todo lo escucha y todo lo dispone.

Al comparar a Giovanni Sartori y George Orwell con la actualidad, se pretende exhibir cómo estos cambios tecnológicos han ido mermando las capacidades cognitivas del ser humano, como lo afirmaba Sartori, y que el Gran Hermano, a más de sesenta años de ser publicado, esté tomando forma con una realidad similar a la novela, pero con una herramienta más de control como lo es la Internet.

Orwell temía que los libros fueran prohibidos, le preocupaba que las clases dominantes privaran de información al resto de la población, y auguraba que la información se manipularía y ocultaría convirtiéndonos en una cultura cautiva. La manera en que el poder controla aquí es con la vigilancia constante, el hambre, el dolor y el miedo.

Lo que plantea la novela de Orwell está tomando forma con el Internet como herramienta de control porque ahora pueden saber qué noticias vemos. Saben dónde estamos, qué consumimos y cómo lo consumimos. Como lo expone esta novela, controlan lo que consumimos a través de distintas herramientas tecnológicas como las cookies, que usan en el *remarketing* para ofrecerte productos y servicios en función de las páginas de Internet que visitas. ¿Cómo nos controlan las clases dominantes, desde el punto de vista de George Orwell en esta novela?

## 2.1.- Neolengua

La Neolengua representa el poder manipulador de la lengua. Orwell creó una nueva lengua con el fin de intensificar la manipulación y opresión de la sociedad de su novela. En ella, la *neolengua* era el idioma oficial de Oceanía, “y fue creada para solucionar las necesidades ideológicas del Ingsoc o Socialismo Inglés.” (Orwell, 2003, p. 293)

El filósofo Syme, experto en neolengua, forma parte del equipo que trabaja la Onceava Edición del Diccionario de neolengua. En una conversación con el personaje Winston, le comenta:

Le estamos dando al idioma su forma final, la forma que tendrá cuando nadie hable más que neolengua. Cuando terminemos... tendréis que empezar a aprenderlo de nuevo. Creerás, seguramente, que nuestro principal trabajo consiste en inventar nuevas palabras. Nada de eso. Lo que hacemos es destruir palabras, centenares de palabras cada día.

(Orwell, 2003, p. 58)

Lo primero que anulan son los verbos y los adjetivos. También sinónimos y antónimos:

En realidad ¿qué justificación tiene el empleo de una palabra sólo porque sea lo contrario de otra? Toda palabra contiene en sí misma su contraria. Por ejemplo, tenemos «bueno». Si tienes una palabra como «bueno», ¿qué necesidad hay de la contraria, «malo»? *Nobueno* sirve exactamente igual, mejor todavía, porque es la palabra exactamente contraria a «bueno» y la otra no. Por otra parte, si quieres un reforzamiento de la palabra «bueno», ¿qué sentido tienen esas confusas e inútiles palabras «excelente», «espléndido» y otras por el estilo? *Plusbueno* basta para decir lo que es mejor que lo simplemente bueno y *dobleplusbueno* sirve perfectamente para acentuar el grado de bondad. (Orwell, 2003, p. 59)

Con la neolengua un concepto podrá expresarse con seis palabras o una sola. Y escribir implica pensar en la lengua en la que se escribe. Así se lo señala Syme a Winston cuando le dice:

Tú no aprecias la neolengua en lo que vale —dijo Syme con tristeza—. Incluso cuando escribes sigues pensando en la antigua lengua. He leído algunas de las cosas que has escrito para el *Times*...En el fondo de tu corazón prefieres el viejo idioma con toda su vaguedad y sus inútiles matices de significado.

¿No ves que la finalidad de la neolengua es limitar el alcance del pensamiento?

(Orwell, 2003, p. 59)

La neolengua, al reducir el lenguaje al uso de una sola palabra, y eliminar todos los significados secundarios provocará que haya menos palabras y “el radio de acción de la conciencia será cada vez más pequeño...sólo es cuestión de autodisciplina, de control de la realidad” (Orwell, 2003, p. 60). En la novela, después del 2050 ningún ser humano podrá entender una conversación con la lengua antigua, excepto la *prole*, a la cual no consideran personas. Toda la literatura será destruida y reescrita en neolengua, “no sólo transformados en algo diferente, sino convertidos en lo contrario de lo que eran” (Orwell, 2003, p. 60) y eso cambia incluso la literatura del Partido, sus *slogans* serán distintos.

¿Cómo vas a tener un *slogan* como el de «la libertad es la esclavitud» cuando el concepto de libertad no exista? Todo el clima del pensamiento será distinto. En realidad, no habrá pensamiento en el sentido en que ahora lo entendemos. La ortodoxia significa no pensar, no necesitar el pensamiento. Nuestra ortodoxia es la inconsciencia.

(Orwell, 2003, p.60)

La intención no sólo era “proveer un medio de expresión a la cosmovisión y hábitos mentales propios de los devotos de Ingsoc, sino imposibilitar otras formas de pensamiento” (Orwell, 2003, p. 293). Con la vieja lengua olvidada, cualquier pensamiento hereje o divergente era impensable, “o por lo menos en tanto que el pensamiento depende de las palabras”. (Orwell, 2003, p. 293). El vocabulario estaba construido de tal

manera que excluía todo los demás sentidos que podría tener una palabra “así como la posibilidad de llegar a otros sentidos” (Orwell, 2003, p. 293) al inventar nuevas palabras y quitar a las demás cualquier significado. Por ejemplo, la palabra *libre* aún existía en neolengua, pero se usaba en frases como “este prado está libre de malas hierbas”. No se podía usar en su sentido antiguo de “políticamente libre”, porque la libertad política e intelectual ya no existían como conceptos, no tenían nombre. Su objetivo era disminuir el área de pensamiento.

Por lo tanto, la neolengua se caracteriza por:

- Supresión de palabras heréticas
- Reducción del vocabulario
- Reducción del número de palabras al mínimo indispensable

La neolengua tiene una gramática particular donde cualquier palabra se puede usar como verbo, nombre, adjetivo o adverbio. Ejemplo: *pensar* fungía como verbo y nombre.

Los adjetivos se forman añadiendo el sufijo *lleno* al nombre-verbo; y los adverbios añadiendo *demodo*. Ejemplo: *rápidolleno* significaba rapidez, y *rapidomodo*, rápidamente.

Se llegaba a cualquier significado adjetival agregando *lleno* a un sustantivo-verbo. No conservó ningún adverbio. Cualquier palabra adquiriría sentido de negación con el prefijo *in* o, fuerza con el sufijo *plus*, o para hacer más énfasis, *dobleplus*. Ejemplo: *infrio* significaba caliente, *plusfrío* y *doblefrío* significaban «muy frío» y «extraordinariamente frío». Se modificaba el significado con preposiciones afijas como *ante*, *post*, *sobre*, *sub*, etc. Y con este método les fue posible disminuir el vocabulario.

El propósito era formar un lenguaje alejado de la consciencia. En la neolengua, su lenguaje empujaba a diferencia de otros lenguajes. “Cada reducción era una ganancia, ya que cuanto menor era el área para escoger, más pequeña era la tentación de pensar.” (Orwell, 2003, p. 302)

Expresar opiniones contrarias no era posible porque les faltaban las palabras necesarias para expresarlas. Se perdía la capacidad de argumentar al tener poco vocabulario. “Y era de esperar que con el paso del tiempo las características que distinguían a la neolengua, se volvieran más y más acusadas: sus palabras irían disminuyendo, sus significados cada vez más restringidos y más remoto el peligro de utilizarlos impropriamente” (Orwell, 2003, p. 304).

La neolengua se dividía en tres clases distintas:

*El vocabulario A:* palabras de uso cotidiano que ya tenemos —como comer, beber, trabajar, perro, azúcar, casa, campo—; pero con un vocabulario muy pequeño, con significado restringido. Las ambigüedades y variaciones de significado fueron anuladas. Expresaba un concepto claramente entendido y preciso. Por esa razón era imposible usarlo para discusiones políticas o filosóficas. Su intención: expresar pensamientos simples, cosas concretas y acciones físicas.

*El vocabulario B:* son palabras construidas con propósito político por lo que también tiene la intención de imponer determinada actitud mental en quien las usa. “Eran una especie de taquigrafía verbal que a menudo englobaban toda una serie de ideas expresadas en unas pocas sílabas, y a la vez con un sentido más exacto y más fuerte que en el lenguaje ordinario” (Orwell, 2003, p. 297). Consistía en juntar dos palabras que fueran fáciles de pronunciar, daba como resultado siempre un verbo-nombre. Y no seguían ninguna etimología. Por ejemplo: *bienpensar* que significa «ortodoxia», y usado como verbo «pensar de modo ortodoxo». Sus conjugaciones serían las siguientes:

Pretérito y participio pasado – *bienpensado*

Participio presente – *bienpensante*

Adjetivo- *bienpensadolleno*

Adverbio- *bienpensadamente*

Nombre verbal- *bienpensado*

Se podía anular cualquier palabra, poner en cualquier orden y modificarse de tal manera que fuera fácil de pronunciar. Por ejemplo: *crimenpensar* (pensamientocrimen) o *pensarpol* (Policía del Pensamiento).

Algunas palabras de este vocabulario eran apenas inteligibles para quien no dominara la lengua. Una frase común sería: «Viejos pensadores incorazonsentir IngSoc». Entender esto en la viejalengua sería:

«Como que se formaron con las ideas de antes de la Revolución, no pueden tener una comprensión emocional de los principios del Socialismo Inglés» Pero esta no es una traducción adecuada. En primer lugar, para lograr captar el significado de la frase arriba mencionada, habría que tener una idea clara de lo que se entiende por Ingsoc. Y además, sólo una persona totalmente educada en el Ingsoc podía apreciar toda la fuerza de la palabra corazonsentir, que implicaba una ciega y entusiasta aceptación difícil de imaginar hoy; de la de *viejopensar*, que estaba inextricablemente mezclada con la idea de maldad y decadencia.

(Orwell, 2003, p. 298)

La función principal era destruir el significado de las palabras. La dificultad para los compiladores del Diccionario era precisar el significado de la palabra que inventaban. Con esto, justicia, moralidad, democracia, ciencia... dejan de existir al ser cubiertas por una sola. Por ejemplo, *crimenpensar* contenía palabras como libertad e igualdad.

Ninguna palabra en el vocabulario B era ideológicamente neutral. Muchos eran eufemismos. Palabras como, por ejemplo, *gozocampo* (campo de trabajos forzados) o *Minipax* (Ministerio de la paz, es decir, Ministerio de la Guerra) significaban exactamente lo opuesto de lo que parecían indicar.

(Orwell, 2003, p. 300)

Los nombres de instituciones, grupos u organizaciones se redujeron sencillamente: *Regdep*, *Ficdep* (departamento de ficción), *Teledep* (departamento de telegrama). De

acuerdo al Apéndice de la novela *1984*, esta tendencia era más utilizada en países totalitarios. Por ejemplo: *Nazi, Gestapo, Comintern, Inprecorr.*

*Vocabulario C:* palabras técnicas y científicas que poco se usaban en las conversaciones cotidianas o políticas. Tampoco existía palabra para designar «Ciencia». Los términos se parecían a los de hoy pero le quitaron los significados indeseables. Cualquier científico conocía la lista de palabras de su especialidad, pero sólo tenía una idea de las palabras de las otras listas.

Por ejemplo el uso de la jerga especializada en una agencia de publicidad que aleja a quienes no conocen su significado. Aísla y provoca que el poder esté en manos de unos pocos: quienes conocen ese lenguaje. Así, si alguien escucha: “*El pitch dejó claro que el target audience se encuentra en disengagement con el mainline debido a que los copies no están online con el branding testeado*”, no entendería que la presentación deja claro que la audiencia se encuentra alejada de la marca debido a los mensajes usados en su publicidad. Usar ese tipo de lenguaje coloca a la agencia de publicidad como experta, sin embargo, el cliente no entendería nada a menos que conozca el lenguaje publicitario, o bien, la agencia use un lenguaje sencillo que incluya las palabras que ese cliente usa a diario. El uso de la jerga de lenguaje es una manera de tener el control y mostrarse superior al otro que la desconoce.

Un ejemplo de cómo el uso de las nuevas tecnologías limita las capacidades cognitivas y reduce las capacidades intelectuales del ser humano mediante la palabra y el lenguaje está en *Twitter*, que en sus inicios ponía un límite de 120 caracteres y, hasta octubre de 2017, aumentó a 240 caracteres esto se puede hacer más evidente en un estudio publicado en 2017, en la *Revista Científica de Educomunicación*, titulado “Uso de Twitter en Educación Superior en España y Estados Unidos” que examina los usos y las percepciones de estudiantes y profesores en relación a *Twitter*.

El estudio se realizó en dos instituciones de educación superior diferentes, una pública en España y otra privada en Estados Unidos, en donde los investigadores sabían que

los alumnos usaban la red social en trabajos de la universidad. Una de las tres preguntas que realizaron fue: ¿Hay diferencias en la forma en que los estudiantes de EE.UU. y España perciben el formato corto de *Twitter* y su impacto en el aprendizaje? Una de las respuestas fue «El formato corto de *Twitter* no me ha permitido expresar mis ideas». “Varios estudiantes de España y EE.UU., en sus documentos de reflexión, comentaron los momentos en que sintieron que Twitter no les había permitido comunicar sus ideas de la manera que ellos preferían.” (Tur, Marín & Carpenter, 2017)

La comprobación de la neolengua que plantea Orwell en su novela es clara en los comentarios que hacen los participantes de dicha investigación cuando expresan:

«demasiado a menudo tuve que editar mis tuits para ser más cortos de lo que había pensado originalmente, lo cual era frustrante, ya que a menudo no podía decir exactamente lo que quería debido al límite de palabras». Y un estudiante español explica, «soy demasiado introspectivo para hacer contribuciones rápidas como [twitter] necesita; pienso demasiado en las cosas antes de hacerlas. para escribir un tuit tengo que creer que lo que escribo o retuiteo es lo suficientemente interesante. esto significa leer bien lo que vas a escribir, verificar la fiabilidad de lo que dices y la fuente que usas, y buscar las ideas que ofrecen diferentes puntos de vista... todo esto es imposible [en twitter], porque no sería tan inmediato como se supone que es».

(Tur, Marín & Carpenter, 2017)

Los estudiantes de ambos países también estuvieron totalmente de acuerdo o bastante de acuerdo con la afirmación: «el formato corto de twitter me ha ayudado a resumir las ideas principales».

Otro ejemplo en *Twitter* sobre cómo se acorta el lenguaje y el hecho de que 140 o 240 caracteres son insuficientes para expresar lo que se quiere, o donde es claro que para poder reducir el mensaje necesitas entender de lo que hablas o mutilar el lenguaje abreviando palabras se ve en el uso de los *hashtags* o etiquetas en las redes sociales

como *Twitter, Facebook o Instagram*. Es “una cadena de caracteres formada por una o varias palabras concatenadas y precedidas por una almohadilla o numeral (#). Es, por lo tanto, una etiqueta de metadatos precedida de un carácter especial” (Wikipedia) para facilitar a los usuarios la identificación rápida de las conversaciones en la red.

Y si bien fomenta la creatividad para comunicarse de manera breve, y eso hace al receptor entender o investigar más de dicha conversación, requiere que el receptor esté dispuesto a hacerlo. Un caso muy sonado a partir del uso de una etiqueta, fue el movimiento #MeToo (Yo También) para luchar contra el acoso sexual. Fue una iniciativa que rompió el silencio sobre una problemática social, y que sucedió en 2017, pero que inició en 2006, cuando la activista afroamericana Tarana Burke, creó una campaña bajo este nombre para apoyar a quienes habían experimentado cualquier forma de violencia sexual.

Doce años después, un escándalo de acoso sexual sin precedentes hizo tambalear a Hollywood: el productor Harvey Weinstein, fundador de The Weinstein Company, una de las mayores compañías fílmicas, fue acusado de acoso y abuso sexual por varias actrices en un artículo publicado por 'The New York Times' en octubre de 2017. Según este medio, la situación era un secreto a voces desde hacía décadas, algo de lo que pocos se atrevían a hablar o a denunciar públicamente. (El Tiempo, 2018)

El movimiento se hizo global cuando la actriz Alyssa Milano publicó un tuit pidiendo a las personas que hubieran sido acosadas o abusadas sexualmente respondieran con un 'Me too'. Su tuit decía:

*Yo también.*

*Sugerido por un amiga: “Si todas las mujeres quienes han sido abusadas sexualmente o acosadas escriben 'Yo también.' como un estado [en su red social], podríamos dar a la gente un sentido de la magnitud del problema”*

*Si has sido abusada sexualmente o acosada escribe 'yo también.' como respuesta a este tuit.*



Figura 3: Captura de pantalla sobre el impacto de la campaña #MeToo/#YoTambién. Fuente propia.

Esta revelación llevó a muchas otras, provocó que muchas personas de todas partes del mundo hablaran, se viralizó. Lo que empezó de manera local y anónima en 2006, puso un tema de relevancia social en un diálogo nacional. Al dar click al *hashtag* #MeToo puedes seguir la conversación en redes sociales sobre ese tema. El tuit de Erin Wahl, “un larguito... #YoTambién” compartía una captura de pantalla de su notas de celular sobre el tema. Otra mujer, Jackie, publicaba en su cuenta de *Twitter*:

*#cdnpoli [etiqueta sobre cualquier cosa relacionada con políticas canadienses] es un cúmulo de personas atacando mujeres supuestamente basados en la cubierta del movimiento #YoTambién – estos cabrones están usando un movimiento destinado a proteger y empoderar a las mujeres para atacarlas y amenazarlas. Esto es muy vergonzoso y desagradable.*



Figura 4: Captura de pantalla sobre el impacto de la campaña #MeToo/#YoTambién. Fuente propia.

Cuando haces click en la etiqueta #metoo *Twitter* y *Facebook* te despliegan el contenido de las personas que más recientemente han usado la etiqueta y puedes seguir la conversación y mantenerte informado sobre la tendencia que sigue ese tema. Cuantas más personas usen una etiqueta más relevancia muestra, más evidencia el interés local o global sobre algo.

Home Moments #metoo

#metoo

Top Latest People Photos Videos News Broadcasts

Sign up now to get your own personalized timeline!

Sign up

**Worldwide trends**

- #UFC226 175K Tweets
- #كل نصبحه لمن يركه 38.4K Tweets
- Brock 58.8K Tweets
- Cormier 56.7K Tweets
- #G1USA 42.8K Tweets
- #LaDivinaComida 5,870 Tweets
- #TVDnoSBT 11.3K Tweets
- Stipe Miocic 16K Tweets
- Dana White 2,873 Tweets
- Francis Ngannou 7,220 Tweets

© 2018 Twitter About Help Center Terms Privacy policy Cookies Ads info



**Rep. Jim Jordan faces new accusation he must have known about alleged sexual abuse at Ohio State**

A seventh former Ohio State University wrestler said Saturday that he believes Jordan knew about inappropriate behavior that allegedly took place in the school's athletic...

Washington Post Jul 07, 2018

**Nate Lerner** @NathanLerner · Jul 6  
At a rally last night Trump attacked Elizabeth Warren, Hillary Clinton, Maxine Waters, #MeToo, NATO, the media, and the NFL.

Why? Because he has nothing else to talk about.

He's failed on trade, healthcare, taxes, immigration, opiates, infrastructure, and North Korea.

774 8.9K 18K

**Gillian Thomas** @GillianAtLaw · Jul 6  
No surprise that the first time this president acknowledges the #MeToo movement, he mocks it. /1

Figura 5: Captura de pantalla sobre el impacto de la campaña #MeToo/#YoTambién. Fuente propia.



Figura 6: Captura de pantalla sobre el impacto de la campaña #MeToo/#YoTambién. Fuente propia.

El Vocabulario B de la neolengua, donde las palabras construidas con propósito político buscan imponer determinada actitud mental en quien las usa, se puede ver en el uso de los *hashtags* como *#AMLOVE*, etiqueta con la que los simpatizantes del candidato a la presidencia de México en 2019, Andrés Manuel López Obrador, “suelen contrarrestar las críticas hacia el candidato. Y las publicaciones van desde argumentos sustentados en cifras hasta caricaturas “bonachonas” de López Obrador.” (UnoTV, 2018) y la de *#pejefobia*, que como dice el “investigador Hernán Gómez Barrera, del Instituto Mora, la “Pejefobia” describe el miedo a Andrés Manuel López Obrador” (UnoTV, 2018). Una muestra de manipulación de la opinión pública desde los ciudadanos con el uso de Internet en redes sociales.



Figura 7: Captura de pantalla sobre la reducción del lenguaje en Twitter. Fuente propia.

## 2.2.- El Gran hermano

El cartelón del enorme rostro mira desde el muro, un dibujo realizado de tal manera que parece que los ojos te siguen a donde vayas. EL GRAN HERMANO TE VIGILA, dice al pie. En Oceanía todos los ciudadanos deben someterse a los ideales del Partido en el poder, liderado por el Gran Hermano.

Usa una televisión con micrófono para controlar, cuya hora a la que la puedes apagar está determinada desde el gobierno. Y sólo puedes leer los libros autorizados por él. También, usa la guerra como medio de cohesión social.

La gente vive perpetuamente vigilada por cámaras donde cualquier persona puede ser vista y oída y mediante una obsesiva telaraña propagandística y educativa, es obligada a obedecer al Partido y adorar al Gran Hermano.

La Policía del pensamiento controla, puede intervenir tu línea cuando se le antoje. Son gobernados por cuatro ministerios: El Ministerio de las Paz, el Ministerio de la Verdad, el Ministerio del Amor y el Ministerio de la Abundancia. El Ministerio de la Verdad — *Miniver*, se le llama en *neolengua*— muestra tres consignas del Partido en su fachada:

LA GUERRA ES LA PAZ  
LA LIBERTAD ES LA ESCLAVITUD  
LA IGNORANCIA ES LA FUERZA

De acuerdo a lo que indica *el libro*, en la novela *1984*, que aclara la naturaleza de la sociedad en que viven y que convierte a quien lo lee en miembro de la Hermandad, *la ignorancia es la fuerza* hace referencia a la división de clases.

“Durante todo el tiempo en que se tiene noticia —probablemente desde fines del periodo neolítico— ha habido en el mundo tres clases de personas: los Altos, los Medianos y los Bajos...la estructura esencial de la sociedad nunca ha cambiado. Incluso después de enormes conmociones y de cambios que parecían irrevocables, la misma estructura ha vuelto a imponerse...”

(Orwell, 2003, p. 184-185)

Los Altos quieren mantener su posición actual, los Medianos intentan arrebatárles sus puestos y los Bajos buscan una sociedad de igualdad para todos. “Así, vuelve a presentarse continuamente la misma lucha social” (p. 198). Por mucho tiempo los Altos se sienten seguros en el poder, hasta que pierden la confianza, en sí mismos pierden capacidad de gobernar, o las dos cosas suceden al mismo tiempo. Al llegar a este punto, los Altos son derrotados por los Medianos, “que llevan con ellos a los Bajos porque les han asegurado que ellos representan la libertad y la justicia”, (p. 198) y en cuanto logran

su objetivo dejan a los Bajos en posiciones de servidumbre. “Pero ninguna reforma ni revolución alguna han conseguido acercarse ni un milímetro a la igualdad humana. Desde el punto de vista de los Bajos, ningún cambio histórico ha significado mucho más que un cambio en el nombre de sus amos” (Orwell, 2003, p.p 198-199).

Orwell (2003) indica que en el pasado la jerarquía de la sociedad era la manera de privar de los Altos, doctrina defendida por reyes, aristócratas, etc. Y los Medianos imponían una nueva tiranía apenas desaparecía la de los Altos. El socialismo seguía bajo la influencia de viejas utopías, y en cada variante se abandonaba abiertamente el establecer la libertad y la igualdad.

“Los nuevos movimientos que surgieron a mediados del siglo, Ingsoc en Oceanía, neobolchevismo en Eurasia y adoración a la muerte en Asia Oriental, tenían como finalidad consciente la perpetuación de la falta de libertad y de la desigualdad social. Estos nuevos movimientos, claro está, nacieron de los antiguos y tendieron a conservar sus nombres y aparentaron respetar sus ideologías.” (Orwell, 2003, p. 199)

“Las nuevas doctrinas surgieron en parte a causa de la acumulación de conocimientos históricos y del aumento del sentido histórico, que apenas había existido antes del siglo XIX. Se entendía ya el movimiento cíclico de la Historia, o parecía entenderse, y al ser comprendido podría ser también alterado.” (Orwell, 2003, p.p. 199-200)

En épocas pasadas, indica, cuando una sociedad justa y pacífica era imposible, era más fácil creer en ella. Para los 1925 las corrientes de pensamiento político eran autoritarias. La posibilidad de que “los hombres vivieran como hermanos, sin leyes y sin trabajo agotador” (p. 200) se desacreditó en el momento justo en que podía haberse realizado. En el segundo cuarto del siglo XX se volvieron a practicar procesos en desuso por varios siglos, tales como:

“encarcelamiento sin proceso, empleo de los prisioneros de guerra como esclavos, ejecuciones públicas, tortura para extraer confesiones, uso de

rehenes y deportación de poblaciones en masa. Todo esto se hizo habitual y fue defendido por individuos considerados inteligentes y avanzados. Los nuevos sistemas políticos se basaban en la jerarquía y la regimentación” (Orwell, 2003, p. 200)

También, los sistemas totalitarios dejaban ver el futuro del mundo: una aristocracia conformada por burócratas, hombres de ciencia, técnicos, organizadores sindicales, especialistas en propaganda, sociólogos, educadores, periodistas y políticos profesionales. Ellos eran menos avariciosos y menos tentados por el lujo pero sentían placer por mandar. Al ser más conscientes de lo que hacían se dedicaban a aplastar a la oposición. A diferencia de las tiranías del pasado, las de hoy eran fuertes y eficaces.

“Los grupos gobernantes se hallaban contagiados siempre en cierta medida por ideas liberales y no les importaba dejar cabos sueltos por todas partes. Sólo se preocupaban por los actos realizados y no se interesaban por lo que los súbditos pudieran pensar. En parte, esto se debe a que en el pasado ningún Estado tenía el poder necesario para someter a todos sus ciudadanos a una vigilancia constante. Sin embargo, el invento de la imprenta facilitó mucho el manejo de la opinión pública, y el cine y la radio contribuyeron en gran escala a acentuar este proceso. Con el desarrollo de la televisión y el adelanto técnico se hizo posible recibir y transmitir simultáneamente en el mismo aparato, terminó la vida privada. Todos los ciudadanos, o por lo menos todos aquellos ciudadanos que poseían la suficiente importancia para que mereciese la pena vigilarlos, podían ser tenidos durante las veinticuatro horas del día bajo constante observación de la policía y rodeados sin cesar por la propaganda oficial, mientras que se les cortaba toda la comunicación con el mundo exterior.” (Orwell, 2003, p. 201)

Según la novela *1984*, con esto, por primera vez en la Historia, los gobernados eran forzados a obedecer la voluntad del Estado y también a una uniformidad de opinión. Entre los años cincuenta y tantos y setenta, la sociedad nuevamente se agrupó en Altos,

Medianos y Bajos, sólo que los Altos ya sabían lo que era necesario hacer para salvaguardar su posición. Con la abolición de la propiedad privada, la propiedad estaría en manos de un grupo menor con una diferencia:

“Que los nuevos dueños constituyan un grupo en vez de una masa de individuos. Individualmente ningún miembro del Partido posee nada, excepto insignificantes objetos de uso personal. Colectivamente, el Partido es dueño de todo lo que hay en Oceanía, porque lo controla todo y dispone de los productos como mejor se le antoja. En los años que siguieron a la Revolución pudo ese grupo tomar el mando sin encontrar apenas oposición porque todo el proceso fue presentado como un acto de colectivización. Siempre se había dado por cierto que si la clase capitalista era expropiada, el socialismo se impondría, y era un hecho que los capitalistas habían sido expropiados.” (Orwell, 2003, p. 202)

Todo se les quitó y, al dejar de ser propiedad privada, pasó a ser propiedad pública. El Ingsoc, que venía del antiguo socialismo, hizo los primeros fundamentos de ese socialismo, con el resultado que querían: la desigualdad se hizo permanente.

Indica cuatro medios para derribar al grupo dirigente del Poder:

- a. Es vencido desde fuera
- b. Gobierna de manera tan ineficiente que las masas se rebelan
- c. Permite que se forme un grupo medio que lo pueda desplazar
- d. Pierde la confianza en sí mismo y la voluntad de mando

De acuerdo a *1984* de George Orwell (2003), estas causas no operan solas sino que suceden combinadas las cuatro de alguna manera. Después de mediados del siglo XX, no había posibilidad de que una potencia enemiga los derrotara.

“Cada uno de los tres superestados en los que ahora se divide el mundo es inconquistable, y sólo podría ser conquistado por lentos cambios demográficos, que un Gobierno con amplios poderes puede evitar muy fácilmente. El segundo peligro es sólo teórico. Las masas nunca se levantan por su propio impulso y nunca lo harán por la sola razón de que están oprimidas. Las crisis del pasado fueron absolutamente innecesarias

y ahora no se toleran que ocurran, pero de todos modos ninguna razón de descontento podrá tener ahora resultados políticos, ya que no hay modo de que el descontento se articule. En cuanto al problema de la sobreproducción...queda resuelto por el recurso de la guerra continua...”  
(Orwell, 2003, p.p 202-203)

Así, la estructura de la sociedad de Oceanía, donde sucede la novela *1984*, tiene en la punta de la pirámide al Gran Hermano. “Éste es infalible y todopoderoso. Todo triunfo, todo descubrimiento científico, toda sabiduría, toda felicidad, toda virtud, se consideraba” (Orwell, 2003, p. 203) producto de su inspiración y poder. Nadie lo ha visto nunca. Es sólo una cara en los carteles y una voz en la telepantalla, tampoco se puede saber cuándo nació.

“El Gran Hermano es la concreción con que el Partido se presenta al mundo. Su función es actuar como punto de mira para todo amor, miedo o respeto, emociones que se sienten con mucha mayor facilidad hacia un individuo que hacia una organización. Detrás del Gran Hermano se halla el Partido Interior, del cual sólo forman parte seis millones de personas, o sea, menos del seis por ciento de la población de Oceanía. Después del Partido Interior, tenemos el Partido Exterior; y si el primero puede ser descrito como «el cerebro del Estado», el segundo pudiera ser comparado a las manos. Más abajo se encuentra la masa amorfa de los proles, que constituyen quizá el 85 por ciento de la población. En los términos de nuestra anterior clasificación, los proles son los Bajos.”

(Orwell, 2003, p. 203)

Los proletarios, en la práctica, no pueden entrar al partido. “Los más dotados de ellos, que podían quizá constituir un núcleo de descontentos, son fichados por la Policía del Pensamiento y eliminados” (Orwell, 2003, p. 204). El Partido no es una clase social. No tiene como propósito pasar el poder a los hijos “como tales descendientes directos, y si no hubiera otra manera de mantener en los puestos de mando a los individuos más

capaces, estaría dispuesto el Partido a reclutar una generación completamente nueva de entre las filas del proletariado” (Orwell, 2003, p. 204).

Para Orwell (2003), el antiguo socialista que luchaba contra lo que llamaba «privilegios de clase», no comprendía que “la continuidad de una oligarquía no necesita ser física ni se paraba a pensar que las aristocracias hereditarias han sido siempre de corta vida, mientras que organizaciones basadas en la adopción han durado centenares y miles de años.” (Orwell, 2003, p. 204) La oligarquía tiene como objetivo que permanezca una cierta manera de ver el mundo, y el Partido busca perpetuarse a sí mismo. No le importa *quién* retiene el Poder mientras la estructura jerárquica sea la misma. No les preocupan los proletarios porque han perdido la facultad de comprender que el mundo podría ser diferente de lo que es. Sólo podrían ser un peligro si se les educara mejor, “pero como la rivalidad militar y comercial ha perdido toda importancia, el nivel de la educación popular declina continuamente...A los proletarios se les puede conceder la libertad intelectual por la sencilla razón de que no tienen intelecto alguno” (Orwell, 2003, p. 205). Pero a los miembros del Partido no se les permite ni siquiera una desviación ideológica, por eso viven vigilados por la Policía del Pensamiento. Donde quiera que esté, a cualquier hora del día, puede ser vigilado sin previo aviso y sin que él sepa que lo están inspeccionando. “Nada de lo que hace es indiferente para la Policía del Pensamiento. Sus amistades, sus distracciones, su conducta con su mujer y sus hijos, la expresión de su rostro cuando se encuentra solo, las palabras que murmura durmiendo, incluso los movimientos característicos de su cuerpo son analizados escrupulosamente.” (Orwell, 2003, p. 205)

De cada miembro del Partido se espera que no tenga emociones privadas y que su entusiasmo permanezca, vive en un frenesí de odio contra los enemigos extranjeros y los traidores de su propio país.

“La mutabilidad del pasado es el eje del Ingsoc. Los acontecimientos pretéritos no tienen existencia objetiva...El pasado es únicamente lo que digan los testimonios escritos y la memoria humana. Pero como quiera que el Partido controla por completo todos los documentos y también la mente

de todos sus miembros, resulta que el pasado será lo que el Partido quiera que sea.”

(Orwell, 2003, p. 207)

Lo anterior hace necesario “*recordar* que los acontecimientos ocurrieron de la manera deseada. Y si es necesario adaptar de nuevo nuestros recuerdos o falsificar los documentos, también es necesario *olvidar* que se ha hecho esto” (Orwell, 2003, p. 208). La mayoría de los miembros del Partido lo logran, especialmente los ortodoxos. Esta operación en neolengua se llama *doblepensar* lo que en la vieja lengua sería «control de la realidad».

*Doblepensar* comprende varias cosas:

el poder, la facultad de sostener dos opiniones contradictorias simultáneamente, dos creencias contrarias albergadas a la vez en la mente. El intelectual del Partido sabe en qué dirección han de ser alterados sus recuerdos; por tanto, sabe que está trucando la realidad; pero al mismo tiempo se satisface a sí mismo por medio del ejercicio del *doblepensar* en el sentido de que la realidad no queda violada. Este proceso ha de ser consciente, pues, si no, no se verificaría con la suficiente precisión, pero también tiene que ser inconsciente para que no deje un sentimiento de falsedad y, por tanto, de culpabilidad. El *doblepensar* está arraigado en el corazón mismo del Ingsoc, ya que el acto esencial del Partido es el empleo del engaño consciente, conservando a la vez la firmeza de propósito que caracteriza a la auténtica honradez. Decir mentiras a la vez que se cree sinceramente en ellas, olvidar todo hecho que no convenga recordar, y luego, cuando vuelva a ser necesario, sacarlo del olvido sólo por el tiempo que convenga, negar la existencia de la realidad objetiva sin dejar ni por un momento de saber que existe esa realidad que se niega... Incluso para usar la palabra *doblepensar* es preciso emplear el *doblepensar*. Porque para usar la palabra se admite que se están haciendo trampas con la realidad. (Orwell, 2003, p. 208).

El éxito del Partido radica en que logró un sistema de pensamiento donde existen consciencia e inconsciencia al mismo tiempo. Para gobernar siempre “es imprescindible que se desquicie el sentido de la realidad.” (Orwell, 2003, p. 209). En la sociedad de Oceanía, en la novela *1984*, quienes saben mejor lo que pasa están más lejos de ver al mundo como es. “En general, a mayor comprensión, mayor autoengaño: los más inteligentes son en esto los menos cuerdos. Un claro ejemplo de ello es que la histeria de guerra aumenta en intensidad a medida que subimos en la escala social...Y en las filas del Partido —sobre todo en las del Partido Interior— hallamos el verdadero entusiasmo bélico. Sólo creen en la conquista del mundo los que saben que es imposible. Esta peculiar trabazón de elementos opuestos —conocimiento con ignorancia, cinismo con fanatismo— es unas de las características distintivas de la sociedad oceánica” (Orwell, 2003, p. 209-210).

Dada las contradicciones que abundan en esta ideología, el Partido rechaza los principios que defendió en el socialismo y esa condenación la pronuncia en nombre del mismo. “Predica el desprecio de las clases trabajadoras...socava la solidaridad de la familia y al mismo tiempo llama a su jefe supremo con un nombre que es una evocación de la lealtad familiar” (Orwell, 2003, p. 210). Por eso los cuatro ministerios que los gobierna se ocupan de lo contrario: el Ministerio de la Paz se ocupa de la guerra, el Ministerio de la Verdad de mentir, el Ministerio del Amor de torturar, y el Ministerio de la Abundancia, del hambre. Y no es por hipocresía, “son ejercicios de doblepensar. Porque sólo mediante la reconciliación de las contradicciones es posible retener el mando indefinidamente... si la igualdad humana ha de ser evitada para siempre, si los Altos...han de conservar sus puestos de un modo pensante, será imprescindible que el estado mental predominante sea la locura controlada” (Orwell, 2003, p. 210).

El doblepensar es de lo que depende el Partido, quien cree que los seres humanos no pueden gobernarse a sí mismos porque:

“el Partido no busca el poder por el poder mismo, sino sólo para el bienestar de la mayoría. Que le interesaba tener en las manos las riendas porque los

hombres de la masa eran criaturas débiles y cobardes que no podían soportar la libertad ni encararse a la verdad y debían ser dominados y engañados sistemáticamente por otros hombres más fuertes que ellos. Que la Humanidad sólo podría escoger entre la libertad y la felicidad, y para la gran masa de la Humanidad era preferible la felicidad.” (Orwell, 2003, p. 256).

Una forma de «doblepensamiento» es el uso de expresiones como: “«movilidad exterior» para no mencionar la fuga de cerebros por falta de oportunidades en el país, la «desaceleración transitoria» para no dejar ver la crisis económica en la que nos hundimos...” (Martínez, 2017)

¿Por qué se aferran al poder? ¿Cuál es el motivo detrás de esto? “El Partido quiere tener el poder por amor al poder mismo. No nos interesa el bienestar de los demás; sólo nos interesa el poder. No la riqueza, ni el lujo, ni la longevidad ni la felicidad; sólo el poder...” (Orwell, 2003, p. 257). Y se diferencian de otras oligarquías porque saben lo que están haciendo.

“Los nazis alemanes y los comunistas rusos se acercaban mucho a nosotros por sus métodos, pero nunca tuvieron el valor de reconocer sus propios motivos...Sabemos que nadie se apodera del mando con la intención de dejarlo. El poder no es un medio, sino un fin en sí mismo. No se establece una dictadura para salvaguardar una revolución; se hace la revolución para establecer una dictadura. El objeto de la persecución no es más que la persecución misma. La tortura sólo tiene como finalidad la misma tortura...”

(Orwell, 2003, p. 257). El poder del Gran Hermano, en la novela de *1984*, es afirmar su propio poder sobre el otro mediante el dolor y la humillación.

El mundo que se crea es:

un mundo de miedo, de ración y de tormento, un mundo de pisotear y ser pisoteado, un mundo que se hará cada vez más despiadado. El progreso de nuestro mundo será la consecución de más dolor. Las antiguas

civilizaciones sostenían basarse en el amor o en la justicia. La nuestra se funda en el odio. En nuestro mundo habrá más emociones que el miedo, la rabia, el triunfo y el autorebajamiento. (Orwell, 2003, p. 257).

En Oceanía han impuesto la castidad para anular el placer y la seducción. El Partido ha cortado los vínculos que unían al hijo con el padre, un hombre con otro y al hombre con la mujer. Nadie se fía ya de su esposa, de su hijo ni de un amigo...el instinto sexual será arrancado donde persista... No habrá lealtad; no existirá más fidelidad que la que se debe al Partido, no más amor que el amor al Gran Hermano. Todos los placeres serán destruidos. (Orwell, 2003, p. 261).

Siempre existirá “espionaje, las traiciones, las detenciones, las torturas, las ejecuciones y las desapariciones se producirán continuamente. Será un mundo de terror a la vez que un mundo triunfal” (Orwell, 2003, p. 262) Cualquier acto delictivo o intento de la consciencia por salir a la luz, se anulaba adiestrando a las personas en el proceso de *paracrimen*. Así, sin más: EL GRAN HERMANO TE VIGILA.

En pleno siglo XXI se puede ser inspeccionado sin previo aviso y sin saberlo. Internet se ha convertido en esa Policía del Pensamiento a la que nada le es indiferente: amistades, distracciones, conducta con la mujer y los hijos, todo lo que hacemos, especialmente en las redes sociales y al visitar una página, deja un rastro. La privacidad se ha perdido porque: GOOGLE TE VIGILA. FACEBOOK TE VIGILA.

“El Gran Hermano del Siglo XX” (2011) señala que los datos que proporcionamos a las redes sociales son su punto débil. Un ejemplo actual en el que se puede observar esto es en el caso *Cambridge Analytica*. El 2 de mayo de 2018, esta firma británica provocó un escándalo de privacidad en la red social *Facebook*. Afectó a “los datos personales de 87 millones de cuentas de usuarios, [y] anunció el cierre de sus operaciones en Reino Unido.” (Islas, 2018) “Cambridge Analytica, fundada en Estados Unidos y con una empresa matriz británica, obtuvo y manipuló de forma irregular información de 50

millones de usuarios de dicha red en Estados Unidos” (De Llano 2018) en 2014. Sus servicios fueron los que llevaron al poder a Trump en 2016.

La nota publicada en el periódico *El País* dice que:

Una investigación conjunta de *The New York Times* y *The Observer* revela que en 2014 la compañía se hizo con una base de datos de pretendido uso académico y la explotó sin permiso para elaborar estrategias electorales durante las elecciones intermedias de Estados Unidos. Se trata de uno de los mayores hurtos de información de la historia de Facebook. Dos años después, Cambridge Analytica, que todavía estaba en posesión de ese ingente material, dio servicio a la candidatura presidencial del republicano Trump, que ganó las elecciones de noviembre de 2016.

(De Llano 2018)

La manera en que Cambridge Analytica consiguió los datos fue:

A través de un psicólogo de la Universidad de Cambridge –con la que la firma, del mismo nombre, no tiene relación–. El psicólogo, el rusoamericano Aleksandr Kogan, logró tener permiso de Facebook para pedir datos a sus usuarios con una aplicación pensada para estudios de su disciplina. Kogan, financiado con 800.000 dólares por Cambridge Analytica, consiguió que participasen unas 270.000 personas con perfiles en esta red social y recabó datos como identidades, localizaciones y gustos. A su vez, la aplicación le permitió, de manera derivada, llegar a la información de los amigos de aquellos, multiplicando hasta 50 millones de usuarios el alcance de su acopio.

(De Llano 2018)

Creada en 2013 con la financiación del multimillonario estadounidense Robert Mercer, el propósito de Cambridge Analytica era tener una herramienta con la que conocer a los

votantes e influir en sus decisiones. “Durante la campaña de 2016, Cambridge Analytica trabajó para dos candidatos republicanos, primero Ted Cruz y después Trump. También dio servicio en 2016 a la campaña promotora del Brexit” (De Llano 2018). Este caso detonó una crisis de confianza en *Facebook*.

*Facebook* reveló que “81.6% de los datos sustraídos por Cambridge Analytica procedieron de usuarios estadounidenses (70 millones 632 mil personas). En el listado de mayor número de usuarios afectados por país, México fue ubicado en el quinto sitio con 789,800 usuarios, los cuales representaron poco menos del 1% de los afectados” (Islas, 2018)

Arielle Dale Karro, responsable de operaciones en México, se presentó como “experta en una nueva generación de marketing digital: “el demand generation”. A través del grupo Foreigners in Mexico City, en Facebook” (Islas, 2018) y LinkedIn buscaba reclutar expertos en minería de datos que quisieran trabajar en campañas para gobernador en ocho Estados de la República Mexicana. Les ofrecía salarios entre 20,000 y 70,000 dólares al año. Finalmente esto no prosperó, sin embargo, es una muestra del uso de la tecnología para espiar, vigilar y manipular a las personas.

Otro ejemplo es el 'caso Snowden', el joven que reveló el espionaje masivo de Estados Unidos en 2013. El extécnico de la CIA que trabajó como consultor para la Agencia Nacional de Seguridad fue acusado de espionaje por los Estado Unidos. Reveló “que el Gobierno de EE UU utiliza un programa de espionaje para vigilar las comunicaciones de millones de personas en todo el mundo” (20 Minutos, 2013). De no ser por esto el mundo no sería consciente de que “el Gran Hermano norteamericano nos vigila constantemente a su plena voluntad con la ayuda de empresas tecnológicas como Microsoft, Google, Apple y Facebook , entre algunas otras” (Mateo, 2013).

La situación política que plantea *1984* no era completamente fantástica.

[...] así era como funcionaba gran parte de la propaganda estalinista, por ejemplo cuando borraba a sus enemigos políticos de las fotografías, en un intento por manipular los hechos históricos para la posteridad, y en la mente de quienes estaban en el régimen. Funcionaba también así la mente de Joseph Goebbels, encargado de la propaganda durante el régimen nazi, presentando los campos de exterminio a la población judía como un campo de retiro y descanso, resumido en su célebre frase: «Una mentira repetida mil veces se transforma en verdad».

(Martínez, 2017)

### **2.3.- Orwell y la visión sobre la sociedad**

*1984* describe una realidad donde la libertad, la intimidad y el espíritu crítico ya no existen. Hay que recordar que la novela fue publicada en el contexto de la caída del régimen nazi y con la creciente Unión Soviética.

Llevar un diario no es ilegal, pero si te detienen puedes estar condenado a muerte o a veinticinco años de trabajo forzado. La pluma es un instrumento arcaico, ni siquiera se usa para firmar. Lo común es dictar al *hablescribe* y tomar notas breves.

Winston Smith, quien trabaja en el Departamento de Registro del Partido, en una de las tiendas corrientes de Londres ha comprado una libreta de papel amarillento que hace cuarenta años no se producía, y ha conseguido una pluma. Cuando decide que esa libreta se convertirá en su diario, escribe “4 de abril de 1984”. Está desconcertado porque no recuerda con certeza que fuera el año 1984. Y se le ha ocurrido preguntarse “¿Para qué estaba escribiendo él este diario?” Winston no sólo había perdido la facultad de expresarse sino que había olvidado lo que implicaba, requería algo más que atrevimiento. Después de un tiempo comenzó a escribir sin parar lo que vio ese día en una proyección de películas de guerra. “Lo curioso es que mientras lo hacía se le había aclarado otra faceta de su memoria hasta el punto de que ya se creía en condiciones de escribir lo que realmente había querido poner en su libro” (Orwell, 1949, p. 16).

En los *flicks* todas las películas eran de guerra. A la gente le divierte verlas. En una ocasión la proyección de una película de un barco de refugiados de guerra que es bombardeado, Winston describe en su diario el siguiente suceso que muestra cómo era la sociedad planteada por Orwell en dicha novela:

Al público le divierten mucho los planos de un hombre muy grande y muy gordo que intentaba escaparse nadando de un helicóptero que lo perseguía [...] luego se veía cómo lo iban agujereando a tiros y el agua a su alrededor que se ponía toda roja y el gordo se hundía como si el agua le entrase por los agujeros que le habían hecho las balas. La gente se moría de risa cuando el gordo se iba hundiendo en el agua, y también una lancha salvavidas llena de niños con un helicóptero que venga a darle vueltas y más vueltas. Había una mujer de edad madura que bien podía ser judía y estaba sentada en la proa con un niño en los brazos...el niño metía la cabeza entre los pechos de la mujer y parecía que se quería esconder...entonces va el helicóptero y tira una bomba de veinte kilos sobre el bote y no queda ni una astilla de él...y la gente aplaudió muchísimo, pero una mujer que estaba entre los proletarios empezó a armar un escándalo terrible chillando que no debían echar eso no debían echarlo delante de los críos que no debían hasta que la policía la sacó de allí a rastras...dicen es la reacción típica de los proletarios y nadie hace caso...

(Orwell, 2003, p. 16)

En la sociedad que plantea George Orwell en su novela también están los niños. En ella, los niños disfrutaban ir a ver ahorcar a los prisioneros de guerra, culpables de crímenes de guerra. La organización que los educa se llama Espías, y los convierte:

[...] sistemáticamente en pequeños salvajes ingobernables, y, sin embargo, ese salvajismo no les impulsaba a rebelarse contra la disciplina del Partido. Por el contrario, adoraban al Partido y todo lo que se relacionaba con él. Las canciones, los desfiles, las pancartas, las excursiones colectivas, las instrucción militar infantil con fusiles de juguete, los *slogans* gritados por

doquier, la adoración del Gran Hermano...todo ello era para los niños un estupendo juego. Toda su ferocidad revertía hacia fuera, contra los enemigos del Estado, contra los extranjeros, los traidores, sabotadores y criminales del pensamiento [...]

(Orwell, 2003, p. 31)

Mayores de treinta años le tenían miedo a sus hijos porque el «niño heroico» denunció a sus padres a la Policía del Pensamiento contando todo lo que escuchaban en casa gracias a “unas trompetas especiales para escuchar por la cerradura (Orwell, 2003, p. 69).

A lo largo de la novela, Orwell (2013) da más detalles tales como: las mujeres del Partido no se maquillan ni perfuman, sólo los *proles*, por eso está prohibida relación alguna con prostitutas. Éstas abundan en los barrios pobres. Si eran sorprendidos en una relación con prostitutas era cinco años de trabajo forzado, más no la muerte. El peligro mortal: hablar en sueños. La prostitución era una vía para sacar los instintos que no se podían sacar. El Partido quería quitar el placer del sexo por eso su enemigo era el erotismo, dentro y fuera del matrimonio.

La única finalidad admitida en el matrimonio era engendrar hijos en beneficio del Partido. La relación sexual se consideraba como una pequeña operación algo molesta...Tampoco esto se decía claramente, pero de un modo indirecto se grababa desde la infancia en los miembros del Partido. Había incluso organizaciones como la Liga Juvenil Anti-Sex, que defendía la soltería absoluta para ambos sexos. Los niños debían ser engendrados por inseminación artificial (*smart*, como se le llamaba en neolengua) y educados en instituciones públicas.

(Orwell, 2003, p. 72)

Tenían expresiones como «hacer un bebé» o «nuestro deber con el Partido» El divorcio no era permitido. También, el Partido enseñaba que los *proles* eran inferiores por naturaleza. Mientras trabajaran y tuvieran hijos, el resto no les importaba. Sin embargo,

eran los únicos que reconocían una bomba a punto de caer. “Londres, la ciudad oscura donde el autor desarrolla esta ficción, es bombardeada sin que se sepa quién ni dónde se tiran las bombas” (Rojas, 2018).

Los proles se regían por reglas ancestrales:

Nacían, crecían en el arroyo, empezaban a trabajar a los doce años, pasaban por un breve período de belleza y deseo sexual, se casaban a los veinte años, empezaban a envejecer a los treinta y se morían...hacia los sesenta años. El duro trabajo físico, el cuidado del hogar y de los hijos, las mezquinas peleas entre vecinos, el cine, el fútbol, la cerveza y sobre todo, el juego, llenaban su horizonte mental. No era difícil mantenerlos a raya. Unos cuantos agentes de la Policía del Pensamiento circulaban entre ellos, esparciendo rumores falsos y eliminando a los pocos considerados capaces de convertirse en peligrosos [...] E incluso cuando cundía entre ellos el descontento [...] era un descontento que no servía para nada porque, por carecer de ideas generales, concentraban su instinto de rebeldía en quejas sobre minucias de la vida corriente [...] La mayoría de los proles ni siquiera era vigilada con telepantallas.” (Orwell, 2003, p. 78)

Los libros de historia infantil decían que, antes de la Revolución, Londres no era una ciudad hermosa como la que conocen.

Era un lugar tenebroso, sucio y miserable donde casi nadie tenía nada que comer y donde centenares y millares de desgraciados no tenían zapatos que ponerse ni siquiera un techo bajo el cual dormir. Niños de la misma edad que vosotros debían trabajar doce horas al día a las órdenes de crueles amos que los castigaban con látigos si trabajaban con demasiada lentitud y solamente los alimentaban con pan duro y agua. Pero entre toda esta horrible miseria, había unas cuantas casas grandes y hermosas donde vivían los ricos, cada uno de los cuales tenía por lo menos treinta criados a su disposición. Estos ricos se llamaban capitalistas [...] Podréis ver, niños, que va vestido con una chaqueta negra larga a la que llamaban

«*frac*» y un sombrero muy raro y brillante [...] al que llamaban «*sombrero de copa*» [...] El jefe supremo de todos los capitalistas era llamado el Rey... (Orwell, 2003, p. 79)

La bebida que se le daba a los proles era la ginebra. La lotería era el único acontecimiento al que le ponían atención. El negocio de antigüedades por extinguirse. “La caza y destrucción de libros se había realizado de un modo tan completo en los barrios proles como en las casas del Partido y en todas partes” (Orwell, 2003, p. 102).

Por ejemplo, tras 12 años de la guerra contra el narcotráfico en México, hay una generación padeciendo las consecuencias de la violencia: la “prole” mexicana que vive en la orfandad, fueron asesinados, desaparecidos o reclutados por el narco: los niños de 11 o 12 años. Los reclutados por el narcotráfico, los niños sicarios, son niños y niñas que crecieron en “un ambiente de violencia, pobreza y abandono familiar” (Najar, 2010) iniciando como consumidores de drogas y subiendo de “puesto” hasta ser vendedores de droga o sicarios. Incluso, “el promedio de vida de los menores en los carteles es de tres años” (Najar, 2010) ya que mueren en enfrentamiento con otras bandas o sus reclutadores los asesinan. Es así que los niños juegan a ser criminales a cambio a veces de algún juguete, una bicicleta o un pago miserable.

El caso de “El Ponchis”, quien fue detenido en 2010 y liberado en 2013, hizo saber que era obligado a fumar marihuana para poder torturar y degollar a sus víctimas y que si no lo hacía, lo matarían. Sus hermanas también fueron detenidas y acusadas de secuestro, asesinato, portación ilegal de armas y asociación delictuosa (El Sol de León, 2018).

Estas historias de niños sicarios suceden en lugares que enfrentan problemas con el crimen organizado y son reclutados por organizaciones delictivas para matar a cambio de dinero. Aunque las redes sociales han hecho que los testimonios de estos niños se difundan (Zócalo, 2017), la mayoría de los casos de violencia y crimen relacionados con menores pasan inadvertidos (Baltazar, 2018).

### **CAPÍTULO 3: LA ESCUELA**

Conocer se relaciona con la información obtenida por aprendizaje o experiencia, y procesada desde los estímulos que se reciben de los sentidos. Dicho proceso consta de funciones cognitivas básicas y complejas que permiten integrar la información recibida y establecer relaciones entre dichos datos. Y son las capacidades cognitivas complejas las que permiten tomar decisiones sobre la vida. Por eso, en este capítulo nos centraremos en la educación como medio de control de masas y manipulación de las habilidades de pensamiento de la sociedad, así como en los medios del futuro y la educación *on-demand*.

De *Homo videns* de Giovanni Sartori es necesario recordar que la televisión lleva a perder las capacidades cognitivas complejas de comprensión, inteligencia, lenguaje, pensamiento y aprendizaje. Por su parte, *1984* de George Orwell, muestra una sociedad sin libertad, intimidad ni espíritu crítico. Habla de cuatro maneras en que controlan las clases dominantes: el lenguaje, la vigilancia constante, la propaganda educativa y la escuela. Para someter a todos los ciudadanos a los ideales del Partido, se usaba una propaganda educativa pues el objetivo del poder es que permanezca una cierta manera de ver el mundo. En esta ficción, los proletarios sólo serían un peligro si se les educa mejor. Y la organización que educa a los niños, que se llama Espías, “no les impulsaba a rebelarse contra la disciplina del Partido”(Orwell, 2003, p. 31). Eran controlados mediante los libros de historia que contaba una versión de la misma.

En este capítulo quedará clara, la relevancia de desarrollar habilidades de pensamiento para evitar ser un espectador pasivo que recibe imágenes, que no piensa, como lo plantea Sartori. Pues ante los avances tecnológicos, como la educación *on-demand*, la que responde a la tendencia de consumo “a la carta”, aprendiendo en cualquier momento, al ritmo y en lugar que se quiera, permite aprender habilidades técnicas, ser autodidacta. Sin embargo, se mostrará el reto actual: la accesibilidad a dicha tecnología.

### **3.1.- Las teorías cognitivas y las formas de control de masas**

¿Cuáles son las capacidades cognitivas del ser humano? ¿Cómo el abuso de los medios de comunicación disminuye las capacidades cognitivas del ser humano? ¿De qué maneras el uso de las nuevas tecnologías limita las capacidades cognitivas y reduce las capacidades intelectuales del ser humano?

La cognición viene del latín *cognoscere* que significa conocer, por tanto, está relacionado con la información que se obtiene por aprendizaje o experiencia, y que se procesa con la percepción, los estímulos que se reciben de los sentidos. Es una habilidad, consciente o inconsciente, que permite asimilar y procesar datos que se convierten en conocimiento (Cognifit, s.f.).

Como respuesta al conductismo que imperaba en los años 50, surge la psicología cognitiva, que empezó a estudiar la influencia del procesamiento de la información en la conducta y la relación de los diferentes procesos mentales con la obtención de conocimiento. Piaget y Vygotsky fueron algunos autores de teorías del desarrollo y aprendizaje cognitivo. Esto aumentó el interés por la cognición y las capacidades cognitivas (Cognifit, s.f.).

En los distintos procesos cognitivos, los que usamos para incorporar nuevos conocimientos y tomar decisiones, intervienen funciones cognitivas que “trabajan conjuntamente para integrar el conocimiento y crear una interpretación del mundo que nos rodea.” (Cognifit, s.f.).

Los procesos cognitivos suceden muy rápido y constantemente las personas no se dan cuenta de ellos. Un ejemplo es la decisión de cruzar o no la calle. Inicia el proceso de toma de decisión al ver un semáforo en rojo. La atención se centra en el semáforo, a través de la vista se ve que está en rojo. En milisegundos se recupera de la memoria que un semáforo en rojo significa que no se debe cruzar; aunque también se recordará que, a veces, si no pasan coches se puede hacer. La primera decisión a tomar es: esperar

hasta que el semáforo esté en rojo, o poner atención nuevamente al mirar a los dos lados de la calle para decidir si es seguro cruzar (Cognifit, s.f.).

Las funciones cognitivas son: la percepción, el pensamiento, el aprendizaje, la atención, la memoria, el lenguaje, el razonamiento, la toma de decisiones, la comprensión, la orientación, la praxias, las funciones ejecutivas, y la metacognición. Son parte del desarrollo intelectual y de la experiencia (Gratacós, G. s.f., Cognifit, s.f.).

Los procesos cognitivos básicos son:

- *Sensación*: es provocada por los distintos estímulos externos que existen en el entorno, que llegan a través de los sentidos y permiten conocer información del mundo exterior.
- *Percepción*: permite organizar y comprender el mundo a través de los estímulos que se reciben de la vista, el oído, el gusto, el olfato y el tacto, cuya información el cerebro integra creando nuevo conocimiento. Implica cierta interpretación de lo que se percibe.
- *Atención*: permite concentrarse en un estímulo o una actividad. Considerada como “el mecanismo que controla y regula el resto de procesos cognitivos: desde la percepción (necesitamos la atención para atender a los estímulos que nos llegan de los sentidos), hasta el aprendizaje o el razonamiento complejo.” (Cognifit, s.f.).
- *Memoria*: permite codificar, almacenar y recuperar la información del pasado. Es un proceso básico para el aprendizaje. Puede ser a corto plazo para mantener temporalmente la información; a largo plazo como recuerdos o conocimientos que guardamos por mucho más tiempo. La memoria a largo plazo incluye también la memoria declarativa, “que incluye tanto conocimientos adquiridos mediante el lenguaje y la educación como los adquiridos a través de experiencias personales y vivencias” (Cognifit,

s.f.). También en memoria procedimental relacionada con el aprendizaje de rutinas como aprender a manejar un coche o andar en bici. (Cognifit, s.f.).

Los procesos cognitivos complejos son:

- *Pensamiento*: “Permite integrar toda la información recibida y establecer relaciones entre los datos que la componen” (Cognifit, s.f.) usando las funciones ejecutivas que son: el razonamiento, la síntesis y la resolución de problemas. También realiza tareas de toma de decisiones, pensamiento creativo y pensamiento divergente.
- *Inteligencia*: permite resolver distintos problemas y es un proceso mental superior que no es estático. Una de las teorías más aceptadas actualmente es la teoría de las inteligencias múltiples de Gardner, sin embargo, para su desarrollo no se puede limitar a los resultados de un test que mida el coeficiente intelectual. (Cognifit, s.f.).
- *Lenguaje*: es la capacidad de expresar pensamientos y sentimientos mediante las palabras. La usamos para comunicarnos, organizar y transmitir la información que tenemos sobre nosotros y sobre el mundo. “El lenguaje y el pensamiento se desarrollan de forma paralela y están íntimamente relacionados” (Cognifit, s.f.).
- *Aprendizaje*: se incorpora nueva información al conocimiento previo, desde el aprendizaje de conductas o hábitos, como los que se adquieren con la socialización y la escuela. “Piaget y otros autores hablaban del aprendizaje cognitivo como el proceso en el que la información entra en el sistema cognitivo y lo cambia.” (Cognifit, s.f.).

En el aprendizaje suceden otros procesos cognitivos:

- a. *En la lectura:* requiere reconocer las letras, evitar distracciones, recordar las palabras que se van leyendo, asociar lo leído con otros contenidos que se han aprendido previamente, entre otros. Aunque el procesamiento de información es distinto si sólo se quiere encontrar un fragmento de interés o si se quiere disfrutar de una historia (Cognifit, s.f.).
- b. *En la escritura:* es similar a la lectura al requerir ignorar los ruidos que dificultan redactar, procurar tener letra legible, recordar qué se ha escrito en los párrafos anteriores, buena ortografía, etc. También, requiere decidir y planear lo que se quiere escribir, ya para ser entendido por otros, ya para hacer correcciones y cambios. (Cognifit, s.f.).

Es así que dentro de las capacidades cognitivas, las intelectuales son capacidades complejas interrelacionadas. Por eso, para Giovani Sartori, la imagen le ha quitado el trono a la palabra y el dejar que influya la imagen nos lleva a “ver sin entender”. Modifica la función cognitiva de comprender, y por eso llevaría a ser incapaz de comprender abstracciones ni entender conceptos, como él lo menciona en *Homo Videns*. Función fundamental que permite integrar toda la información recibida, tanto de la televisión, la radio, la prensa como de Internet, y establecer relaciones entre dichos datos. Si no se ejercitan el razonamiento, la síntesis y la resolución de problemas se pierden las capacidades cognitivas complejas que permiten decidir sobre la vida.

Las dificultades de abstracción o razonamiento implican un problema para extraer información importante como hacer síntesis, resúmenes o matemáticas. También, dificultad para detectar la idea principal de un texto, seguir una secuencia lógica, comprender conceptos abstractos como solidaridad, respeto, paz, o comprender juegos de palabras. “Por tanto, los problemas para el pensamiento y dificultades de abstracción no hacen a la persona o niño incapaz de aprender, simplemente hacen más lento ese aprendizaje” (Centro de Psicología Bilbao, s.f.).

El “mal” uso de las nuevas tecnologías ¿será el que lleve a crear violencia y sin sentido de la vida? ¿No será que lo que hay que aprender es a usar las nuevas tecnologías para

desarrollar las capacidades cognitivas complejas que exalten el saber y lleven a ser lo que Sartori llama “un demos potenciado, capaz de actuar más y mejor que antes” (2015)? Entre los factores o condiciones que disminuyen las capacidades cognitivas del ser humano, están el envejecimiento o las enfermedades psiquiátricas, cerebrovasculares o las degenerativas como la demencia y el Párkinson.

Entre los síntomas de sospecha de deterioro cognitivo se encuentran: pérdida de memoria, desorientación en tiempo y lugar, aparecen problemas de pensamiento abstracto como olvidar el significado del dinero, dificultad en evaluar e interpretar. Se observan problemas de lenguaje como olvidar palabras o dificultad para encontrar la palabra apropiada en una conversación. Incluso pérdida de iniciativa que los vuelve pasivos y necesitan ser estimulados constantemente. (Pérez Martínez, V., 2005)

En cuanto al control de masas, se ha de considerar primero a los aparatos ideológicos del Estado. Louis Althusser (1970) indica que el Estado es un aparato represivo, “permite a las clases dominantes (en el siglo XIX a la clase burguesa y a la “clase” de los grandes terratenientes) asegurar su dominación sobre la clase obrera para someterla al proceso de extorsión de la plusvalía (es decir a la explotación capitalista).”

El aparato de Estado (AE) se integra de: el gobierno, la administración, el ejército, la policía, los tribunales, las prisiones, etc., lo que Althusser (1970) llama el aparato represivo de Estado. **La diferencia entre ambos radica en que el aparato represivo de Estado funciona por violencia, y los otros mediante la ideología.**

Lo que plantea este autor está relacionado con las cuatro maneras en que controlan a las clases dominantes en la novela *1984* de George Orwell:

- A. El lenguaje: al reducir el lenguaje y eliminar todos los significados secundarios, se limitan el alcance del pensamiento, se reduce la conciencia, llevan a no pensar, por tanto, se pierde la capacidad de argumentar e imposibilita otras formas de pensamiento.

- B. La vigilancia constante: para someter a todos los ciudadanos a los ideales de un partido, evitando así cualquier desviación ideológica. Las telepantallas proyectan una obsesiva telaraña propagandística y educativa, y vigilan las veinticuatro horas del día bajo constante observación de la policía.
  
- C. La propaganda y el control de los medios: su propósito es el manejo de la opinión pública a través de la prensa, el cine y la radio. En esa telepantalla se proyecta la propaganda oficial, mientras que se les corta toda comunicación con el mundo exterior. Se fuerza a una uniformidad de opinión controlando lo que digan la prensa, los testimonios escritos y la memoria humana.
  
- D. La escuela: para que permanezca una cierta manera de ver el mundo y que otros pierdan la facultad de comprender que el mundo podría ser diferente de lo que es. El nivel de la educación popular declina y a los niños se les enseña a no rebelarse contra la disciplina del Partido, se controla su pensamiento y opinión a través de los libros de historia.

Es evidente la relación que existe entre las habilidades de pensamiento, la vida privada y la vigilancia como medios de control. Se requiere ser incapaz de argumentar para dejar que la vigilancia coharte la vida privada. Por su parte, Althusser (1970) también indica que:

“Los aparatos ideológicos de Estado funcionan masivamente con la ideología como forma predominante, pero utilizan secundariamente, y en situaciones límite, una represión... Así la escuela y las iglesias “adiestran” con métodos apropiados (sanciones, exclusiones, selección, etc.) no sólo a sus oficiantes sino...también la familia... el aparato ideológico de Estado cultural (la censura, por mencionar sólo una forma), etcétera.”

Los aparatos ideológicos de Estado, de acuerdo a Althusser (1970), son las iglesias, el sistema de las distintas “Escuelas”, públicas y privadas, el familiar, el jurídico, el sistema

político del cual forman parte los distintos partidos, el sindical, el de información (prensa, radio, TV., etc.) y el cultural (literatura, artes, deportes, etc.)

Moscovici (2005), citado por Fernández (2012), menciona que una masa es un conjunto transitorio de individuos iguales, anónimos y semejantes, en el seno del cual las ideas y las emociones de cada uno tienden a expresarse espontáneamente. El colectivo social intercambia rumores y cree más o menos en ellos.

“Para Munné (1987), las características de una masa son: fenómeno colectivo y pluralidad de personas; fenómeno unitario o reacción pasiva o activa a un estímulo común; sin organización, amorfo, no forzosamente desorganizado; transitorio, de carácter esporádico, con falta de organización, inestable y efímero; indiferenciado, con personas anónimas, despersonalizadas, sustituibles, heterogéneas, incontables; fluido, con personas que entran y salen sin que se produzca cambio o disolución; anonimato, sin normas o pautas previstas” (Fernández, 2012).

Y, “Le Bon (2005) afirma que en el alma colectiva se borran las actitudes intelectuales de los hombres y, en consecuencia, su individualidad. Lo heterogéneo queda anegado por lo homogéneo y predominan las cualidades inconscientes” (Fernández, 2012).

Así mismo, en su libro *Psicología de las masas y análisis del yo*, Sigmund Freud cita el libro *A Group Mind* de Michael McDougall para hablar de un fenómeno de la psicología colectiva. “Para que los miembros accidentalmente reunidos de un grupo humano lleguen a formar algo semejante a una masa, en el sentido psicológico de la palabra, es condición necesaria que entre los individuos exista algo común, que un mismo interés les enlace a un mismo objeto” (Freud, 1921, p. 33). En donde también experimenten los mismos sentimientos ante la situación y añade Freud “que posean, en una cierta medida, la facultad de influir unos sobre otros... Cuanto más enérgica es esta homogeneidad mental, más fácilmente formarán los individuos una masa psicológica y más evidentes serán las manifestaciones de un alma colectiva” (Freud, 1921, p. 33). En la formación de

la masa, el fenómeno relevante y singular es “la exaltación o intensificación de la emotividad en los individuos que la integran” (Freud, 1921, p. 33).

En cuanto a la escuela, el sistema educativo es una herramienta de control del pensamiento:

"culturizar a los ciudadanos mediante contenidos es la herramienta con la que se anula el pensamiento, es la forma con la que se aleja...del pensamiento, de la crítica, para a cambio llevar a todo el mundo a la aceptación de lo que se les dice, a la aceptación de las normas pero no por un proceso de reflexión..." (Berenguer, 2016)

El paradigma preponderante en la educación actualmente es el conductista. En 1927, con Pavlov se inició la teoría conductual de aprendizaje. Él y otros psicólogos estudiaron y experimentaron diversas maneras en que se puede obtener respuestas de los animales. Esto permitió encontrar la relación entre el estímulo-respuesta que posteriormente se usaron para modificar el comportamiento humano. Estos términos fueron usados por Watson, Skinner y Guthrie, en Estados Unidos, como base de su trabajo de modificación conductual que derivó en el conductismo. Para la década de los 60 estas técnicas ya eran comunes en las aulas de clase. (Arancibia, 2008, p. 45)

En la teoría conductual, “el aprendizaje es un cambio relativamente permanente en el comportamiento, que refleja una adquisición de conocimientos y habilidades a través de la experiencia...excluye cualquier cambio obtenido por simple maduración” (Arancibia, 2008, p. 48). El condicionamiento clásico permite explicar actitudes y modificarlas. Violeta Arancibia, en el *Manual de Psicología Educativa*, ejemplifica esto con el caso de una niña que teme ir a la oficina del director de su nuevo colegio por las asociaciones negativas que hace desde su experiencia anterior. Indica que para cambiar este comportamiento, “se puede tratar de que asocie la oficina a los niños que están siempre riendo y jugando a su alrededor” (p. 50).

En el caso del condicionamiento operante, otro proceso de la teoría conductual descrito por Edward Thorndike y Frederic Skinner, es el de fortalecer un comportamiento “que es seguido de un resultado favorable (refuerzo), con lo cual aumentan las probabilidades de que ese comportamiento vuelva a ocurrir” (p. 53) Por tanto para el condicionamiento operante se aprende lo que es reforzado. La postura es que el comportamiento depende del ambiente y que el comportamiento se explica por condiciones externas.

El castigo y el refuerzo, de acuerdo a esta teoría, aumentan o disminuyen las probabilidades de que ocurra de nuevo un comportamiento. Un ejemplo es dar una buena calificación a un estudiante y que eso refuerce y repita su conducta de estudio. Un refuerzo negativo que ejemplifica Arancibia (2008), es el de sacar del salón a un niño al que le da ansiedad estar sentado escuchando a la maestra. Al sacarlo se le quita el estímulo que le provoca ansiedad y aumentan las probabilidades de que se siga portando mal. El castigo, por su parte, disminuye la probabilidad de que se repita la conducta. Arancibia (2008) pone como ejemplo el caso de una profesora que hace que su grupo copie 30 veces una frase, es un castigo positivo, mientras que si el profesor deja sin recreo al salón, usa un castigo negativo que desaparece un evento placentero. Para que el castigo sea efectivo debe ser recurrente, “debe castigarse cada vez que se presente para que efectivamente disminuya su aparición.” (Arancibia, 2008, p. 56)

Aunque el paradigma conductual perdió fuerza después de los sesenta, han aparecido “variantes híbridas...que reflejan las influencias de otros paradigmas como son el enfoque cognitivo-conductual...la teoría del aprendizaje social (Bandura), los estudios sobre cognición animal (Rescoría), etc.” (Educación Digital, s.f., p. 6).

La Teoría Social Cognitiva, creada por el psicólogo Albert Bandura para explicar el paso del **conductismo al cognitivismo**, indica que los factores ambientales, los cognitivos, personales, de motivación, emoción, etc, interactúan recíprocamente (Aragón, 2012).

Toma en cuenta tres variables principalmente:

- factores de comportamiento
- factores ambientales (extrínsecos)
- factores personales (intrínsecos)

Estas tres variables provocan el aprendizaje.

“En la interacción persona-ambiente, las creencias, ideas y competencias cognitivas humanas son modificadas por factores externos, tales como un padre comprensivo, un ambiente estresante o un clima cálido. En la interacción persona-comportamiento, los procesos cognitivos de una persona afecta su comportamiento. De la misma manera, la realización de dicho comportamiento puede modificar la forma en que piensa. Por último, en la interacción ambiente-comportamiento, los factores externos pueden alterar la forma de mostrar el comportamiento” (Mae Sincero, 2011).

Ante el **conductismo clásico**, Bandura declara que el organismo responde a los estímulos del medio a la vez que reflexiona y responde de forma significativa. Su propuesta en el proceso de aprendizaje considera las siguientes capacidades básicas (Aragón, 2012):

- **Capacidad simbolizadora**, para ensayar simbólicamente soluciones antes de ejecutarlas y tener errores.
- **Capacidad de previsión**, ensayando las posibles acciones y consecuencias, que pueden motivar y regular la conducta.
- **Capacidad vicaria**, que con la observación de modelos se aprende de lo que otros hacen y sus consecuencias, sin ejecutar dichas acciones.
- **Capacidad autorreguladora**, se puede controlar la propia conducta manipulando el ambiente y utilizando estrategias cognitivas al proponerse metas, objetivos e incentivos a sus propias acciones.
- **Capacidad de autorreflexión**, analizar la propia experiencia e ideas, contrastando con los resultados obtenidos.

Una de las cuestiones que propone la teoría cognitiva social es el **aprendizaje vicario**. Albert Bandura, realizó el experimento del Muñeco Bobo, en 1961, observando cómo los niños aprenden de lo que ven que hacen otras personas. Con este experimento buscaba

mostrar cómo aprenden los niños desde una temprana edad las conductas agresivas, por imitación. (Aragón, 2012)



Figura 12: Aprendizaje vicario. Por Aragón (2012).

La TV influye sobre la concentración y estimula intelectualmente si la programación lo fomenta (La Segunda Online, 2012). Por su parte, la Teoría Cognitivo-Conductual del Dr. Aaron T. Beck, describe el papel del saber (cognición) para determinar y predecir el patrón de comportamiento de una persona. (Mae Sincero, 2011). Según esta teoría, hay una clara relación entre los pensamientos de la persona (lo que se dice a sí misma sobre las distintas cosas que experimenta), las emociones y los sentimientos que experimenta. Es decir, no son las situaciones las que producen malestar, sino las interpretaciones que se hacen de ellas. (Centro de Psicología Aaron Beck, s.f.).

Se ha de recordar que la Escuela Tradicional fue ideada en el siglo XVII. Sus prácticas escolares cotidianas tienen como pilares el orden y la autoridad. “El orden se materializa en el método que ordena tiempo, espacio y actividad. La autoridad se personifica en el maestro, dueño del conocimiento y del método.” (Pansza, 1996). Su característica principal es la disciplina que posterga el desarrollo afectivo, domestica y frena el

desarrollo social. Además, perpetúa las desigualdades sociales al ignorarlas. Por otro lado, la Escuela Tecnocrática está relacionada con un proceso de modernización de los años cincuenta en América Latina, donde los planes de estudio pueden ser trasplantados de un país a otro por estar lógicamente estructurados, tomando en cuenta sólo lo observable y medible, sin vínculos afectivos. El profesor controla mediante estímulo, respuesta y reforzamiento (Conductismo) para mantener la autoridad y asegurar conductas deseables. Es una receta educativa sin vínculo con la gente y el lugar.

A mediados del siglo XX nace la Escuela Crítica como respuesta a las dos anteriores. Toma conceptos como el autoritarismo, lo ideológico y el poder, y declara que el problema básico de la educación es político. Incorpora elementos del psicoanálisis, las explicaciones y análisis de las relaciones sociales. Considera que en el poder colectivo está el germen de su propia transformación. Plantea que las instituciones se manifiestan por los comportamientos y modos de pensar de sus integrantes. Su valor reside en que profesores y alumnos rompen el papel tradicional que han desempeñado, recuperando la palabra y la reflexión. La renovación es un proceso de concientización de profesores, alumnos e instituciones.

En cuanto al control de masas, se ha de considerar primero a los aparatos ideológicos del Estado. Louis Althusser (1970) indica que el Estado es un aparato represivo, “permite a las clases dominantes (en el siglo XIX a la clase burguesa y a la “clase” de los grandes terratenientes) asegurar su dominación sobre la clase obrera para someterla al proceso de extorsión de la plusvalía (es decir a la explotación capitalista).”

El aparato de Estado (AE) se integra de: el gobierno, la administración, el ejército, la policía, los tribunales, las prisiones, etc., lo que Althusser (1970) llama el aparato represivo de Estado. **La diferencia entre ambos radica en que el aparato represivo de Estado funciona por violencia, y los otros mediante la ideología.**

Lo que plantea este autor está relacionado con las cuatro maneras en que controlan a las clases dominantes en la novela *1984* de George Orwell:

- E. El lenguaje: al reducir el lenguaje y eliminar todos los significados secundarios, se limitan el alcance del pensamiento, se reduce la conciencia, llevan a no pensar, por tanto, se pierde la capacidad de argumentar e imposibilita otras formas de pensamiento.
  
- F. La vigilancia constante: para someter a todos los ciudadanos a los ideales de un partido, evitando así cualquier desviación ideológica. Las telepantallas proyectan una obsesiva telaraña propagandística y educativa, y vigilan las veinticuatro horas del día bajo constante observación de la policía.
  
- G. La propaganda y el control de los medios: su propósito es el manejo de la opinión pública a través de la prensa, el cine y la radio. En esa telepantalla se proyecta la propaganda oficial, mientras que se les corta toda comunicación con el mundo exterior. Se fuerza a una uniformidad de opinión controlando lo que digan la prensa, los testimonios escritos y la memoria humana.
  
- H. La escuela: para que permanezca una cierta manera de ver el mundo y que otros pierdan la facultad de comprender que el mundo podría ser diferente de lo que es. El nivel de la educación popular declina y a los niños se les enseña a no rebelarse contra la disciplina del Partido, se controla su pensamiento y opinión a través de los libros de historia.

Es evidente la relación que existe entre las habilidades de pensamiento, la vida privada y la vigilancia como medios de control. Se requiere ser incapaz de argumentar para dejar que la vigilancia coharte la vida privada. Por su parte, Althusser (1970) también indica que:

“Los aparatos ideológicos de Estado funcionan masivamente con la ideología como forma predominante pero utilizan secundariamente, y en situaciones límite, una represión... Así la escuela y las iglesias “adiestran” con métodos apropiados (sanciones, exclusiones, selección, etc.) no sólo a sus oficiantes sino...también la

familia... el aparato ideológico de Estado cultural (la censura, por mencionar sólo una forma), etcétera.”

Los aparatos ideológicos de Estado, de acuerdo a Althusser (1970), son las iglesias, el sistema de las distintas “Escuelas”, públicas y privadas, el familiar, el jurídico, el sistema político del cual forman parte los distintos partidos, el sindical, el de información (prensa, radio, TV., etc.) y el cultural (literatura, artes, deportes, etc.)

Moscovici (2005), citado por Fernández (2012), menciona que una masa es un conjunto transitorio de individuos iguales, anónimos y semejantes, en el seno del cual las ideas y las emociones de cada uno tienden a expresarse espontáneamente. El colectivo social intercambia rumores y cree más o menos en ellos.

“Para Munné (1987), las características de una masa son: fenómeno colectivo y pluralidad de personas; fenómeno unitario o reacción pasiva o activa a un estímulo común; sin organización, amorfo, no forzosamente desorganizado; transitorio, de carácter esporádico, con falta de organización, inestable y efímero; indiferenciado, con personas anónimas, despersonalizadas, sustituibles, heterogéneas, incontables; fluido, con personas que entran y salen sin que se produzca cambio o disolución; anonimato, sin normas o pautas previstas” (Fernández, 2012).

Y, “Le Bon (2005) afirma que en el alma colectiva se borran las actitudes intelectuales de los hombres y, en consecuencia, su individualidad. Lo heterogéneo queda anegado por lo homogéneo y predominan las cualidades inconscientes” (Fernández, 2012).

Así mismo, en su libro *Psicología de las masas y análisis del yo*, Sigmund Freud cita el libro *A Group Mind* de Michael McDougall para hablar de un fenómeno de la psicología colectiva. “Para que los miembros accidentalmente reunidos de un grupo humano lleguen a formar algo semejante a una masa, en el sentido psicológico de la palabra, es condición necesaria que entre los individuos exista algo común, que un mismo interés les enlace a

un mismo objeto” (Freud, 1921, p. 33). En donde también experimenten los mismos sentimientos ante la situación y añade Freud “que posean, en una cierta medida, la facultad de influir unos sobre otros... Cuanto más enérgica es esta homogeneidad mental, más fácilmente formarán los individuos una masa psicológica y más evidentes serán las manifestaciones de un alma colectiva” (Freud, 1921, p. 33). En la formación de la masa, el fenómeno relevante y singular es “la exaltación o intensificación de la emotividad en los individuos que la integran” (Freud, 1921, p. 33).

Vivimos en una sociedad que ya no hace preguntas ni se pregunta cosas para ir más allá. En cuanto a la escuela, el sistema educativo es una herramienta de control del pensamiento que ha anulado la capacidad crítica y la de reflexión:

"culturizar a los ciudadanos mediante contenidos es la herramienta con la que se anula el pensamiento, es la forma con la que se aleja...del pensamiento, de la crítica, para a cambio llevar a todo el mundo a la aceptación de lo que se les dice, a la aceptación de las normas pero no por un proceso de reflexión..." (Berenguer, 2016)

La escuela es una herramienta de adoctrinamiento donde no fomentará la búsqueda de soluciones alternativas, ni la crítica ni la creatividad; en su lugar, impulsará mejor que memorice lo que ya existe. Crea las condiciones para no cuestionar las normas y aceptar que no hay alternativas. Para tener ciudadanos dóciles se anula la crítica, la reflexión y la creatividad. (Berenguer, 2016)

Otra manera de adoctrinamiento social surge desde la distinción de clases con los "buenos modales" y otros patrones de comportamiento. En su libro *El proceso de la civilización*, Norbert Elias analiza cómo se fueron desarrollando las actitudes y valores en las clases altas del mundo occidental desde el siglo VIII hasta el IX. (Oh libro, s.f.) Su tesis es que los cambios en el comportamiento de las sociedad tienen que ver con “la división del trabajo, la consolidación de monopolios fiscales y el privilegio del Estado para usar la violencia” (Oh libro, s.f.) en donde usa la capacidad de sentir vergüenza y desagrado como control y autocontrol en la sociedad moderna.

La propuesta de Elias subraya las interdependencias entre los tres órdenes de las dimensiones del proceso de civilización (Urteaga, 2013, p. 19):

- De orden político, como proceso de monopolización del ejercicio de la violencia legítima y de los medios fiscales.
- De orden sociológico, con el alargamiento de las cadenas de interdependencia.
- De orden psíquico, con la formación de una economía psíquica que modifica el equilibrio entre la auto-coacción y la coacción interna.

Estos se encuentran otros fenómenos macro-sociales como: la individualización de la esfera íntima, el incremento de la diferenciación de las funciones sociales y la auto-regulación de los comportamientos. Por ejemplo, la Edad Media en Alemania, Inglaterra y Francia, gestó el cambio psico-social en las maneras de comportarse en la mesa, modos de sonarse, escupir o pudor que distinguirían a una clase social de otra:

"Este caso es transparente: esta forma de corregir, cortesana, superficialmente suave y comparativamente considerada es mucho más coercitiva como medio de control social, en especial cuando la practica un superior social; es infinitamente más eficaz para el establecimiento de costumbres duraderas que los insultos, las burlas o cualquier amenaza con castigos físicos." (Sociología contemporánea, 2009).

Para Elias, el proceso civilizatorio implica una transformación del comportamiento y de la sensibilidad humanos en determinada dirección. En su análisis se evidencia que ningún ser humano como individuo ha intentado realizar dicha transformación de "civilización" de manera consciente. (Academia, s.f., p. 449) Para él, la civilización no es producto de la reflexión intencional ni de la planificación, es impensable porque "estas capacidades, precisamente, presuponen un largo proceso civilizatorio" (Academia, s.f., p. 449) que la historia no muestra que se halla llevado a cabo por medio de la educación de personas o grupos.

Por tanto, la transformación se produce sin un plan previo pero con una cierta estructura. Y esto es posible porque “los planes y las acciones, los movimientos emocionales o racionales de los hombres aislados se entrecruzan de modo continuo en relaciones de amistad o enemistad.” (Academia, s.f., p. 450) Esto puede provocar cambios y configuraciones no planeadas o creadas. Entonces, es la interdependencia entre humanos la que deriva ese orden concreto, “determina la marcha del cambio histórico, es el que se encuentra en el fundamento del proceso civilizatorio”. (Academia, s.f., p. 450) Es necesario entender los mecanismos de dichas interrelaciones para comprender, por ejemplo, cómo se puso en marcha el proceso de feudalización. La situación de competencia los obliga a enfrentarse a varios señores feudales que reducen paulatinamente a los competidores hasta llegar a un monopolio de uno de ellos que culmina con la creación de un Estado absoluto. (Academia, s.f., p. 451)

La reorganización de las relaciones humanas influye directamente en lograr el cambio de costumbres que tiene como resultado provisional una forma “civilizada” de comportamiento y sensibilidad. La civilización se pone y mantiene en marcha por la dinámica de una red de relaciones, “por cambios específicos en la forma en que los hombres están acostumbrados a vivir” (Academia, s.f., p. 451)

La transformación específica que modela esa forma de vivir está relacionada con la diferenciación de las funciones sociales como consecuencia del aumento de la presión de la competencia social. “Cuanto más se diferencian las funciones, mayor es su cantidad así como la de los individuos de los que dependen continuamente los demás” (Academia, s.f., p. 451) para realizar actos simples y cotidianos. Eso obliga a ajustar el comportamiento, organizar mejor las acciones de tal forma que la acción individual cumpla su función social. Y lo característico de este proceso civilizatorio es que se inculca a las personas desde la niñez. “La red de acciones se hace tan complicada y extensa y la tensión que supone ese comportamiento «correcto» en el interior de cada cual alcanza tal intensidad que, junto a los autocontroles conscientes que se consolidan en el individuo, aparece también un aparato de autocontrol automático.” (Academia, s.f., p. 452)

Lo anterior tampoco sería posible sin la habilidad humana de hacer que otros adopten un punto de vista determinado, convencer a una audiencia sobre un tema: la retórica. Su utilidad es muy clara en debates sobre temas controvertidos. Para Aristoteles, la retórica es la contraparte de la dialéctica sólo que mientras la segunda expone, la primera persuade o refuta. Él buscaba que la práctica común de argumentar y hablar en público fueran un arte.

Su libro *Retórica* se conforma de tres libros: el primero habla de la estructura de la retórica y los tipos que hay (*ethos*). El segundo libro habla del público, de su capacidad de razonar, sus pasiones y modos de ser (*pathos*). El último libro se centra en los discursos como medios para persuadir (*logos*). (González-Reiche, L., 2017). El *pathos* es la habilidad de la persona en evocar las emociones de su audiencia, busca empatizar con ella. El *ethos* buscaría que al presentar los argumentos, el tono y el mensaje generen confianza y credibilidad. Finalmente, el *logos* utiliza el razonamiento lógico para argumentar y apela al intelecto. La combinación de los tres se usa para persuadir y convencer a los demás, por tanto tener el control sobre el otro. (Muelas, 2019)

Aristóteles define la retórica como “la facultad de conocer en cada caso aquello que puede persuadir” (González-Reiche, L., 2017). Al partir de lo verosímil, la retórica, mediante el razonamiento demuestra aquello que la gente cree posible. Quien emite el discurso se basa en la lógica común, con argumentos o pruebas durante el discurso, busca convencer. Para lograr tal cometido también o se gana la confianza de su audiencia al ser creíble o apela a las emociones y sentimientos del oyente trayendo recuerdos a la memoria. (González-Reiche, L., 2017). Por tanto, la retórica controla el lenguaje a través de la comunicación cotidiana y el discurso público. Los discursos, como relaciones entre sujetos, son vías de persuasión donde pesa más el orador y su audiencia que la argumentación. Así, quien intenta convencer a alguien y lo persuade está usando la retórica.

En cuanto a la información como aparato ideológico de Estado, es indispensable hablar de cómo las nuevas tecnologías se están relacionando con el control de masas, puesto que ya no sólo son los medios tradicionales sino los datos obtenidos de cualquier tecnología sobre una persona específica. Entre la controversia de informar o no se está de acuerdo en que el avance tecnológico ha marcado un antes y un después dentro del universo de la comunicación (Pérez Borges, 2012). Para tener herramientas modernas capaces de controlar multitudes con la misma eficacia que el control individualizado, la inteligencia artificial, va en esa dirección, desarrollando prioritariamente aquellas más adecuadas para el control de grandes masas. Las policías de China, Estados Unidos, Rusia y la Unión Europea, están adoptando modernas tecnologías para controlar a sus ciudadanos. (Zibechi, 2018)

Un ejemplo de ello es China quien ha llegado a la identificación facial para prevenir delitos y encontrar personas (El Mundo, 2018). Es necesario recordar que ya desde 2016 China preparaba un sistema para poner en marcha en 2020 o antes. Dicho sistema disciplinario basado en recoger datos personales y de empresas, se usarán para puntuar la fiabilidad social y la lealtad política de cada individuo y de cada compañía. La propuesta implicaba castigos que iban desde la prohibición de hospedarse en ciertos hoteles, de viajar cómodamente o de que los hijos asistan a las mejores escuelas. (Vidal, 2016)

Es el comienzo de formas más minuciosas de controlar a la población. “Se está inaugurando una nueva era de control de masas, estructural, no coyuntural, que durará tanto tiempo como nos lleve a los sectores populares desbordarla o neutralizarla. La tarea primordial en este momento es identificarlas.” (Zibechi, 2018)

Con esto, queda claro que la educación que se plantea en la novela de Orwell sigue el paradigma conductual que, al provocar la anulación del pensamiento con la acotación del vocabulario y la vigilancia constante, refuerza el control y por tanto la conducta. Tal cual sucede con el castigo. Esto es mucho más claro en la novela *1984*, donde los adultos temían a sus hijos porque el «niño heroico» denunció a sus padres a la Policía del Pensamiento contando todo lo que escuchaban en casa gracias a “unas trompetas

especiales para escuchar por la cerradura” (Orwell, 2003, p. 69). La trompeta se volvió el objeto que controla el comportamiento y lo refuerza.

### **3.2.- La educación y los medios del futuro**

Las capacidades cognitivas que Sartori dice que se pierden con la televisión son la capacidad de comprender abstracciones, la comprensión y el aprendizaje. Los puntos centrales de su discurso son:

- A. “La televisión modifica radicalmente y empobrece el aparato cognoscitivo del *homo sapiens*” (Sartori, 1998, p. 19)
- B. “la cuestión es si mi tesis es errónea...¿es verdadero o falso que el hombre vídeo-formado se ha convertido en alguien incapaz de comprender abstracciones, entender conceptos?” (p. 19)
- C. La televisión, a diferencia de la radio, destruye más el entendimiento y el saber que el que transmite. (Sartori, 1998) Modifica la naturaleza de la comunicación al trasladarla de la palabra impresa en periódicos o transmitida por la radio al de la imagen. Pasamos de la palabra como símbolo, que entendemos sólo si conocemos la lengua a la que pertenece, a la imagen como representación visual que se ve y sólo requiere que la persona sea vidente; cambia la relación entre entender y ver. Los acontecimientos se relatan por escrito, y con la TV ahora se muestran, y la explicación de dichos acontecimientos está sólo en función de las imágenes que se ven en pantalla.

Sartori considera que la televisión es un objeto que comunica y educa y que por tanto genera un tipo de ser humano. Sin embargo, ser educado delante del televisor implica, como se dijo en el primer capítulo, que los padres tienen un rol relevante ya que el niño requiere la estimulación de otras personas. El problema no es tanto, como lo veía Sartori, que el niño a los tres años es una esponja sin capacidad de discriminar sino que inicia el juego simbólico, conoce normas y hábitos de comportamiento del grupo al que pertenece e imita las acciones del adulto. Lo que suceda en su hogar es lo que dará la pauta para su aprendizaje posterior. Depende de su entorno y la atención que los adultos le brinden. Aunado al hecho de que en México la programación televisiva educativa o cultural es

prácticamente inexistente, predominando programas de índole comercial (Fernández, 2004).

La imagen muestra sin explicar ni lleva a comprender, como dice Sartori, mas esto es debido a que su comprensión implica un trabajo de reflexión por parte de quien la mira. Entender la imagen significa tener la capacidad de relacionar los elementos que la conforman. Todo esto tiene que ver con el proceso cognitivo de pensamiento que es el que permite relacionar datos y experiencias.

El hecho de que la televisión genere un tipo de ser humano está relacionado tanto con los procesos cognitivos y las habilidades que de ellos se derivan, como de que las personas tienden, en términos generales, a leer, observar o escuchar las comunicaciones que presentan puntos de vista con los cuales ellos mismos se encuentran en afinidad o simpatía y tienden a evitar comunicaciones de un matiz diferente, de acuerdo a Wilbur Schramm (1975) citado por Fernández Trejo (2004, p. 9).

Cuando los acontecimientos ya no se relatan por escrito, sino que se muestran como con la TV, y la explicación de dichos acontecimientos está sólo en función de las imágenes que se ven en pantalla, como lo indica Giovanni Sartori, requiere tener desarrollada la comprensión, misma que implica una serie de procesos como el análisis, la crítica o la reflexión.

Otro factor a considerar es que, actualmente, los medios de comunicación han cambiado y son un sector en constante transformación. La digitalización ya está en todos los sectores. Sólo sobrevivirán los medios que pongan en el centro a los lectores. Cerezo, en su libro *Los medios líquidos. La Transformación de los modelos de negocio* indica que: "Empresas como Uber, Airbnb y Netflix han triunfado no porque tuvieran más presupuestos o mejores tecnologías, sino porque han aplicado las nuevas reglas de la economía digital reinventando la cadena de valor de sus respectivas industrias" (García, 2018).

Los medios “habían controlado casi la totalidad de la cadena de valor del negocio de la información. Pero, con la llegada de Internet y la aparición de nuevas plataformas de distribución, se han visto paulatinamente desplazados”. (García, 2018). Además, la Inteligencia Artificial será un factor que transformará al 100% de la economía, también para el periodismo y los medios. Un ejemplo de ello es la compra que Apple hará de Texture, el servicio de revistas digitales que da acceso a más de 200 publicaciones por 9,99 dólares mensuales. (Ormaetxea, 2018).

El avance en los medios ha dejado ver el poder de las plataformas predominantes de Internet como Google y Facebook, que controlan la información de lo que se puede ver ahí. “Berners-Lee denuncia que esta concentración de poder da lugar a un nuevo conjunto de "custodios de la Red", permitiendo que un puñado de plataformas tengan control sobre cuáles sean las ideas y opiniones que se pueden ver y compartir.” (Ormaetxea, 2018). La información es poder. Y la información sigue en manos de unos pocos. Sólo muta la forma de difusión.

Además, “la Inteligencia Artificial es el fin del Código. Estamos pasando de un mundo de programación a un mundo de aprendizaje, donde el conocimiento, la experiencia y las habilidades para la vida son la clave” (Ormaetxea, 2018). La advertencia está en reconsiderar cómo trabajarán los equipos en torno a ella.

Se necesita recordar que actualmente, se trabaja en la computadora al mismo tiempo que se ve la televisión y se está pendiente de las notificaciones de redes sociales y las alertas del celular. Sin embargo, un estudio ha develado que el cerebro no está capacitado para la multitarea. El estudio de la Universidad de California en Los Ángeles (UCLA), pidió a dos grupos cierta actividad, sólo que la mitad tenía que realizarlo en un ambiente de multitarea, mientras escuchaban altos y bajos tonos y tenían que contar las señales acústicas elevadas. Ambos grupos fueron competentes. Sin embargo, al hacer preguntas más abstractas, el costo cognitivo de las multitareas se evidenció. La manera como funciona el cerebro, permite realizar muchas tareas, siempre y cuando se focalice en hacer una a la vez. (Manes, 2016)

Por eso, hoy más que nunca, si no se tienen desarrolladas las habilidades de pensamiento como: dar puntos de vista, inferir, detectar supuestos, dar razones sobre lo que se piensa, proyectar un ideal de yo (cómo gustaría ser), proyectar ideales de mundo (cómo gustaría que fuera el mundo en el futuro), detectar falacias, detectar ambigüedades, te conviertes, como lo decía Sartori, en un espectador pasivo que recibe imágenes, que no piensa. Por eso se requiere que la educación promueva maneras de fomentar el pensamiento mediante el pensamiento crítico, la resolución de problemas y la toma de decisión, así como en aprender a aprender, lo cual implica saber sobre procesos cognitivos (Care, 2016).

### **3.3.- Educación on-demand**

Una de las diferencias que Sartori ve entre la televisión y la computadora es que con ésta última pensamos, modifica nuestra manera de pensar. Y con el Internet ve una red multitarea que transmite imágenes y texto escrito, abre el diálogo entre sus usuarios y fomenta la interacción, por lo que fomenta la curiosidad.

Hoy en día, los universitarios buscan contenidos de sus materias en las plataformas digitales, ubican a los autores en las redes sociales, bajan clases por *streaming* o toman como fuentes videos de *YouTube*. Por otro lado, a los profesores les cuesta trabajo que su clase en vivo sea atractiva cuando la estructura los coloca como la persona que sabe la disciplina y tiene la responsabilidad de transmitirla a los estudiantes (Télam, 2016).

“El conocimiento cambia y los estudiantes cambiaron” (Télam, 2016) Ahora, se augura que la enseñanza universitaria, como la conocemos, desaparecerá. Esto lleva a los profesores a transformar sus prácticas de enseñanza pues se comienza a evidenciar que “hay que construir una nueva didáctica para las clases en vivo” (Télam, 2016) puesto que se está ante un cambio de era que está forzando a innovar en las clases en vivo.

Por otro lado, la nueva tendencia de consumo *on demand*, que posibilita aprender en cualquier momento, al ritmo deseado y en el lugar que se quiera, plantea la pregunta:

¿qué es lo que va a quedar como experiencia en vivo? (Télam, 2016) Hoy la gente puede aprender habilidades técnicas por medio de estas nuevas tecnologías: *YouTube*, *Domestika*, *Google*. Una persona no tiene los recursos, sin embargo, se vuelve autodidacta. El problema está en la accesibilidad a dicha tecnología, algo que Sartori ya no previó.

Los esfuerzos de décadas para cerrar la "brecha digital" aún no llegan a un logro. "Brechas, disparidades y fracturas caracterizan a la mayoría de sociedades y economías contemporáneas...Desde las brechas de riqueza a las de logros educativos, pasando por las disparidades de ocupación laboral y las de conectividad a Internet, fisuras estructurales dan forma a un campo de juego desigual en el que el acceso a recursos y oportunidades no se distribuye de manera uniforme entre la población. Las diferencias de género, raza/etnia y clase social, determinan la manera en que los ciudadanos participan en la sociedad, economía, política y cultura..." (Lombana, 2018, p. 18)

Ante el rápido desarrollo de las "TIC de última generación, como el caso de los sistemas de Inteligencia Artificial (IA) y su despliegue a través de varias dimensiones sociales, probablemente profundizará las desigualdades digitales existentes" (Lombana, 2018, p. 17), por lo que es crucial que los gobiernos, las universidades, organismos internacionales y la ciudadanía empiecen a diseñar estrategias y políticas que difundan estas tecnologías. Tecnologías como las que Stone et al. (2016) mencionan: "la visión de máquina, el aprendizaje automático a gran escala, el procesamiento de lenguaje natural, la Internet de las Cosas (Internet of Things, IoT) y la programación de algoritmos sofisticados" (Lombana, 2018, p. 19).

En el siglo XXI han comenzado a estudiar la "brecha" encontrando que las disparidades en el acceso están correlacionadas con la edad, la raza, el género, la educación y los ingresos. La "brecha digital" tiene que ver más que sólo el acceso a la tecnología. (Lombana, 2018, p. 20).

Por otro lado, los investigadores también analizaron el desarrollo de habilidades y competencias socioculturales, las motivaciones y los patrones de uso de las herramientas y redes digitales. Identifican varias fracturas digitales. Y si bien el acceso a la tecnología sigue siendo importante, se reconocen dos brechas digitales más. Hargittai (2002, 2011), Jenkins (2006), Robinson (2009), Schradie (2011) y Van Deursen et. al. (2016) hablan de la existencia de disparidades en términos de habilidades y prácticas socioculturales que permiten la participación eficaz y la creación y circulación de contenido en línea. (Lombana, 2018, p. 21). Los académicos hablan de las diferencias en el uso de Internet por parte de las personas para mejorar su condición socioeconómica (Lombana, 2018, p. 21).

Por ejemplo, **la desigualdad socioeconómica en la educación mexicana tiene como efecto que un 18.7% de la población no tenga acceso a educación obligatoria**. Los que sí tienen la oportunidad de aprender enfrentarán problemas de infraestructura, considerando que el 11% de escuelas públicas no tienen acceso a energía eléctrica y 13% no cuentan con baño. Eso sin considerar que, en cuanto a la preparación y desempeño de docentes, **México tiene 1,506,000 profesores, de los cuales el 80% dicen no tener herramientas suficientes para el desarrollo profesional y 70% les falta preparación pedagógica**. Docentes encuestados indican, complicaciones como la falta de apoyo profesional e incentivos, cursos demasiados costosos que tienen horario durante las horas de escuela. Combinar ausentismo y falta de formación contribuye a los problemas del sistema educativo. (Ashoka, 2017)

La campaña *Every child should have the same opportunities* es un ejemplo de esta brecha socioeconómica y cultural más allá del acceso físico a las distintas tecnologías.

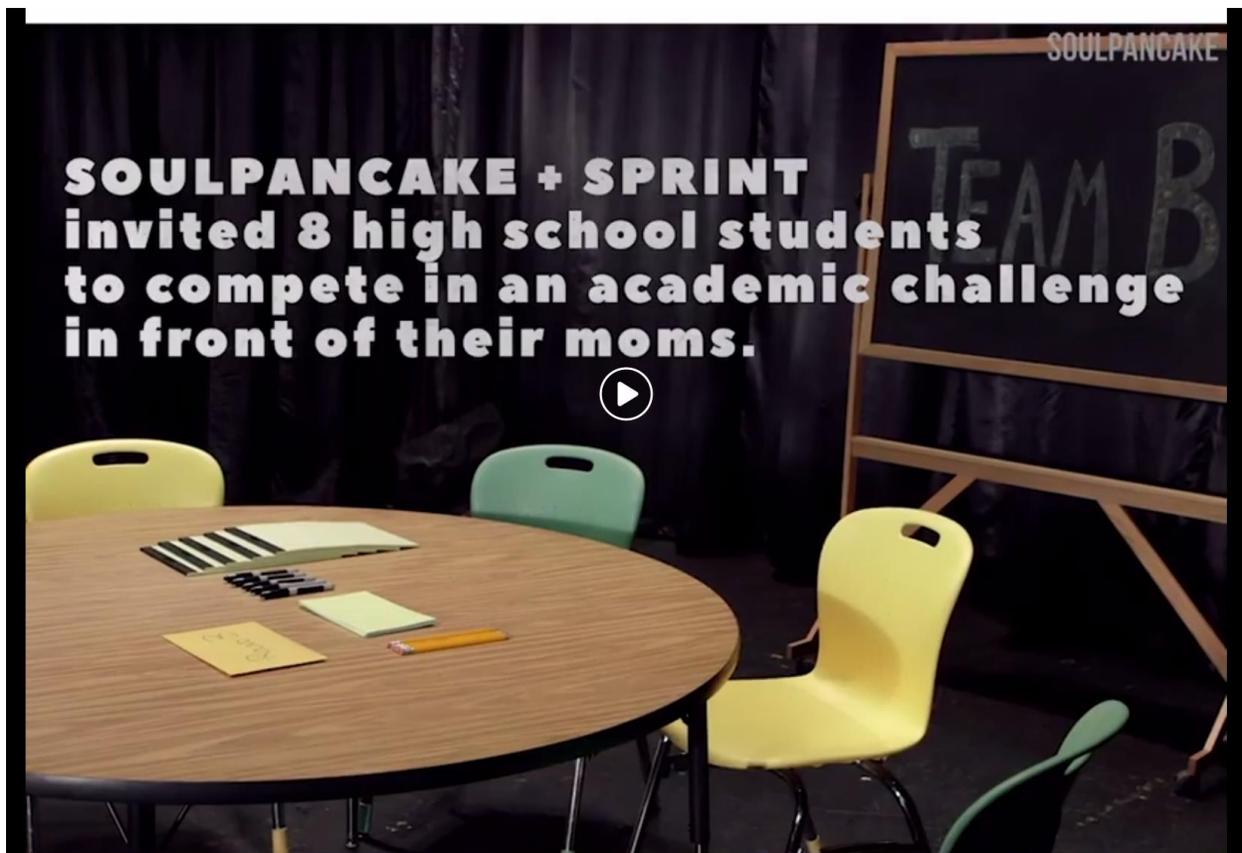


Figura 13: Video de la campaña *Every child should have the same opportunities* de Soulpancake. Por Jungle VT (2017).

El video muestra un desafío académico de dos equipos de estudiantes. Sólo pueden usar lo que hay en su mesa. Consta de tres rondas en donde las preguntas irán siendo más difíciles. En la primera parte, la primera pregunta que les hacen es “¿cuál es el animal más grande que vive hoy?” Ambos equipos responden en cartulinas de colores la respuesta correcta: la ballena azul. La siguiente pregunta es una operación matemática. Sin embargo, las reglas del juego cambian en la segunda parte, pues dan a los equipos recursos adicionales. Dado que están separados por una cortina negra, sólo las mamás ven que a un equipo han dado dos computadoras y al otro equipo enciclopedias. El equipo con computadora con acceso a Internet comienza a buscar en Google la respuesta a “¿quién fue el primer presidente de Estados Unidos en vivir en la Casa Blanca?” y el otro equipo en las enciclopedias. El equipo con las computadoras comienza a responder con mayor velocidad. Una de las integrantes del equipo con enciclopedias

se pregunta “¿cómo saben esto?”. Al abrir las cortinas que los separan, se muestra la ventaja injusta del acceso a la tecnología.

La tercera parte muestra los datos duros: 70% de los profesores solicitan tareas que requieren acceso a Internet cuando 5 millones de casas no tienen acceso a Internet de alta velocidad. Y el 50% de los estudiantes dicen que no pudieron terminar una tarea por no tener acceso a Internet o a una computadora.

Sartori se quedó corto con el uso del Internet, sin embargo, Orwell está más vigente hoy con el uso que se le está dando a la tecnología para el control de la población, y el acceso a ésta es una manera de control.

## **CAPÍTULO 4: LA TELEVISIÓN**

Este capítulo hace un análisis del impacto de los medios de comunicación en la sociedad desde la invención de la televisión hasta la actualidad, enfatizando la investigación en el uso de Internet a partir del apagón analógico (2005-2012), periodo que pone fin a las transmisiones de televisión analógica y da paso a las transmisiones en formato digital; momento en que evolucionó la manera cómo consumimos los medios y la televisión, y en el cual la televisión ha visto su máximo esplendor, siendo el que más impacto ha logrado tener en la sociedad y en los otros medios de comunicación, generando cambios importantes en nuestra manera de educar, comunicar y entretener.

### **4.1. Panorama actual de la televisión y otras pantallas**

Desde la mitad de los años ochenta hasta la actualidad, la relación entre emisoras y sus audiencias se está volviendo más interactiva, con el acceso a Internet, podemos elegir el idioma de lo que vemos o incluso tener una conversación en tiempo real a través de redes sociales con los conductores y otros televidentes. Gracias a la digitalización, parcial o total de la red, al incorporar el cableado con fibra óptica (Santos, 2010, p. 81). Se puede ver la evolución de la televisión y las otras pantallas en el Anexo 1.

Esta digitalización de las señales y de los servicios ofrecidos por los satélites de difusión directo (DBS) y de la televisión por cable (CATV) en distintas regiones del mundo, ha creado un nuevo escenario para la televisión: la multiplicación exponencial de señales, la fragmentación de audiencias y nuevas formas de financiación, como el abono mensual o el pago por ver (Santos, 2010, p. 83). Esto también abrió debate sobre los cambios que traería la televisión digital terrestre (TDT), donde la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y el sonido es mediante una red de estaciones repetidoras terrestres (Los otros países del apagón digital, s.f.).

Con el proceso de transición tecnológica, a partir de la digitalización total de la producción, emisión y recepción de programas, se abren posibilidades que terminan con la televisión como se conocía hace más de veinte años (Santos, 2010, p. 83). La

digitalización permite, entre otras cosas, imágenes en alta definición por tanto mejor calidad de imagen, interactividad y recepción de señales de TV en dispositivos móviles (Los otros países del apagón digital, s.f.). Esta relación de la televisión y el Internet, lleva a estrategias para mantener a sus audiencias pegadas a la televisión, como el envío de mensajes de texto a los programas televisivos. También incrementa la competitividad, en un estudio de la Columbia Business School, “Banda ancha, digitalización y desarrollo 2013”, “estima que el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) de un país está vinculado con el aumento en la penetración de la banda ancha en su población” (Forbes, 2018).

La televisión digital terrestre permite, de acuerdo al Mtro. Miguel Ángel Santo Guerra (2010, p. 83):

- incrementar notablemente el número de programas, servicios y señales actualmente disponibles.
- mejorar la calidad de las imágenes y del sonido de las transmisiones y de las recepciones televisivas.
- establecer servicios personalizados e interactivos (relación empresa televisiva-audiencia) de radiodifusión y telecomunicaciones.
- facilitar la convergencia entre el sector audiovisual, las telecomunicaciones y la informática.

El apagón analógico inició en 1998 con Reino Unido y Estados Unidos quienes lo concluyeron en 2008. El siguiente año lo hizo Suecia concluyendo hasta 2007 y España terminando en 2010. El siguiente apagón pasó hasta 2001 con Finlandia, Suiza y Corea. En 2002 Bélgica y Croacia. En el 2003 Canadá, Holanda, Alemania y Japón. Taiwan lo hizo en 2004. Francia en 2005. Dinamarca y Austria para 2006. Noruega inició en 2007. Italia en 2008 y Portugal en 2009 (Los otros países del apagón digital, s.f.). El apagón analógico cambia radicalmente cómo consumimos los medios, cambia la manera de ver televisión en el mundo.

Además, en las grandes ciudades del mundo, debido al crecimiento de los servicios de comunicación inalámbricos, y la proliferación de canales de televisión, llevó a que la UIT dictaminara que se tenía que transitar de la televisión analógica a la digital elaborando el acuerdo Plan de Ginebra 2006 (Forbes, 2018). Aunque México fue el primer país latinoamericano en realizar el apagón analógico, América Latina y el Caribe, es una de las regiones más atrasadas en la implementación. México terminó a finales de 2016. Otros, como Brasil terminará en 2023, mientras que Panamá todavía no tiene una fecha determinada. “En Centroamérica, Costa Rica podría ser la primera que haga el encendido digital, el 15 diciembre de 2017, día que concluirá un proceso que comenzó en 2009” (Forbes, 2018).

Dicha transición ha sido un acontecimiento socio-económico. Por ejemplo, los publicistas son un sector de los más beneficiados por la llegada de la TDT, que les permite una segmentación gracias a la aparición de múltiples canales. Los anunciantes pueden dirigirse a la audiencia que les interesa (Santos, 2010, p. 83-84).

Hay tres tipos de modelos de negocio en torno a la televisión:

- a. TV abierta que se basa en “la publicidad, las audiencias masivas o de nicho y la venta de licencias. Compiten Televisa, TV Azteca, Imagen Televisión y próximamente se sumarán 32 frecuencias de TV local, incluidos cuatro nuevos participantes en el sector de la radiodifusión” (Bravo, 2018). Su ventaja es que atrae inversión publicitaria y su cobertura es masiva. Lo que los distingue es su contenido de deportes, eventos especiales y en vivo.

Los medios público en la TV abierta son las estaciones y/o sistemas de gobiernos estatales, universidades, legislativos, judiciales, educativos y culturales, sin fines de lucro, que son financiados con recursos públicos. “Aunque existe una importante infraestructura de frecuencias para los medios públicos, éstos no tienen un lugar destacado en el ecosistema de medios” (Bravo, 2018). Existen con la función social de elevar el nivel educativo, cívico y cultural de la población mediante sus contenidos.

b. La TV de paga. Su modelo de negocio es la suscripción y la publicidad local. “Distribuyen las señales de los grandes estudios de cine y de producción de contenidos relevantes y premium, sobre todo de Estados Unidos.” (Bravo, 2018). Su competencia son los operadores Over the Top (OTT) que ofrecen video bajo demanda por suscripción vía streaming. “Las desconexiones o cord-cutting y las elevadas tarifas de paquetes son los fantasmas que amenazan con detener el crecimiento de los sistemas tradicionales de TV de paga.” (Bravo, 2018).

La televisión por cable nace a finales de los años cincuenta en Estados Unidos para que poblaciones de zonas rurales pudieran ver la televisión. Álvarez (1997), citado por Mora (2017), indica, estrechamente relacionada con la evolución de las redes de telecomunicación, que:

“Una antena receptora para captar las señales de televisión y un sistema de cableado para ofrecerles a los hogares de dichas poblaciones por un pequeño importe económico fue el embrión de la televisión por cable...si el cable y el satélite fueron elementales en el pasado, el incremento de la potencia de emisión de los mismos y la digitalización y comprensión de las señales de televisión son, en la actualidad, los factores decisivos.”

c. Operadores Over the Top. En este grupo se encuentran *Netflix*, *ClaroVideo*, *HBO Go*, *Amazon Prime Video*, entre otros. Su modelo de negocio se basa en “suscripción y/o venta y renta de series y películas. Su diferenciador es la calidad y las temáticas de las producciones que ofrecen y la variedad o particularidad de su catálogo en streaming” (Bravo, 2018). A finales de 2017 en México había “10.5 millones de usuarios de video streaming por suscripción (Statista). Después de EUA y Brasil, México posee el catálogo más numeroso de películas, series y videos de Netflix con 3,525 contenidos” (Bravo, 2018).

El consumo bajo demanda va en aumento. De acuerdo a *TV and Media 2016* de Ericsson, el tiempo total de visualización para el contenido de TV lineal ha disminuido 16 por ciento desde 2010. Siendo la visualización bajo demanda (series de TV, películas y

otros programas de televisión) y los videos cortos los que han captado una parte cada vez mayor. (Bravo, 2018).

Es claro que los hábitos de los consumidores de contenidos audiovisuales han cambiado y eso lleva a que los modelos de negocio, las propuestas y narrativas audiovisuales también cambien (Bravo, 2018). Pasamos de los televisores analógicos, voluminosos por su parte posterior sobresaliente al contener un cinescopio al interior y con una perilla para cambiar de canal, a las pantallas planas y ligeras colgadas de la pared. (Muñoz, 2016;). Pasamos de las perillas enumeradas del 1 al 13 con señal análoga y antena, a los controles remotos y señales digitales, alta definición e infinidad de canales (Muñoz, 2016) pudiendo conectarnos a Internet desde ellas.

Estos cambios también se ven en otras pantallas. La computadora es un ejemplo de una de las varias tecnologías que pasaron de ser enormes y complejos equipos poco transportables, a tener un tamaño que se lleva en la mano. Esta evolución tecnológica lleva a tener aparatos pequeños con grandes capacidades (Muñoz, 2016). El celular, pasó de un tamaño impráctico y que no cabía en un bolsillo a los teléfonos planos, smartphones, con pantalla táctil. Desde entonces, se “ha creado aplicaciones para todo, que hacen de un aparato que fue diseñado solo para hablar con otra persona, en casi una arma de guerra. Cámara de fotos power, juegos, GPS, más juegos, TV, radio, programas de edición” (Muñoz, 2016).

Tanto la televisión digital como la computadora portátil y el smartphone pueden interactuar entre ellos (Muñoz, 2016) enviando archivos de un celular a una computadora de forma inalámbrica gracias al bluetooth, o se puede reproducir el contenido de un celular en la Smart TV, por poner ejemplos. Además, todos tienen acceso a Internet y cada vez más sus funciones se van entrelazando y se pueden hacer múltiples cosas con uno de ellos (Muñoz, 2016). Con el celular puedes hablar y también redactar archivos, tomar fotos, ver videos, escuchar música o jugar videojuegos, tal como una televisión, un equipo de música y una consola de videojuego (Muñoz, 2016). La computadora ya no sólo es un espacio de almacenamiento de archivos sino un dispositivo donde puedes ver televisión, cine, escuchar música o principal herramienta de trabajo. Y la televisión está

pasando de ser sólo el transmisor de señales a parecer una computadora. Los Smart TV tienen navegadores de Internet, capacidad de bajar algunas aplicaciones (Muñoz, 2016) y revisar *Facebook* o usar las aplicaciones de *YouTube*, *Spotify* o *Netflix*.

Otro tipo de pantalla que también está viviendo un cambio a partir de las nuevas tecnologías es el cine. El modelo de negocios tradicional, que siguen las salas de cine incluye “el theatrical release, que es el estreno en salas comerciales; seguida por la televisión por cable premium, que son canales como HBO o pago por evento, después venía el cable regular y la televisión abierta.” (Redacción *El Financiero*, 2018). Esto permitía a los productores saber cuando la película iría generando un retorno de inversión. Sin embargo, esta regla se está transformando con la aparición de nuevas plataformas como *Netflix*.

Un ejemplo de esto es lo sucedido con el estreno de la película *Roma* de Alfonso Cuarón. La razón por la que esa película no se exhibe en las salas de cines, es porque “las grandes cadenas de cines piden 90 días para proyectar el filme de forma exclusiva; sin embargo, Cuarón la está exhibiendo en *Netflix*” (Redacción *El Financiero*, 2018). De acuerdo al crítico Arturo Aguilar, esos 90 días es una exclusividad para las salas comerciales. “Es un acuerdo que se ha venido adaptando, es un poco tácito” (Redacción *El Financiero*, 2018). Cuarón hizo una alianza con *Netflix* para proyectar la película en *streaming*. *Cinépolis* pidió a *Netflix* posponer el estreno en su plataforma proponiendo el 29 de noviembre de 2018 para sus salas. “En un comunicado, la compañía señaló que no puede exhibir el filme más reciente de Cuarón debido a que la película fue vendida a *Netflix* bajo un esquema que no incluye la exhibición del filme en salas de cine” (Redacción *El Financiero*, 2018). Se está ante una revolución de la industria porque ya no puedes pedir a la gente que espere tres meses para ver la película que quiere ver.

Las empresas OTTs (Over the Top) que ofrecen contenidos vía *streaming* “están tomando el control del entretenimiento on demand: *Netflix*®, *Hulu*®, *Amazon*® Prime, *HBO*®, *Walmart*®TV más las recién anunciadas *Disney*®+ y *Apple*® Stream; son una realidad y controlarán en breve la mayoría de las producciones cinematográficas y del

formato TV Series” (Quiroz, 2018). Los cines siguen ofreciendo una imagen proyectada al frente de una sala oscura y llena de gente y como valor agregado un asiento moviéndose (Quiroz, 2018). No apostaron por producir su propio contenido. El avance, la velocidad y penetración de Internet posibilitan que más gente esté conectada demandando contenido; y que por tanto haya más empresas productoras haciendo contenido (Quiroz, 2018).

En cuanto a los videojuegos, las computadoras personales dan flexibilidad al permitir añadir “componentes que se pueden mejorar constantemente, como son tarjetas gráficas o de sonido y accesorios como volantes, pedales y mandos, etc” (reinformática, s.f.). Admiten actualizar los juegos con nuevos añadidos de la compañía que creó el juego o por otros usuarios (reinformática, s.f.).

Por su parte, *Youtube* aprueba que el usuario elija los videos y temas de su interés de entre la gran oferta que existe gracias a quienes abren una cuenta y suben su propio contenido. Cabe mencionar que también aumenta con rapidez el contenido audiovisual de redes sociales como *Twitter*, *Facebook* y *Snapchat*.

#### **4.2.- Impacto en la sociedad de la televisión y otras pantallas**

Hay un nuevo modo de ver la televisión: la Internet televisión. Esta surge por el incremento de usuarios de Internet a partir de 2003 que ha generado un nuevo perfil de persona y su consumo (Mora, 2017, p. 27).

Tubella, Tabernero y Dwyer (2008), citados por Mora (2017, p. 27), caracterizan la experiencia del usuario de Internet de acuerdo a cuatro características:

- a. Se accede a Internet principalmente desde la vivienda.
- b. Conectarse a Internet en el hogar da pie a una “introducción independiente y autodidacta de los usuarios a la utilización de la tecnología”.
- c. “El nivel de experiencia de la población aumenta lógicamente a medida que su uso se va a extendiendo”.

- d. La experiencia y disponibilidad de Internet doméstico aumentan la frecuencia y uso de Internet.

De acuerdo con Tubella, Tabernero y Dwyer (2008), citados por Mora (2017, p. 27), los más jóvenes “desempeñan un papel esencial en los procesos de transformación de las prácticas de información y comunicación, fundamentalmente en relación con el uso de las TIC y el consumo de medios de comunicación”. Son los jóvenes quienes marcan las tendencias en Internet, son nativos en el uso de la tecnología. Del Pino y Aguado (2012), citado por Mora (2017, p. 27), señala que es mayormente este segmento quien tiene preferencia por “ver televisión a través de Internet...pues sus aspiraciones y los valores de las nuevas tecnologías encuentran evidentes puntos de coincidencia, con la interactividad, virtualidad, P2P y en general, las llamadas “tecnologías de relación”, como el podcasting, blogging o redes sociales”.

Esta televisión Internet ha marcado un cambio para las personas quienes llegan a permanecer conectados a Internet, siempre en línea, en las distintas plataformas *online*, incluidas las redes sociales, de las que se hablará en el siguiente capítulo. “De lo que entendíamos como audiencia tradicional y pasiva, hemos pasado a la audiencia 2.0. En donde el usuario interactúa con el medio y selecciona los contenidos exactos que quiere visualizar, comenta, comparte y es parte ya integrada del medio” Mora (2017, p. 27). Es una audiencia activa y una nueva generación. De acuerdo a Quintas y González (2015), citado por Mora (2017, p. 28), las nuevas tecnologías digitales en los hábitos televisivos “supuso, por una parte, que la centralidad de la pantalla de televisión fuera sustituida por una experiencia televisiva multipantalla y multitarea.”

Nace también una televisión “a la carta” que posibilita ver lo que se quiera cuando se quiera debido a la generación de *millennials* (nacidos entre 1986 y 1995), nativos digitales, que prefieren “consumir los contenidos que les ofrece Internet, a ver la televisión”. Cabe señalar que los *xennials* (nacidos entre 1977 y 1985), a diferencia de los *millennials*, fue la primera generación en tener computadoras en casa, acceso a Internet y a una cuenta de *e-mail*. Además, les son naturales las redes sociales a pesar de crecer

sin *MySpace*, *Facebook* o *Twitter*, tuvieron su primer celular entre sus 17 y 20 años por lo que tenían que hablar a casa de sus amigos por teléfono. Otro de los cambios que vivieron fue la transición del cassette o DVD a poder bajar canciones de Internet por Napster. (Lebowitz, 2018).

Así, nuestros hábitos han cambiado y de eso no hay ninguna duda. Lo atractivo del “VoD (vídeo bajo demanda) y las plataformas que ofrecen un servicio online, es la posibilidad de elegir el momento exacto en el que visionar los contenidos ofertados” (Mora, 2017, p. 28). Por ejemplo, *YouTube* ha servido como aparador de grandes talentos, promoción de las grandes empresas y muchas personas, los llamados *youtubers*, lo han convertido en su lugar de trabajo (Alcalá, 2017). Incluso esta marca cambió su logotipo en 2017, dejando atrás el énfasis que ponía en **la palabra Tube**, que aludía a una pantalla de televisión, ya que busca adaptarse a las nuevas características del mercado actual. Además, su logotipo anterior hacía referencia a “los tubos de rayos catódicos que poseían las antiguas televisiones. Ahora bien, en la actualidad ni estos tubos abundan ni la televisión le hace sombra a la plataforma de video más visitada, YouTube” (Cerberón, 2017). Ha consolidado su presencia en telefonía, tabletas, consolas de juegos y televisores. Con los años, ha generado servicios específicos para todos los segmentos de la sociedad: **YouTube Kids, Gaming, Red, TV y Music**. Probablemente una de las razones por las que esta plataforma ha sobrevivido a los cambios en Internet.

Para entrar a la industria de la música, en 2016 *Youtube* contrató a Lyor Cohen, con el fin de “estrechar los lazos con sellos discográficos y artistas para situar a la compañía a la cabeza de los servicios de *streaming*” (Ayuso, 2018) incluso con miras de hacer un *Youtube* de pago como el MTV del siglo XXI. Con **YouTube Kids** crea un mundo de aprendizaje y diversión sólo para niños. Fue hecho para facilitar a los niños la exploración del mundo de manera segura, a través de videos en línea. Desde sus programas y música favoritos hasta aprender cómo construir un volcán modelado con plastilina, permitiendo a los padres controlar el contenido que ven (Youtube Kids, s.f.). Es una innovadora app para niños de dos a ocho años con diversos contenidos audiovisuales. La conexión al mundo online comienza pocos años después de nacer: “el 64% de los

niños entre 2 y 5 años y 78% de 6 a 11 años utilizan la tablet, y YouTube ya es su fuente preferida para ver vídeos online.” (Think with Google, 2016) Dicha app facilita que los niños encuentren contenido sobre los temas que les interesan, desde cualquier tablet o smartphone y está disponible gratis en Google Play y App Store. Su diseño “resalta imágenes más grandes e iconos más claros para ayudar a una navegación más rápida para pulgares pequeños. Incluso se ha añadido un sistema de reconocimiento de voz” para que los pequeños que no sepan escribir encuentren vídeos. (Think with Google, 2016). Es una oportunidad para que los anunciantes lleguen a las familias.

Actualmente, la televisión puede verse en diferentes dispositivos, donde la persona elige en cada momento lo que quiere ver. “Por este motivo, los teléfonos móviles y tablets, han cobrado especial relevancia en el consumo de televisión online, ya que permiten un acceso rápido al contenido deseado” (Mora, 2017, p. 28).

Para Tubella, Taberner y Dwyer (2008), citados por Mora (2017, p. 28), el acceso a Internet desde casa empieza a establecer “un escenario de lógica competencia con el elevado consumo diario de televisión, dentro de una agenda diaria por lo general atestada de obligaciones y actividades.” Y así lo confirma el Estudio de Consumo de medios y dispositivos entre internautas de internet (Figura 14 y 15).

El internauta mexicano conecta a la red el 70% de los dispositivos que posee.



Figura 14: *Estudio de Consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos, Julio 2018*, desarrollado por Kantar Millward Brown y patrocinado por Televisa. Por iab México (2018, p. 12).

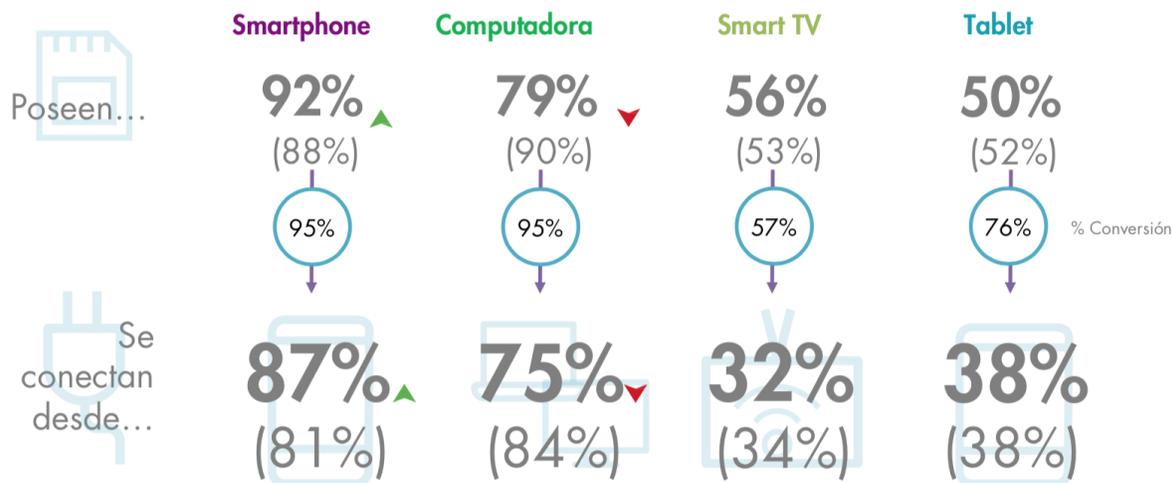


Figura 15: *Estudio de Consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos, Julio 2018*, desarrollado por Kantar Millward Brown y patrocinado por Televisa. Por iab México (2018, p. 13)

Según el estudio de iab México (2018), los *gadgets* siguen evolucionando y su accesibilidad y adopción serán parte de la vida de los internautas (Figura 16).



Figura 16: *Estudio de Consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos, Julio 2018*, desarrollado por Kantar Millward Brown y patrocinado por Televisa. Por iab México (2018, p. 14)

Sin embargo, en México, la lectura, la televisión y la radio siguen estando en medios tradicionales, sólo las actividades de comunicación se prefieren vía Internet (Figura 17).

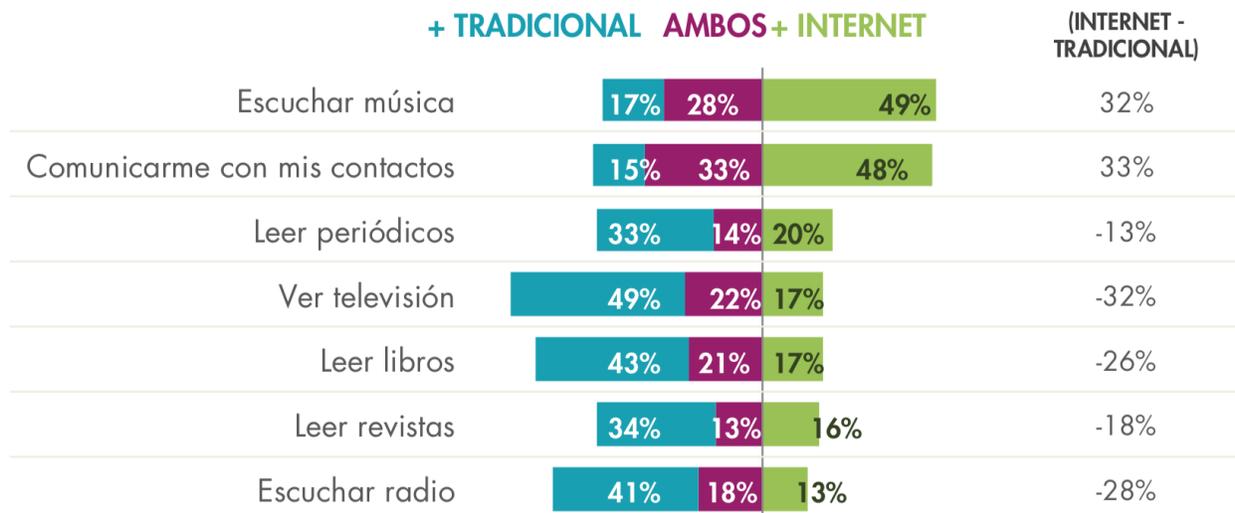


Figura 17: *Estudio de Consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos, Julio 2018*, desarrollado por Kantar Millward Brown y patrocinado por Televisa. Por iab México (2018, p. 19)

Otro de los cambios que se han dado es el tipo de actividades que se realizan en Internet mientras se ve la televisión (Figura 18).

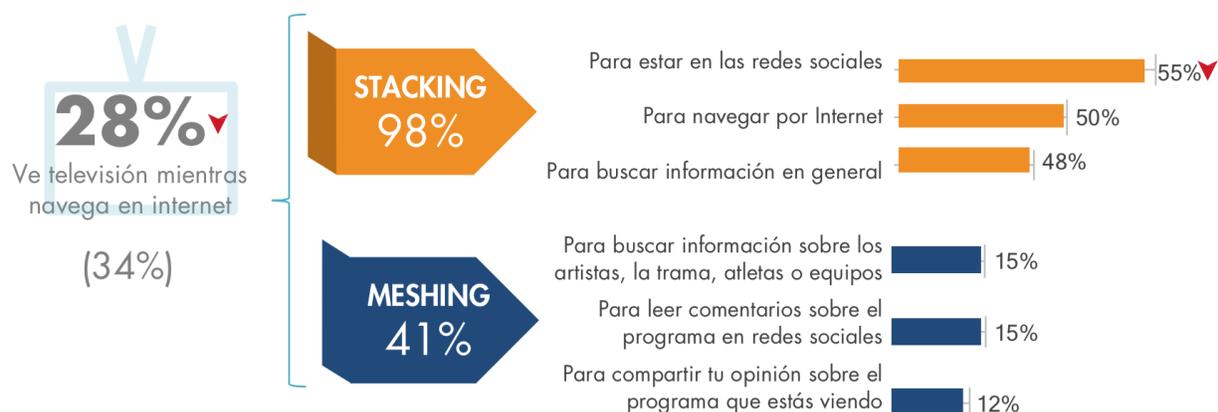


Figura 18: *Estudio de Consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos, Julio 2018*, desarrollado por Kantar Millward Brown y patrocinado por Televisa. Por iab México (2018, p. 22)

Es necesario destacar que, principalmente, los adultos jóvenes y de niveles socioeconómicos altos son los que usan *streaming* y televisión por Internet (Figura 19).

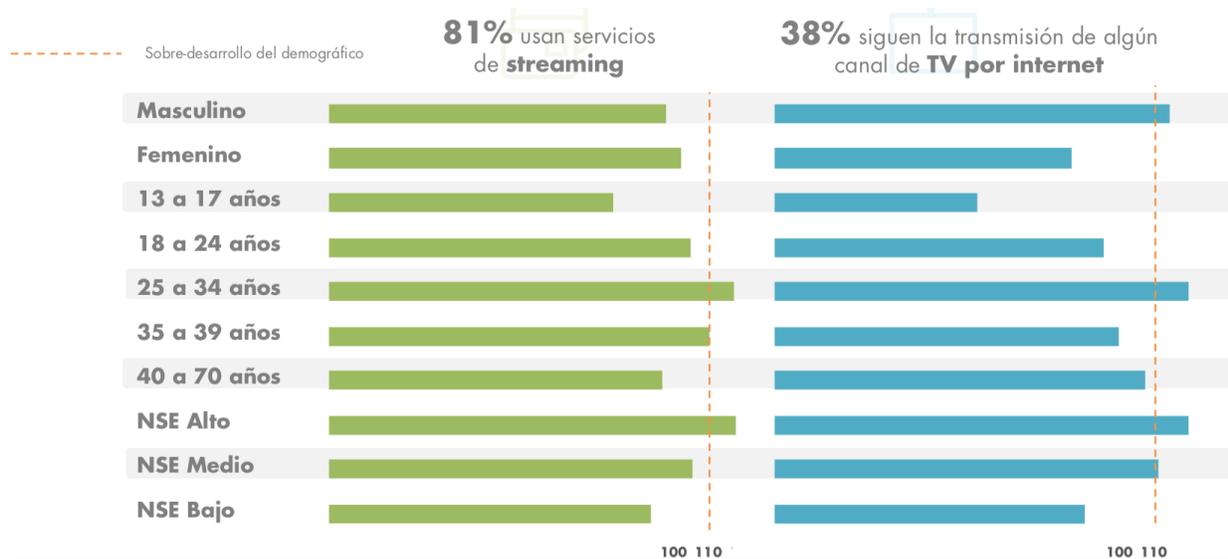


Figura 19: *Estudio de Consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos, Julio 2018*, desarrollado por Kantar Millward Brown y patrocinado por Televisa. Por iab México (2018, p. 24)

Otro hábito es el consumo de video por *smartphone* y el de largometrajes desde la *Smart TV* (Figura 20).

## TOP 5 CONTENIDOS EN VIDEO POR DISPOSITIVO

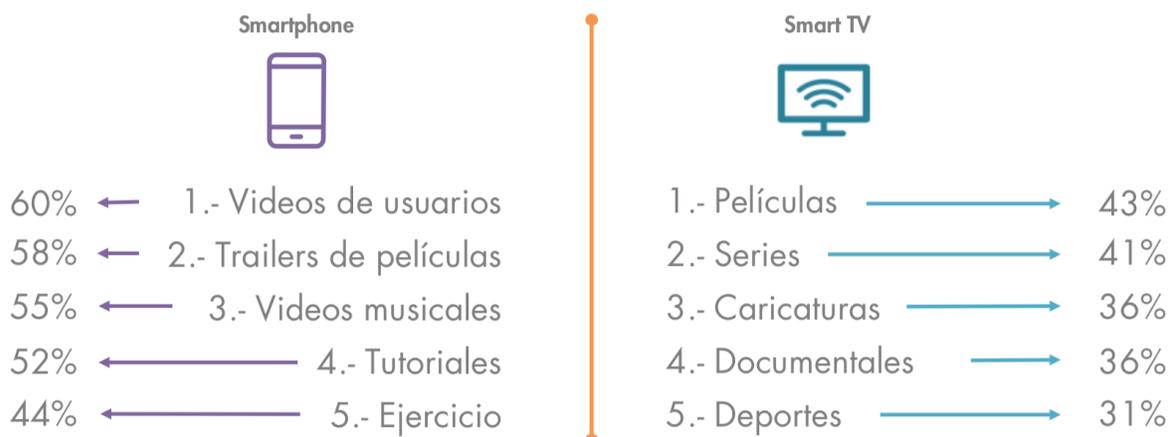


Figura 20: Estudio de Consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos, Julio 2018, desarrollado por Kantar Millward Brown y patrocinado por Televisa. Por iab México (2018, p. 25)

En cuanto a sus hábitos de compra, prefieren hacer las transacciones desde el *smartphone* aunque las complejas las hace desde la computadora (Figura 21).

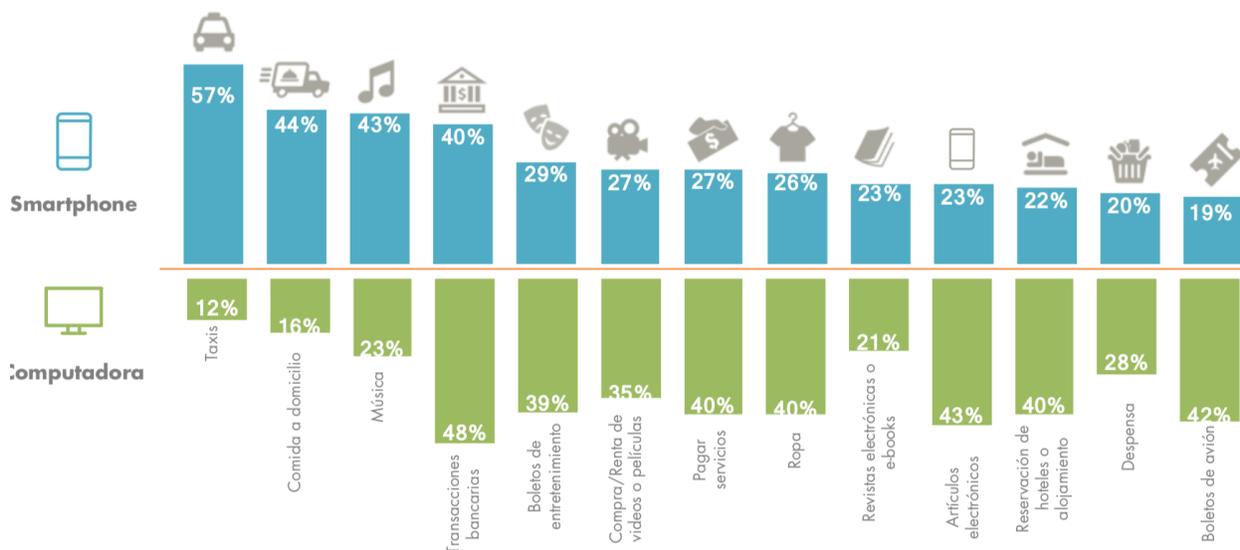


Figura 21: Estudio de Consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos, Julio 2018, desarrollado por Kantar Millward Brown y patrocinado por Televisa. Por iab México (2018, p. 48)

Si bien la percepción de confianza en Internet es amplia, decreció debido a las *fake news* y dudas sobre privacidad. En ese sentido, la televisión vio un decremento en la percepción de confianza de 33% en 2011 a 31% en 2018 (Figura 22).

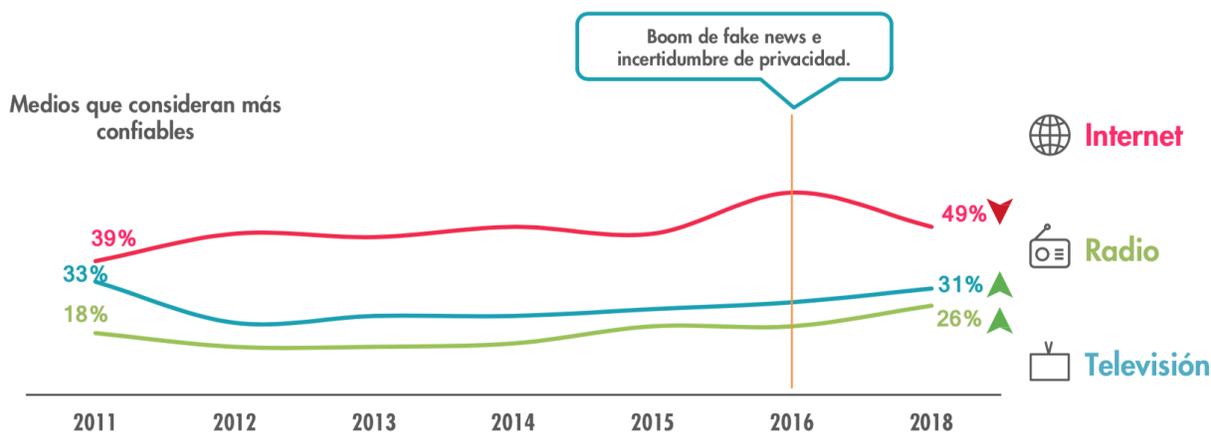


Figura 22: *Estudio de Consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos, Julio 2018*, desarrollado por Kantar Millward Brown y patrocinado por Televisa. Por iab México (2018, p. 51)

La televisión es el control de masas parte de la comunicación de masas, donde el contenido de la comunicación se difunde a un segmento de la sociedad. Dicha comunicación de masas puede ser interactiva si se recibe retroalimentación, o unidireccional cuando se envía un mensaje a muchos desde libros, periódicos, radio, películas o televisión (Castells, 2009, p. 88). La fragmentación de la televisión en diversidad de canales, que se dirigen generalmente a audiencias específicas, de acuerdo a Trow (2005), citado por Castells, es lo que ha cambiado provocando también “una práctica de difusión restringida que tiende a aumentar la diferencia cultural en el mundo de los medios de comunicación”. (Castells, 2009, p. 94).

De acuerdo a Noam Chomsky, la distracción es una de las estrategias de manipulación masiva. Esta estrategia centra la atención de las personas en cuestiones irrelevantes para mantener ocupada su mente. Por ejemplo los deportes o información de espectáculos que lo saturan de información y lo distraen de los problemas reales (El club de los libros perdido, s.f.). Otra de las estrategias es infantilizar a las audiencias. Los mensajes que pasan en televisión, especialmente la publicidad, hablan al público como si fueran niños. “Emplean gestos, palabras y actitudes que son conciliatorios y que están impregnados de un cierto halo de ingenuidad” (El club de los libros perdido, s.f.). Esto neutraliza el sentido crítico.

Otra de las maneras con que se elimina la parte crítica es con mensajes emocionales más que reflexivos. Finalmente, otra estrategia relacionada con la televisión es mantener a las audiencias ignorantes sin proveerles de herramientas que les permitan analizar la realidad omitiendo la estructura interna de los hechos y adormeciendo la curiosidad por conocer (El club de los libros perdido, s.f.). Al definir un mensaje y delimitar su exposición a un público específico es otra herramienta de control. ¿Quién está decidiendo realmente los contenidos que se consumen?

Es necesario considerar que la familia, la educación primaria-secundaria y la televisión son “fuentes de conocimiento y de autoridad en las sociedades occidentales” (Santos, 2010, p. 24-25). Aguaded (2000), citado por Santos (2010), considera que el lenguaje audiovisual de la televisión ha de ser conocido profundamente por la ciudadanía para no caer con facilidad en la manipulación y la desinformación, reconociendo su capacidad de influir en quien la mira. Para él, lo peor es ser analfabetos en su consumo. La publicidad es el lenguaje por el que se ordena a las masas consumidoras (Santos, 2010). Como dice Santos (2010), en sí, la televisión y los otros medios no son nocivos, pero sí cuando les damos un mal uso y nos dejamos manipular por ellos. De ahí que se vuelva indispensable buscar fuentes alternativas a la información que dan los medios. Aprender a buscar, procesar, verificar, estructurar y argumentar ya que la información no solo está en los medios.

Además, como se hizo ver en el capítulo anterior, la televisión puede influir negativamente en el desarrollo cognitivo de los niños y jóvenes. El aumento de tiempo que pasan frente a las distintas pantallas (televisión, videojuegos, *smartphones* y computadoras) tiene una influencia negativa, particularmente en el desempeño escolar, el lenguaje, la atención, el sueño y la agresión. Este problema debería considerarse un problema de salud pública e informarse a los padres de este asunto (Harle, Desmurget, 2012). Sin embargo, si el contenido es adecuado a la edad del niño, los efectos negativos se ven muy disminuidos. Los niños más pequeños aprenden mucho mejor de las

experiencias de la vida real. Y el abuso de la televisión afecta especialmente a mujeres y niños (Soler, 2015).

Por otro lado, dado que el 75% de nuestra percepción de la realidad es por la vista y el oído, generan el estímulo que permite formarse una idea de la realidad. Así, “la percepción es importante para comprender los mensajes audiovisuales pues está científicamente comprobado que la imagen retiniana es una representación distorsionada de la escena” (Santos, 2010, p. 30-31). Sin embargo, el exceso de exposición a la televisión está asociado con diversos efectos negativos sobre la salud, tales como: incremento en la violencia y conductas agresivas, imágenes sexuales distorsionadas, problemas de imagen corporal y autoconcepto, obesidad o problemas nutricionales. Sin dejar de lado que parte de las horas dedicadas a ver televisión se quitan a otras áreas importantes como la salud o el sueño (Soler, 2015). Otro de los problemas observados al tener televisión en el dormitorio, es un mayor riesgo de sobrepeso y obesidad; o en el caso de los niños influye en un aumento en su consumo de bebidas azucaradas (Soler, 2015).

Gidwani y cols (2002), citado por Soler (2015), encontraron que los niños de 10 a 15 años que veían más de 2 horas de televisión al día tenían, al menos, 5 veces más probabilidad de empezar a fumar que quienes la veían menos de dos horas al día. Consideran la televisión como factor para el desarrollo de la adicción al cigarro (Soler, 2015). De acuerdo a Ferguson (2011), los problemas de atención pueden también estar relacionados con “la ansiedad, factores de personalidad o de contexto familiar que con ver la televisión” (Soler, 2015).

“La mayor parte de estudios alertan sobre los efectos negativos que puede tener para la salud a diferentes niveles una sobreexposición a pantallas (televisión, móvil, tablets, etc.)” (Soler, 2015). En los niños, ver programas educativos adecuados o usar aplicaciones educativas “parece no tener efecto negativo o incluso mostrar cierto efecto beneficioso, pero éste no es superior al que se puede experimentar mediante otros materiales educativos o mediante la experimentación directa con el entorno” (Soler,

2015). Para Hammermeister y cols (2005) “el poco tiempo empleado en la interacción social con iguales puede ser el causante de la asociación que existe entre el exceso de televisión y personalidades más tímidas, solitarias y depresivas” (Soler, 2015).

De acuerdo a Wilson (2008), citado por Soler (2015), si los programas de TV que ven los niños están orientados a su edad ello puede tener incluso efectos prosociales como un mayor altruismo, cooperación e incluso tolerancia hacia los demás. Dicha influencia de los medios varía según el sexo o la edad del niño, el grado de realismo que percibe en los medios de comunicación, o cuánto se identifiquen con los personajes y personas en pantalla. Si estos contenidos son violentos, ya sea televisión o videojuegos, pueden contribuir a generar un comportamiento agresivo en niños (Soler, 2015).

Entre los padres, es habitual ver programación adulta mientras están con sus hijos. Según el estudio de Rideout (2013), “23% de los padres afirma que habitualmente los niños pequeños están delante mientras ellos ven programas televisivos orientados a adultos, el 40% dice hacerlo ocasionalmente y hasta un 36% de los padres afirman tener encendida la televisión todo el tiempo” (Soler, 2015), la vea alguien o no. Incluso la calidad de la relación e interacción entre padres e hijos se ve afectada cuando está presente una televisión encendida cerca, esto de acuerdo a Kirkorian y cols (2009), citados por Soler (2015). Y la televisión de fondo afecta la cantidad y calidad del lenguaje de padres hacia hijos según Pempek y colaboradores (2014), en el artículo escrito por Soler (2015).

Por otro lado, en entrevista para la BBC, Ross Cameron del departamento de Paisajismo de la Universidad de Sheffield, Inglaterra indica que estar conectados a la tecnología lleva a observar menos el mundo alrededor. "Irónicamente, es más probable que aprendamos sobre la vida silvestre por un programa de David Attenborough que de un paseo por el bosque" (BBC Mundo, 2016).

El periodista estadounidense Richard Louv, acuñó el Trastorno por Déficit de Naturaleza en su libro "El último niño del bosque" escrito en 2005. Al investigar las experiencias de

los niños en el pasado y presente llegó a la conclusión que “hace daño estar tan separados de la naturaleza” (BBC Mundo, 2016).

Las nuevas tecnologías han contribuido a que los niños pasen más tiempo ensimismados frente a las pantallas y que a veces no jueguen lo suficiente. De acuerdo a Catherine L'Ecuyer, autora de «Educar en el asombro» y «Educar en la realidad», en entrevista para *ABC padres hijos*, dijo que cuando los niños se aburren, “normalmente es porque su vida cotidiana está condicionada por un ritmo de vida frenético, por el consumismo o por niveles de estímulos demasiado altos y/o por la omnipresencia de las pantallas ante las que se vuelven pasivos” (Pérez-barco, 2015).

Incluso, hay una crisis que viven los fabricantes de juguetes tradicionales por los grandes cambios de la industria en los últimos años, que los ponen en una dificultad: “captar la atención de los niños cuando cada vez pasan más tiempo jugando con tablets, celulares y consolas” (BBC News Mundo, 2018). Ante ello, su estrategia es apostar por hacer alianzas con películas y programas de televisión puesto que los juguetes relacionados con películas “son vistos como una forma más segura de aumentar la rentabilidad” (BBC News Mundo, 2018).

Un ejemplo del impacto que tienen estas tecnologías en la sociedad es lo que sucede con los videojuegos. En China, el uso excesivo de juegos de computadora entre los jóvenes chinos está siendo alarmante. El documental *Web Junkie*, dirigido por Shosh Shlam y Hilla Medalia, “revela los trágicos efectos que sufren los adolescentes que no pueden desprenderse de los videojuegos durante muchas horas seguidas, sin siquiera apartarse para dormir, comer o incluso ir al baño” (Brody, 2015). Muchos comienzan a percibir al mundo real como falso.

Todo puede empezar cuando un amigo invita a otro a jugar a un café, juega hasta la mañana siguiente, por más de seis horas, hasta que sus padres se dan cuenta y comienzan a discutir. Se pueden llegar a quedar hasta tres días jugando porque se sienten bien. La discusión lleva a los padres chinos a internarlos en este campo de

entrenamiento. Llegan a estar tan enganchados al juego que creen que descansar puede afectar su rendimiento y por eso se ponen un pañal. Es como una heroína electrónica (The New York Times, 2014).

Durante el proceso de tratamiento, los padres son invitados a ser parte. En una de las sesiones se les indica que criticar, culpar o acusar no son maneras de producir cambio en sus hijos pues una de los problemas de esos jóvenes es que se sienten solos y una manera de mitigar es el Internet (The New York Times, 2014). Una de los métodos que los padres usan para lograr sacarlos del juego son las pastillas para dormir.



Figura 23: Escena del documental corto *Web Junkie*, sobre el tratamiento estilo militar para los hombres jóvenes adictos a jugar videojuegos en Internet. Por The New York Times (2014)

Los médicos chinos consideran a este fenómeno como un trastorno clínico, por lo que han creado centros de rehabilitación donde los jóvenes afectados son internados por tres o cuatro meses, “algunas veces bajo terapias draconianas y completamente aislados de elementos electrónicos, aunque aún no se ha demostrado la efectividad de estos tratamientos” (Brody, 2015).

Kristina E. Hatch, durante la elaboración de su tesis para la Universidad de Rhode Island, preguntó a varios niños sobre sus videojuegos favoritos. “Un niño de cuarto de primaria mencionó el juego “Call of Duty: Black Ops” porque “hay zombies y los puedes matar con pistolas y hay mucha violencia... me gusta la sangre y la violencia.”” (Brody, 2015). Ante esto, la tecnología es “un mal sustituto de la interacción personal” (Brody, 2015).

Un estudio realizado por la investigadora Gaya Dowling a más de 11,000 niños de 9 y 10 años, sobre el uso de las distintas pantallas, “ha arrojado importantes resultados a través de imágenes por resonancia magnética, que muestra diferencias significativas en el cerebro de los niños que ocupan estos aparatos por más de siete horas al día” (W radio México, 2018). Los resultados muestran un “adelgazamiento prematuro de la corteza cerebral o córtex, que procesa las informaciones enviadas al cerebro por los cinco sentidos” (W radio México, 2018). Dicha disminución la considera un proceso de envejecimiento. Sin embargo, todavía no saben "si se debe al tiempo que se pasa frente a las pantallas, ni si es algo malo" (W radio México, 2018). Se sigue mostrando evidencia de que pasar más de dos horas ante las pantallas, afecta el lenguaje y el razonamiento, procesos cognitivos importantes para ser críticos ante la realidad.

La próxima epidemia pueden ser los mensajes de texto ya que “la mitad de los adolescentes envía 50 o más mensajes diarios, y aquellos entre 13 y 17 años envían un promedio de 3364 mensajes por mes, según un estudio de 2012 por Amanda Lenhart del Centro de Investigaciones Pew” (Brody, 2015). Un estudio anterior del mismo centro indicó que los adolescentes envían en promedio 34 mensajes de texto por la noche antes de dormir, agrabando su sueño (Brody, 2015). Conforme los niños se comunican más por medios electrónicos, y menos cara a cara, como dice Hatch, citada por Brody (2015), “comienzan a sentirse más solos y deprimidos.”

Otro de los efectos que puede traer esto es dolor en los dedos y muñecas, “padecer un estrechamiento de los vasos sanguíneos en los ojos (las consecuencias a largo plazo

son inciertas) y sufrir dolor de cuello y espalda por inclinarse sobre sus teléfonos, tabletas y computadoras” (Brody, 2015).

En este panorama, se vuelve necesario construir una comunidad de aprendizaje que anule la distancia entre la escuela y la vida, y una los conocimientos y la cultura experiencial de cada integrante. “Pero eso no se corrige cambiando los materiales o los recursos, falta un cambio de mentalidad” (Santos, 2010, p. 10).

#### **4.3.- Política televisiva y de otras pantallas**

¿Qué papel juegan las pantallas en la política? Y ¿qué tanto nos hemos acostumbrado a eso? Pareciera que en México la política mirada desde un televisor es más para reír que para analizar y tomar una posición política. Pareciera que la democracia real se ha perdido porque se ha educado a la sociedad a obedecer y ceder el poder, lo que los vuelve ciudadanos pasivos.

Giovanni Sartori, en su libro *Homo videns*, habla de la necesidad de que cada ciudadano aumente su competencia, conocimiento y entendimiento para ser un ciudadano capaz de actuar más y mejor (Sartori, 1998, p. 135) ya que la *información* lo educa en la vida adulta y dirige su opinión. Si bien Sartori lo centra en la televisión, hoy el *Smartphone*, la computadora o incluso Netflix se vuelven plataformas que proveen información para la que se necesita capacidad de análisis y pensamiento crítico para discernir y tomar postura política. El pueblo opina en función de lo que la televisión le induce a opinar mediante la imagen. (Sartori, 1998, p. 72)

En los procesos de elección democráticos, la información disponible es fundamental para que los ciudadanos elijan a sus representantes (Villafranco, 2005) y por lo tanto, la relación ciudadano–partidos queda condicionada a aquella que los medios de comunicación transmiten (Villafranco, 2005).

Para Downs (1957), citado por Villafranco (2005), existe un conocimiento imperfecto, en cuanto a que 1) los partidos no saben exactamente lo que los ciudadanos desean; 2) los

ciudadanos no siempre saben lo que el gobierno o su oposición ha hecho; y 3) la información necesaria para superar la ignorancia de ambas partes es costosa. Por eso, “tanto a los partidos políticos como a los ciudadanos les conviene la reducción y simplificación de información que realizan los medios de comunicación” (Villafranco, 2005). Esa escasa información disponible facilita que ambos actúen “pero también limita la posibilidad de fiscalizar el ejercicio de gobierno, reduciendo las posibilidades de una mayor democratización” (Villafranco, 2005). Para romper con este problema de la democratización, Robert Dahl (1992), citado por Villafranco (2005), dice que acortar la brecha entre el conocimiento de las élites de la política pública y el de los ciudadanos; mediante las siguientes condiciones que contribuyen a ampliar la democracia: comprensión ilustrada, control de la agenda, acceso a fuentes alternativas de información, consenso informado, transparencia y comprensibilidad. Lograr estas condiciones depende de “ampliar la cantidad y calidad de la información que los medios de comunicación transmiten” (Villafranco, 2005), sin embargo, cuando crece la influencia de los medios, la información se reduce.

Esto ha provocado una democracia mediática donde los medios de comunicación (prensa, radio, televisión, cine, telefonía e Internet) median entre la sociedad y el poder, algo que antes correspondía a los partidos políticos. “El resultado es que la política se ha desplazado a la arena mediática como forma legítima de comunicación con los electores” (Villafranco, 2005). Cualquier pantalla, desde un *smartphone* con el que se accede a alguna red social hasta la televisión o un documental en Netflix, son fuente de información de donde los ciudadanos se informan para elegir candidatos y evaluar el desempeño del gobierno, porque “la competencia económica determina la oferta de información, los temas y los enfoques disponibles” (Villafranco, 2005).

Además, en una economía globalizada, la comunicación ha sufrido un profundo cambio: la desregulación de los mismos trayendo consigo el que algunos países modifiquen sus legislaciones “para permitir la presencia extranjera en los medios de comunicación. La televisión y la radio, que en muchos países era propiedad estatal, se privatizaron” (Villafranco, 2005). Esto reduce la información disponible a que tienen acceso los

ciudadanos, “repercutiendo en las posibilidades de elección y de fiscalización, al tiempo que supone retos para las posibilidades de regulación de los Estados...Actualmente se discute sobre los mecanismos que permitirán mantener la diversidad de fuentes de información” (Villafranco, 2005).

Internet es el que más ha impactado en la comunicación de los actores políticos. En política, la red lleva a un incremento de velocidad en que se comparte la información en tiempo real (Paredes, 2015). El flujo de información viaja a tal velocidad que el impacto es a escala global ya que las historias, rumores, chistes o críticas se propagan de forma exponencial “incluso a audiencias al otro lado del mundo, completamente ajenas a los lugares y personajes que protagonizaron los hechos” (Parades, 2015). Se crean comunidades activas donde la gente se organiza para “incidir en el flujo de la información, así como fomentar el interés sobre los temas, orientar el debate o simplemente expandir sus efectos” (Parades, 2015). Con la practicidad que da Internet, los ciudadanos “en la búsqueda de información acceden a fuentes diversas, a las cuales conceden confianza y respeto en automático” (Parades, 2015). Internet ha dado más poder a la ciudadanía, facilitando la comunicación “para escuchar, evaluar, compartir y sentir a las audiencias” (Parades, 2015).

Hoy en día, la política está al revés. La democracia se ve amenazada por la *posverdad*, esa palabra “utilizada para **tratar de explicar el instinto y la sensación anti-establishment que catapultó a Donald Trump a la presidencia de EE.UU. e hizo ganar al Brexit** -la opción para salirse de la Unión Europea- en Reino Unido” (Coughlan, 2017) En la posverdad los hechos son menos influyentes en la opinión pública que las emociones y las creencias personales.

Para el filósofo Grayling, **el mundo cambió después de 2008** donde, tras la crisis financiera, “la política ha sido definida por un “tóxico” crecimiento de la desigualdad de ingresos” (Coughlan, 2017) que ha creado disconformidad en la clase media, además de crecer la brecha entre ricos y pobres. Aunado a este resentimiento económico, las redes sociales han jugado un papel clave en la cultura de la posverdad: sin evidencias, la

opinión de alguien vale más que los hechos. Sólo se necesita un celular para atacar a la persona y no a sus ideas. Esto trae como consecuencia, para Grayling, una “**cultura online incapaz de distinguir entre realidad y ficción**” (Coughlan, 2017) donde sólo necesitas mentir para ser escuchado.

El impacto de la globalización y la velocidad con que las noticias se observan en otros países, se ven en las elecciones en México de junio de 2018. El periódico *El País* hizo mención del uso masivo de *bots* y bulos para la desinformación a través de las redes sociales. Los recursos cibernéticos de la política son los *bots*, las cuentas y noticias falsas porque se centra en los jóvenes que votaban por primera vez. “En estas elecciones estiman 14 millones de nuevos votantes que están plenamente relacionados con estos medios sociales como Twitter, Instagram y Facebook” (Baylon, 2018) . Por otro lado, el periódico inglés *The Guardian* sacó la noticia del candidato “Ricardo Anaya y sus desencuentros con la Procuraduría General de la República (PGR)” señalando espionaje en su contra por parte del Gobierno Federal. (Baylon, 2018). En Francia, *Le Monde* mencionaba la relación de las bandas de narcotraficantes en el proceso electoral así como amenazas o ejecuciones de aspirantes.

Internet y las redes sociales se han vuelto clave en manifestaciones y campañas políticas. En 2017, en México, se dio un caso de una guerra por el Internet con tintes políticos: la campaña #SaqueaUnWalMart. Para incitar el caos y publicar información falsa, se difundieron ataques en toda la Ciudad de México. “Lo mismo ocurrió en Monterrey al día siguiente: mientras la manifestación pacífica contra el gasolinazo llenaba la Macroplaza, cientos de cuentas difundían información de falsos saqueos en la calles de la ciudad” (Observatorio de Redes y Derechos Digitales, 2017). Esta estrategia se remonta al 2006 cuando se usó “para "reventar" blogs, foros y sitios web afines a la oposición que había perdido las elecciones...Decenas de blogs fueron víctimas de incesantes ataques y amenazas en los comentarios, lo que los obligaba a cerrar rápidamente” (Observatorio de Redes y Derechos Digitales, 2017) puesto que las redes sociales todavía no tenían la fuerza de ahora. La potencia de *Twitter* en nuestro país llegó con la influenza AH1N1 en 2009. Y a mediados de ese año, nació el primer

movimiento masivo en red de México y de los primeros en el mundo: “#InternetNecesario, que se convirtió en *Trending Topic* global durante dos semanas, a los que siguieron la campaña #VotoNulo y la tendencia #SME” (Observatorio de Redes y Derechos Digitales, 2017) en apoyo a los trabajadores de la extinta Compañía de Luz y Fuerza del Centro. Con esto nace un fenómeno que pone en duda la veracidad de los medios de comunicación: “personas sin líderes que se organizaban en redes salían a la calle y causaban repercusiones internacionales” (Observatorio de Redes y Derechos Digitales, 2017). Ante esto, los informadores ciudadanos se toparon con el señalamiento de los medios tradicionales, principalmente la televisión, que ponían a las redes sociales como generadoras de desinformación (Observatorio de Redes y Derechos Digitales, 2017).

Sin embargo, en marzo de 2010, el video de *YouTube* “Balacera en Camargo Tamaulipas” mostró la ola de violencia dentro de la guerra contra el narco. “Mientras en la televisión se negaban los hechos y se calificaban de rumores, una videoblogger y un nuevo movimiento informativo en Twitter llamado #ReynosaFollow lograron mostrar al mundo lo ocurrido” (Observatorio de Redes y Derechos Digitales, 2017).



Figura 24: Video *Balacera en Camargo Tamaulipa*, en la red Youtube. Por narcotraficoenmexico.

Ante la video-política que plantea Sartori con la televisión, así como la posverdad, el panorama muestra que se perdió el *Ágora* de la Grecia antigua donde los ciudadanos se reunían en las plazas públicas para confrontar opiniones y tener una participación activa en el debate político.

El sociólogo Eric Klinenberg, realizó un estudio sobre los debates políticos “que rodean la transformación de los medios de comunicación en Estados Unidos, ha documentado cómo las emisoras locales de las redes de televisión fueron perdiendo su capacidad para decidir el contenido de la programación...” (Castells, 2009, p. 94). En septiembre de 2018, publicó el libro *Palaces of the People*. Ahí menciona que nos encontramos en una época de polarización. Donde los norteamericanos se clasifican a sí mismos según criterios raciales, religiosos y culturales, que elevan el nivel de polarización. Como

solución, considera que el futuro de la democracia está en los espacios públicos como espacios para la vida pública, no sólo en compartir valores. Son los espacios públicos la clave para terminar con las divisiones sociales (Klinenberg, s.f.). En este libro, él descubre que es, lo que él llama la infraestructura social, los espacios físicos y organizaciones que moldean la forma en que la gente interactúa (Amazon, s.f.).

#### **4.4.- El negocio de la televisión y otras pantallas**

Facebook reta a Youtube con una *app* para reproducir videos por televisión; Google crea YouTube TV para atraer a los *millennials*; y Movistar, Netflix y HBO inician en el negocio de la televisión de pago.

La entrada de las tecnologías de Google, Netflix, Amazon y Apple está transformando la industria de la televisión y definirá el futuro del oficio de contenidos. “El negocio de la televisión vive una tormenta perfecta...la progresiva digitalización de los contenidos, la irrupción de nuevas empresas tecnológicas y el cambio de hábitos de los usuarios hace tambalearse los pilares que han sostenido esta rentable industria...” (Fernández, 2017). La televisión ha sido reemplazada por aparatos más pequeños y portátiles: los *smartphones* y las tabletas porque “los usuarios ya no quieren planear sus vidas alrededor de los rígidos horarios de la parrilla de la televisión tradicional” (Fernández, 2017). Quieren ver series, películas y documentales donde quieran, cuando quieran y desde el dispositivo que elijan. Son la llamada audiencia diferida, aquella que ve programas fuera del horario preestablecido por la parrilla televisiva. Es “una tendencia al alza por la que están apostando gigantes como Netflix y Amazon, y que está detrás de la nueva generación de *set-top boxes*, dispositivos que conectan cualquier aparato a amplias ofertas de contenido como Google Chromecast o AppleTV” (Fernández, 2017).

Ante uno de los cambios de hábito de las audiencias, consumo de contenido a la carta y menos canales de televisión convencional, la televisión de pago sigue con un modelo de paquetes cerrados con cientos de canales, a un precio fijo mensual. “**Según datos de Nielsen, los norteamericanos tienen acceso a una media de 189 canales a través del cable, pero sólo ven 17**” (Fernández, 2017). Google desafía a los proveedores de

tv por cable, busca racionalizar la oferta y adaptarse a los nuevos hábitos de la generación *Millennial* con el lanzamiento de YouTube TV, “un servicio de televisión online por suscripción a un precio de 35 dólares al mes que sólo estará disponible de momento en Estados Unidos” (Fernández, 2017) y con el que podrán ver más de 40 canales, “desde noticias a deportes o *late nights* de éxito” (Fernández, 2017). En la oferta se encuentran **ABC, FOX, NBC y CBS**, “así como diez canales deportivos (incluido **ESPN**) e infantiles (**Disney y Nickelodeon**)” (Fernández, 2017). Oferta similar al paquete básico de canales de una compañía de cable normal.

Durante la presentación de YouTube TV en Los Ángeles, la consejera delegada de YouTube, Susan Wojcicki, dijo que a “los *millennials* les encanta el contenido de televisión...**Pero lo que hemos visto es que no quieren verlo en el entorno tradicional. Lo quieren en vivo o bajo demanda, cuando quieren y en cualquier pantalla**” (Fernández, 2017). El consumo de contenido por YouTube va en aumento, “cada día se consumen en la plataforma más de 1.000 millones de horas de vídeo. De todo este contenido, la proporción producida por los canales de televisión que ven los usuarios cada vez ocupa un porcentaje mayor” (Fernández, 2017). El ejemplo que puso Wojcicki fue la popularidad de programas como Carpool Karaoke, de James Corden, o The Ellen DeGeneres Show. “**Durante la gala de los Oscar, explicaron desde la compañía, tanta gente vio el vídeo en YouTube de la ceremonia como audiencia tuvo la cadena de televisión que la retransmitía en directo**” (Fernández, 2017).

Google aprovechará su infraestructura con YouTube TV al abrir **la posibilidad de “almacenar todo el contenido que se emite en la plataforma de forma ilimitada en la nube de Google**. Así, se podrá grabar varios programas a la vez o todos los capítulos de una serie para consumirlos más tarde” (Fernández, 2017).

Para Elena Neira, consultora independiente y autora del libro *La otra pantalla: redes sociales, móviles y la nueva televisión*, se está dando “una multiplicación de agentes interesados en los contenidos audiovisuales. Es un mercado cada vez más copado, jamás se ha visto tanto vídeo online” (Fernández, 2017). Para ella, lo curioso es que

YouTube ha optado por un lanzamiento tradicional con un "paquete digital más ligero de los que ofrecen los proveedores de cable, con menos canales, pero más atractivo porque se pueden mezclar de la forma que más le interese a los usuarios" (Fernández, 2017). Otra de las cosas que va a permitir YouTube TV, es vincular hasta seis cuentas diferentes por cada suscripción. Así, "cada miembro de la familia puede ver lo que quiera y a través del dispositivo que prefiera de forma independiente" (Fernández, 2017). Esto responde a una demanda porque, continúa Neira en entrevista para Expansión, **"la gente quiere un contenido flexible y de movilidad y es por lo que están apostando los nuevos agentes"** (Fernández, 2017).

Otro que quiere competir es la red social Facebook a través del *Facebook Live*. "La red social, con más de 1.860 millones de usuarios en todo el mundo, viene apostando desde hace algunos años por el desarrollo del vídeo en su plataforma" (Fernández, 2017). La red social busca competir por los anuncios en televisión con una aplicación, compatible con Apple TV, Amazon Fire TV y Samsung Smart TV, que permitirá a los usuarios reproducir vídeos en sus televisores (Fernández, 2017).

En una conferencia por el medio *Recode*, Dan Rose, vicepresidente de Asociaciones de Facebook, aseguró que hace cinco años "todo era móvil, móvil, móvil. Ahora toca, vídeo, vídeo, vídeo" (Fernández, 2017). Para Facebook, será otra forma de llegar a audiencias interesadas en contenidos audiovisuales y otra plataforma para vender anuncios. De acuerdo a Rose, para promover *Facebook Live*, ha subvencionado a empresas para que generen contenidos inspiradores (Fernández, 2017). Mark Zuckerberg quiere que la red social "se convierta en el lugar donde los usuarios van cuando quieren ver vídeos o mantenerse al día con lo que está pasando con su programa favorito" (Fernández, 2017). Más que servicios de *streaming* de pago, como Netflix o Amazon Prime Video, va a entrar a competir con YouTube.

Facebook puede convertirse en el rey del video por Internet, ya que según datos de comScore, "de media, los internautas pasan un promedio de 50 minutos diarios en Facebook y tan sólo 17 minutos en YouTube" (Fernández, 2017). Sin considerar el

aumento de usuarios de Facebook trimestralmente y el empuje de los formatos audiovisuales. En cuanto a Apple, el consejero delegado de la marca, Tim Cook, dice "el futuro de la televisión está en las apps" (Fernández, 2017).

Lo que está llegando para quedarse es el consumo diferido y desde múltiples dispositivos entre las nuevas generaciones. De acuerdo a Pablo Romero, consejero delegado de Tarkinia, *start up* especializada en llevar la innovación al sector audiovisual, "el mundo de Internet está pasando de basar su negocio en los datos a los contenidos audiovisuales. **La batalla por conquistar la distribución masiva de contenidos es lo que está detrás de movimientos como los de Facebook o YouTube**" (Fernández, 2017).

La razón por la que los FANGA (Facebook, Amazon, Netflix, Google y Apple), acrónimo con el que se conoce en el sector a los nuevos operadores digitales de contenidos, jugarán un determinante a futuro es que son los que mejor conocen a las nuevas generaciones, el conocimiento que tienen de sus usuarios es lo que no tienen las cadenas de televisión tradicionales. " **La generación *Millennial* son su mercado potencial y pese a que llevamos diez años hablando de ellos son los que hoy están metidos en el mercado de consumo**", afirma Romero (Fernández, 2017).

El quiebre que vive la televisión tradicional se ve en las televisoras mexicanas Televisa y TV Azteca. A pesar de que en la última Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales del IFT (Instituto Federal de Telecomunicaciones) indica que "98 por ciento de los hogares en México posee al menos un aparato de TV, con un promedio de dos en cada casa" (González, 2018), o que "**siete de cada 10 personas** consumen contenidos de televisión abierta, principalmente noticiarios, películas y telenovelas" (González, 2018), las televisoras viven una baja de audiencias y de ingresos por publicidad.

En promedio por región, en México, "la primera opción de televisión abierta es la cadena TV Azteca, con 42.8 por ciento, seguida de Televisa con 31.8 por ciento de las preferencias" (González, 2018). Sin embargo, Netflix, Youtube y Facebook han obligado

a Televisa y TV Azteca a hacer ajustes que marcarán la manera en la que medios, consumidores y marcas se relacionan con ellas en el futuro. Entre sus estrategias están las coproducciones. En 2018, tras despidos y contratación de productores, “Televisa ha hecho alianzas con casas productoras como Adicta, Lemon y W Studios para el desarrollo de series como La Piloto, La bella y las Bestias, Contracara, 40 y 20” (González, 2018). Mientras, TV Azteca firmó un acuerdo con “la casa productora turca AcunMedya con la meta de aumentar su producción en vivo con un total de **4 mil 300 horas de programación al año**” (González, 2018).

Otra estrategia fue el fin de los contratos de exclusividad, lo que llevó a talentos de una empresa a estar en la otra y viceversa. Esto también benefició a **Netflix o Youtube “quienes han firmado colaboraciones** con importantes celebridades y personajes de la pantalla chica en México” para sus producciones (González, 2018). Finalmente, las telenovelas o temáticas como el fútbol que fueron para ambas televisivas “el punto fuerte del negocio. No obstante, con los nuevos formatos de entretenimiento, todo parece indicar que comienzan a renunciar a terrenos que, en sus mejores tiempos, les permitieron consolidarse como referentes” (González, 2018).

En julio de 2015, en entrevista para The Wall Street Journal, el vicepresidente Ejecutivo de Televisa, Alfonso de Angoitia, diría que la “fragmentación de las audiencias eran toda una realidad. La alta aceptación de la televisión de paga y de plataformas, como Netflix o ClaroVideo, habían mermado los ingresos por publicidad de la empresa en 16%, de acuerdo a los reportes financieros” (Villasana, 2017). Este diario también diría que Televisa no la tenía tampoco fácil en EE.UU., “pues **el cambio de gusto televisivo en sus jóvenes latinos estaba ocasionando problemas** en su alianza con Univisión” (Villasana, 2017).

En el documento entregado a la Bolsa Mexicana de Valores, Benjamín Salinas, director general de TV Azteca, dijo que estaban “obligados a revisar el negocio de fútbol de forma integral y evaluar la viabilidad de mantenernos en él” (González, 2018). Una de sus decisiones es dejar la producción de telenovelas de lado y apostar por comprarlos a

Turquía, Brasil y Venezuela, “De hecho, anunció que optará por las producciones en vivo y dejará los melodramas en segundo plano” (González, 2018). Por su parte, Televisa está repitiendo novelas viejas que “combina con programas de revista y ministerios como la Rosa de Guadalupe” (González, 2018). Ambos necesitan replantear su modelo de negocio y sus estructuras frente a las nuevas plataformas de contenido que diversifican las temáticas para su audiencia.

Pese a esto, en México, Grupo Televisa y *Televisión Azteca* tienen juntos el 53.33 por ciento de las concesiones de televisión abierta. Televisa “opera 259 canales (31.3 por ciento) de 828 de uso comercial, registrados ante el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). El grupo de Ricardo Salinas Pliego, por su parte, cuenta con 179 (22 por ciento del total)” (Flores, 2018). Mientras que *Grupo Imagen* tiene 46 concesiones, Telsulsa 31 y Grupo Multimedios 19, “que representan en conjunto al 12.3 por ciento del mercado televisivo comercial” (Flores, 2018). De acuerdo a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), las cadenas públicas de televisión abierta con mayor cobertura a nivel nacional –como *Canal Once*, con una penetración de nueve por ciento– “tienen participaciones de audiencia relativamente bajas en comparación con sus contrapartes comerciales” (Flores, 2018).

Para Gerson Rodrigo Hernández Mecalco, especialista en comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM, la concentración de medios “continúa siendo una realidad que limita la competencia y que, históricamente, ha minado la confianza de los consumidores de información en los medios de comunicación” (Flores, 2018). Y esto es significativo ya que, de acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (Inegi), hasta 2016, “alrededor del 93 por ciento de los hogares tenía un televisor...la televisión abierta sigue siendo el medio audiovisual con el mayor alcance en México” (Flores, 2018). De acuerdo a Hernández Mecalco, México “está en el último lugar de credibilidad de medios. Menos de dos de cada 10 mexicanos confiamos en la libertad de los medios de información” (Flores, 2018).

El dominio de ambas televisoras seguirá al menos hasta 2040 con parte de sus concesiones ya que “las 557 concesiones que vencerían en 2021 –entre ellas 224 de *Televisa* y 179 de *TV Azteca*– fueron renovadas por el IFT a principios de noviembre de este año” (Flores, 2018). Las otras 271 concesiones irán expirando hasta el año 2040. Con esto, aseguran seguir operando hasta 2041. Esto se justifica por el IFT, para permitir “la continuidad de los servicios y la creación, mantenimiento y estabilidad de fuentes de trabajo”, y dar certeza “a las inversiones de los concesionarios para modernizar sus estaciones y producir y adquirir nuevos contenidos” (Flores, 2018).

A pesar de la manipulación de estos grandes grupos económicos, ya no existe un monopolio de la información como hace décadas atrás, porque “la convergencia de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías ha cambiado la manera en que los mexicanos consumimos información” (Flores, 2018).

Estar en el negocio de la televisión era una profesión aspiracional que en las primeras décadas del siglo XXI ha perdido el valor para los trabajadores activos del presente, poniendo fin a los tiempos gloriosos de la TV. Ahora “luchan a muerte contra bloggers, editores, youtubers, influencers, “radiofoneros”, entre otros, por atraer la atención de los consumidores, pues sin estos no hay publicidad y sin ésta no hay ingresos para que el show se mantenga en función” (Villasana, 2017). Entre los cambios que se ven es que la BBC anuncia que en Latinoamérica sus programas ya no se verán a través de TV de paga sino por streaming, que empresas que retransmitirán sus programas podrían ser **Netflix, Claro, Blim, Canal 11, Film Latino, Tv Azteca, Vubiquity y Univisión** (Nuel, 2017). Los dispositivos móviles (smartphones y tabletas, principalmente), una “combinación que está siendo letal para la TV” (Villasana, 2017) gracias a los jóvenes.

Uno de los mercados importantes son los niños y niñas de siete a doce años, que de acuerdo a la encuesta del IFT, “entre ellos 8 de cada 10 niños dijeron ver canales de TV Abierta y 4 de cada 10 niños tienen acceso a canales de TV de Paga” (Villasana, 2017). Además, “3 de cada 10 niños consumen contenidos por Internet y de esos el 90% lo hacen a través de YouTube y 60% mediante Netflix” (Villasana, 2017).

Esto que viven las televisoras mexicanas también está pasando en Estados Unidos. Las televisoras tradicionales “ahora son peces nadando en un océano entre peces de nombre Netflix, Amazon Prime, ClaroVideo, Apple TV y Hulu que rápidamente se están transformando en tiburones y ballenas” (Villasana, 2017). Las audiencias, de acuerdo a Richard Rudin en su libro *Broadcasting in the 21<sup>st</sup> Century*, ya no se limitan a mirar o escuchar la televisión y la radio en los tiempos y lugares que indican estas empresas. Esto como resultado de las nuevas tecnologías. Los ciudadanos cubren eventos relevantes desde su celular, como en 2011 las revoluciones en Egipto o la caída de Gadafi en Libia.

## **CAPÍTULO 5: INTERNET Y OTRAS NUEVAS TECNOLOGÍAS**

Este apartado explica el uso del Internet en México y el mundo, en donde los menores de 10 años ya tienen como práctica usar computadora e Internet. Así como un fenómeno urbano donde las principales actividades que se realizan son: obtener información, entretenimiento, comunicación, contenidos audiovisuales y acceso a redes sociales. También se hace mención de la manera en que Internet impulsa la economía. De igual forma se explica el término *on demand* cuyo servicio da pie a un nuevo paradigma en el negocio tecnológico.

A partir de dicho panorama actual, se indaga en el impacto de Internet en la población, tanto en la manera en que se han ido modificando los hábitos de consumo de la gente, como en la influencia positiva (autonomía o la cultura del compartir y colaborar) o negativa (efectos en la salud o la batalla por el control y atención de la mente humana).

Se hace mención de cómo las cualidades de Internet generan, tal y como sucedía con la neolengua y la actividad que realizaba el protagonista de *1984* de George Orwell, la información contenido en los medios de comunicación puede ser borrada o manipulada con facilidad, la gente sabe lo que el régimen quiere que sepa.

En cuanto a la política en Internet, el capítulo hace mención de la manera en que la política de mitad del siglo XXI manipula las decisiones de los votantes mediante los algoritmos utilizados en Internet; y cómo el uso de Internet ha llevado a casos como la Primavera Árabe, fenómeno surgido por el poder que la red abre a la ciudadanía para informar, cual reportero, sobre los hechos, en su ciudad.

Se habla de los gigantes del Internet Google, Amazon, Facebook y Apple (GAFA), la manera en que han dominado el mundo del Internet y la polémica relacionada con su ingeniería fiscal y la búsqueda de fórmulas legales para rebajar sus obligaciones fiscales. De ahí que también se dé espacio a la regulación de la red en cuestiones como el acceso a Internet con igualdad, los derechos de autor, y la censura, donde todas están relacionadas con el control.

Se habla de las redes sociales, cuyo auge se ha dado gracias al acceso a Internet a través de los teléfonos celulares, de las tendencias para 2019 y algunas de las maneras en que la tecnología manipula el cerebro humano, y la opinión pública. Finalmente, en este capítulo se da espacio a los peligros del Internet y los grupos que se ven afectados por la inseguridad en la red: los migrantes digitales, los nativos digitales y los llamados huérfanos digitales. Se usa como ejemplo el caso del reto de La Ballena Azul, el juego que propone a sus participantes realizar 50 desafíos finalizando la lista con el suicidio.

### **5.1.-Panorama actual**

Los usuarios de esta red global son diversos. En 2012, el 50% de los usuarios de Internet, de acuerdo a McKinsey&Co, estaban en países emergentes y proyectaban que para 2015 ese número llegaría al 61% (Calderale, 2012). Las economías en desarrollo se están apropiando de Internet ya que son un motor importante para la innovación (Calderale, 2012). En 2018, México tenía 71.3 millones de usuarios de Internet y 17.4 millones de hogares con conexión a dicho servicio (INEGI, 2018). Esto significa que el 63.9 por ciento de la población de seis años o más usa Internet. El 50.8% son mujeres y el 49.2 % son hombres, siendo los hombres de 18 a 34 años el de mayor proporción de usuarios.

El informe de INEGI (2018) indica que las principales actividades que realizan los usuarios mexicanos es obtener información (96.9%) seguido de entretenimiento (91.4%), comunicación (90%) y después contenidos audiovisuales (78.1%) y acceso a redes sociales (76.6%). De acuerdo a su análisis, el Internet es un fenómeno urbano porque 86% de los usuarios se encuentran en esa zona. Además, 60.6 millones de personas disponen de celular inteligente al que instalan aplicaciones de mensajería instantánea (92.1%), redes sociales (79.8%), aplicaciones de audio y video (69.7%) y sólo 16% instalaron alguna aplicación de acceso a banca móvil.

De acuerdo al estudio *Dividendos digitales panorama general* del Banco Mundial, el sector de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) representa el 6% del

PIB en los países de la OCDE y es más pequeño en los países en desarrollo (Forbes, 2016).

Por otro lado, según la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares, TIC-H 2017, realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE): los menores de 10 años ya tienen como práctica usar computadora e Internet. En España, a partir de los 12 años, más de la mitad de los menores tienen celular (EFE, 2017). El 95.1% de los menores de edad españoles navega por Internet y el 92.4% usa la computadora, siendo más las mujeres quienes la utilizan (93.9%). También, muestra un aumento en el porcentaje de hogares con acceso a Internet (83.4%) (EFE, 2017).

Lo interesante de la encuesta es que indica que los hogares sin acceso a Internet no lo necesitan (67.7%), entre los motivos están: tienen poco conocimiento de cómo usarlo (43.7%), el costo del equipo es alto (30.5%) y también el costo de conexión es elevado (29.9%) (EFE, 2017). La disponibilidad a redes de banda ancha influye en el incremento en el acceso a Internet. Y la conectividad digital abre puertas a oportunidades educativas, laborales o financieras a todo el mundo. En los países menos desarrollados los jóvenes entre 15 y 24 años son los usuarios principales (ISDI, 2017).

Desde 2015, cuando inició la tendencia a conectarse a Internet desde el celular, la mensajería instantánea se ha vuelto uno de los servicios más utilizados, siendo que en el año 2000 la práctica era conectarse a consultar el correo electrónico. (Selfbank, 2015). En ese mismo año, el uso de las redes sociales incrementó con Facebook al igual que la compra por Internet. Sin embargo, seguía habiendo una brecha digital. A finales de 2015 sólo el 7% de los hogares de países subdesarrollados tiene Internet y el promedio a nivel mundial era de 46% (García, 2015).

De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas, la mitad de la población del mundo usa Internet. A finales de 2018 eran 3 mil 900 millones de habitantes con acceso a la red, lo que representa 51 de cada cien habitantes. En cuanto a los celulares, 96 por ciento de

los habitantes del mundo pueden acceder a Internet con una red 3G o más rápida (Poy, 2019).

Destaca el que el uso de Internet aumentó en los países desarrollados al pasar de 51.3 a 80.9 por ciento entre 2005 y 2018. Mientras, en las naciones en vías de desarrollo aumentó del 7.7 al 45.3 por ciento y en África subió de 2.1 a 24.4 por ciento (Poy, 2019).

Sin embargo, las Naciones Unidas alertan de una falta de habilidades para uso de las TIC a pesar del aumento del consumo de Internet. Estiman que una tercera parte de las personas no tienen conocimientos básicos de informática como copiar archivos, sólo 41 por ciento sabe instalar o configurar programas o usar hojas de cálculo. Este desconocimiento sobre las TIC impide el acceso a Internet. “Los datos muestran que cuanto más compleja es una actividad, menos personas la realizan” (Poy, 2019).

Una de las ventajas que tiene Internet es que permite la participación de empresas pequeñas en el comercio mundial y “al alentar la competencia, fomenta la innovación” y el desarrollo (Forbes, 2016). La manera en que Internet impulsa la economía es a través de tres maneras:

- a. La expansión del comercio permitiendo exportar productos a más mercados. “Con un aumento del 10% del uso de Internet en el país exportador, el número de productos comerciados entre países aumenta un 0.4%” (Forbes, 2016). Con el uso de comentarios y calificaciones mitigan los problemas de confianza que surgen en las compras en línea. Otra de sus estrategias para fomentar la confianza es ofrecer una “garantía y resolución de disputas” (Forbes, 2016).
- b. Reduce los costos aumentando la eficiencia y productividad de la mano de obra. Por tanto, “ayuda a las empresas a utilizar mejor la capacidad existente, optimiza la gestión del inventario y de la cadena de suministro, reduce el tiempo de inactividad de los bienes de capital, y disminuye el riesgo” (Forbes, 2016).

- c. Se fomenta la competencia al reducir a cero los costos marginales. En el mundo real se requeriría regulación para proteger los intereses de los consumidores, sin embargo, en Internet “las empresas se están poniendo más astutas en la discriminación de precios, al ofrecer precios diferentes a diferentes consumidores sobre la base de su historial de búsquedas, su ubicación geográfica u otra información recabada acerca de los compradores” (Forbes, 2016).
- d. Las empresas digitales pueden entrar al mercado y crecer con rapidez “con relativamente poco personal o poca inversión de capital” (Forbes, 2016) y la mayoría compiten con empresas tradicionales.

Por otro lado, el término *on demand*, sonado en la industria tecnológica, marca un nuevo estándar para las empresas, que se ajusta a las cambiantes necesidades de las mismas. (Ibarra, 2006) La tendencia, “según los más experimentados es una evolución y revolución del servicio hasta ahora conocido” (Ibarra, 2006, p. 1). El término *on demand* da pie a un nuevo paradigma en el negocio tecnológico. Se caracteriza por ser un servicio que siempre está disponible pero que se paga sólo cuando se utiliza (Ibarra, 2006, p. 1).

Un negocio *on demand* puede responder de manera “flexible y rápida, a cualquier cambio en la demanda de los clientes, nuevas oportunidades en el mercado o cualquier amenaza” (Ibarra, 2006, p. 6). En sus procesos, la tecnología le permite mejorarlos, pero el éxito depende de la habilidad de transformar la empresa y adoptar “modelos de negocio flexibles” (Ibarra, 2006, p. 6). Su poder reside en ser capaz de “alinear procesos para que la información sea más fluida y circule mejor” (Ibarra, 2006, p. 6). Dicha integración incluye al equipo interno así como a proveedores y clientes. Su capacidad de percibir “inmediatamente los cambios del mercado y reaccionar rápidamente es una de las principales ventajas competitivas” (Ibarra, 2006, p. 6) de este tipo de negocios. En ese sentido, convertirse en *on demand* “no es un producto sino un camino” (Ibarra, 2006, p. 9).

De acuerdo a Ibarra (2016), el proceso para ir hacia el *on demand* consta de cuatro pases:

1. *Buscar el orden dentro de la complejidad.* Se analiza detalladamente los procesos y se aíslan los componentes.
2. *Establecer el mejor punto de partida.* Analizar el modo de gestión de la empresa para descubrir las ventajas competitivas
3. *Pasar de la teoría a la práctica.* La experiencia complementa el conocimiento adquirido.
4. *Proceder por etapas.* Fases sucesivas y fáciles de gestionar.

Transformar los negocios para la era *on demand* “significa mejorar la eficiencia y reducir costos, servir mejor a los clientes, limitar riesgos e incrementar la agilidad dentro del mercado” (Ibarra, 2006, p. 10). Para estas empresas, no es posible ser ágil y competitivo en un entorno cambiante sin tener un “ambiente tecnológico flexible e integrado que permita estar a la altura de esa dinámica” (Ibarra, 2006, p. 12).

Un ejemplo de esto se puede ver en los viajes. El Internet vino a cambiar la manera de reservar un vuelo o comprar entradas para el teatro. “Internet tomó una serie de sectores desconectados y les proporcionó una plataforma de integración” (Ibarra, 2006, p. 12). Al entrar a las plataformas de viajes como Expedia o Booking, puedes reservar tus vacaciones en una visita. “Como estos sectores ahora trabajan de forma más coordinada, están empezando a compartir la Gestión de Relaciones con el Cliente, la distribución y otros servicios” (Ibarra, 2006, p. 14) que los lleva a un negocio *on demand* con una red de alianzas, donde “las compañías tienen una imagen única del cliente, que les permite intercambio de servicios entre sí y trabajar juntos para desarrollar nuevos productos” (Ibarra, 2006, p. 14).

## 5.2.- Impacto en la sociedad

A diferencia de la televisión, cuya comunicación principalmente es unidireccional a través de la pantalla, la difusión en Internet ha provocado una forma de comunicación interactiva cuya característica es su capacidad para enviar mensajes de muchos a muchos, en tiempo real o en un momento concreto. Esta nueva forma histórica de comunicación es llamada *autocomunicación de masas* (Castells, 2009, p. 88). Lo que la hace una comunicación de masas es el potencial que tiene para llegar a una audiencia global, por ejemplo, con un vídeo en YouTube. “Al mismo tiempo, es autocomunicación porque uno mismo genera el mensaje, define los posibles receptores y selecciona los mensajes concretos o los contenidos de la web y de las redes de comunicación electrónica que quiere recuperar” (Castells, 2009, p. 88).

Creemos tener el control de lo que vemos al elegir una serie en Netflix o cualquier otra plataforma, sin embargo, realmente no se está teniendo del todo esa libertad, incluso en la autocomunicación. Aunque ahora exista la posibilidad de dejar de seguir a alguien, dejar de pagar una suscripción o elegir ver o no un contenido, en todos ellos, alguien eligió las opciones de las cuales se puede elegir. “Lo que es históricamente novedoso y tiene enormes consecuencias para la organización social y el cambio cultural es la articulación de todas las formas de comunicación en un hipertexto digital, interactivo y complejo que integra, mezcla y recombina *en su diversidad* el amplio abanico de expresiones culturales producidas por la interacción humana.” (Castells, 2009, p. 88).

Internet es la tecnología decisiva de la era de la información así como el motor eléctrico lo fue en la transformación tecnológica de la era industrial (Castells, 2013). Si se toma en cuenta el entorno familiar y el que los niños también tengan acceso a un teléfono celular, hoy casi toda la humanidad está conectada “aunque con importantes diferencias en cuanto a ancho de banda y a eficiencia y precio del servicio” (Castells, 2013). Su ventaja es que permite producir, distribuir y utilizar información digitalizada en cualquier formato. De acuerdo al estudio publicado por Martin Hilbert en Science en 2010, “el 95% de toda la información existente en el planeta está digitalizado y en su mayor parte accesible en Internet y otras redes informáticas” (Castells, 2013), sólo que empresas e

instituciones pueden sentirse abrumados por desconocer sus efectos. Esto se debe a que los medios contribuyen a “deformar esta percepción ya de por sí distorsionada, difundiendo informes alarmistas y basados en observaciones anecdóticas y opiniones tendenciosas” (Castells, 2013). De ahí la relevancia de que las ciencias sociales contribuyan al estudio del Internet para mejorar nuestra comprensión del mundo en que vivimos.

Los medios informan de los peligros del uso excesivo de Internet, aumenta el riesgo de enajenación, aislamiento, depresión o distanciamiento social, para Castells (2013):

“...los datos disponibles evidencian que, o bien no existe ninguna relación entre el uso de Internet y la intensidad de la vida social, o bien ésta es positiva y de efecto acumulativo. Observamos que, en general, las personas más sociables son las que más utilizan Internet. Y cuanto más usan Internet los individuos, más aumentan su sociabilidad dentro y fuera de la red, su responsabilidad cívica y la intensidad de sus relaciones con familiares y amigos. Y esto se ha observado en todas las culturas, con la excepción de un par de estudios tempranos sobre Internet realizados en la década de 1990 y que luego sus autores enmendaron (Castells, 2001, y Castells et al., 2007; Rainie and Wellman, 2012; y Center for the Digital Future, Estudio Mundial de Internet, diferentes años).”

Gracias a Internet vivimos una nueva estructura social, la sociedad de las redes globales, en la que aparece la cultura de la autonomía (Castells, 2013). Esta sociabilidad se reconstruye como individualismo y comunidad en red mediante la búsqueda de personas afines, “en un proceso que combina interacción virtual (online) con interacción real (offline), ciberespacio con espacio físico y local” (Castells, 2013). Un ejemplo claro de eso es el hecho de que los consumidores usen Internet como fuente antes de comprar un producto en una tienda (El Observatorio CETELEM, 2017) o el reencuentro con amigos de secundaria o preparatoria por *Facebook*.

La conexión en red es la forma de organización que construyen los sujetos individuales y colectivos que nacen del proceso de individuación (Castells, 2013). Internet aumenta

dicha sociabilidad como lo demuestran Rainie y Wellamn en Estados Unidos, Cardoso en Portugal y el Estudio Mundial de Internet para el mundo en general citados por Castells (2013). En un trabajo realizado por Michael Willmott para el British Computer Institute reveló “una correlación real, aplicable a individuos y países, entre la frecuencia y la intensidad de uso de Internet y los indicadores fisiológicos de felicidad personal” (Castells, 2013). El estudio demostró que el uso de Internet reafirma a las personas, al intensificar su sensación de seguridad, libertad personal e influencia, que influyen en la felicidad y el bienestar personal. “Dicho efecto es especialmente beneficioso en individuos con bajos ingresos y menos cualificados, en quienes viven en países en vías de desarrollo y en las mujeres (Castells, 2013).

Internet también favorece el auge de la cultura de la autonomía al definir proyectos específicos de interacción con las instituciones de la sociedad, “pero sin sumisión a las mismas. Esto solo lo consigue un grupo minoritario de individuos que, sin embargo, gracias a su capacidad de liderazgo y movilización, acaban introduciendo una nueva cultura en cada faceta de la vida social” (Castells, 2013), por ejemplo, en el trabajo el espíritu emprendedor, en los medios las audiencias activas, en Internet la creatividad individual, en el mercado siendo consumidor informado y proactivo, en la enseñanza alumnos informados con pensamiento crítico, el sistema de gestión sanitaria centrado en el paciente, en el gobierno electrónico un ciudadano informado y participativo, los movimientos sociales desde la sociedad, y en la política el ciudadano independiente capaz de participar en redes políticas autogeneradas. (Castells, 2013).

En estudios realizados por Castells (2013), obtuvieron evidencia de la relación directa entre Internet y el auge de la autonomía social al establecer escalas de autonomía en diferentes dimensiones. “Solo entre el 10% y el 20% de la población, dependiendo de las dimensiones, se situaba en un nivel alto de autonomía” (Castells, 2013). Se centraron en el segmento activo de la población para explorar el papel de Internet en la construcción de autonomía e identificaron seis tipos principales de autonomía: a) desarrollo profesional, b) autonomía comunicativa, c) espíritu emprendedor, d) autonomía del cuerpo, e) participación sociopolítica y f) autonomía personal, individual. Cada una de

ellas mostraba una correlación positiva con el uso de Internet “en un bucle que se retroalimenta: cuanto más autónoma es la persona, más utiliza la web, y cuanto más utiliza la web, más autónoma es (Castells et al., 2007)” (Castells, 2013). Este hallazgo es relevante porque si existe una tendencia cultural por la autonomía, alimentada por Internet, por tanto “avanzamos hacia una sociedad de individuos asertivos y con libertad cultural al margen de las barreras impuestas por rígidas organizaciones sociales heredadas de la era industrial” (Castells, 2013).

Sin embargo, otro estudio encontró que las búsquedas en Google tienen un impacto en las conexiones neuronales. El estudio seleccionó a dos grupos de personas de misma edad, sexo y estatus socioeconómicos pero con una diferencia en la familiaridad con las tecnologías. Al realizar búsquedas ambos grupos mostraban patrones neuronales distintos, pero después de cinco días los menos expertos comenzaron a tener patrones neuronales similares a la vez que se debilitan los circuitos neuronales relacionados con las habilidades sociales. Dado que los efectos de la exposición a Internet son contradictorios es necesario un análisis integral que incluya sus distintas facetas y tipo de relaciones interpersonales. Pues hay evidencia tanto de que jugar con videojuegos genera comportamientos violentos como que otras tecnologías generan empatía. En la misma dirección, los resultados de “Hoffner y Lee (2015) están en la misma dirección. Este estudio muestra que los teléfonos móviles pueden acarrear beneficios psicológicos dependiendo de cómo se utilicen” (Raynaudo y Borgobello, 2016).

Lo que también fomenta Internet es una diversidad cultural que se comienza a ver en las redes sociales y el perfil de personas que atrae. Por ejemplo, los usuarios de Myspace provienen de una clase social más baja que los de Facebook. LinkedIn, por su parte, es para profesionales (Castells, 2013). Aunque por otro lado, las redes sociales se han convertido en plataformas más allá de relacionarse y charlar con amigos, usándose para marketing, comercio electrónico, enseñanza, creatividad cultural, medios de comunicación y ocio, aplicaciones médicas y activismo sociopolítico. “Se trata de una tendencia muy importante que abarca toda la sociedad” (Castells, 2013). Las redes sociales fomentan la sociabilidad. “Es un mundo constantemente interconectado en

todas las dimensiones de la experiencia humana. Las personas evolucionan juntas en permanente y múltiple interacción. Pero cada cual elige las condiciones de dicha coevolución” (Castells, 2013). Las redes sociales se han convertido en la nueva forma de mantener el contacto y compartir fotos e información.

El mundo virtual facilita prácticas sociales como compartir, mezclarse o vivir en sociedad. Con el auge y aceptación del uso de redes sociales, las agencias de marketing, las empresas, los gobiernos y la sociedad civil están migrando masivamente a Internet (Castells, 2013). Sin embargo, los aparatos ideológicos y medios de comunicación siguen siendo herramientas de manipulación que permiten afianzar el poder. “Pero, desde su aparición, la nueva cultura de la autonomía ha encontrado en las redes de comunicación por Internet y telefonía móvil un medio incomparable de autocomunicación y autoorganización de masas” (Castells, 2013).

En esta segunda década del siglo XXI, múltiples movimientos sociales en el mundo han usado Internet como espacio de formación y de conectividad permanente. “Estos movimientos sociales en red, formados en las redes sociales de Internet, han actuado en el espacio urbano y en el institucional, induciendo un nuevo tipo de activismo que es el actor principal del cambio en la sociedad red” (Castells, 2013). No fue la tecnología la que generó los movimientos sociales sino que generó las condiciones para que surgiera y los impulsó, “sin Internet y sin comunicación inalámbrica los movimientos sociales no habrían alcanzado su capacidad actual de oposición al poder del Estado” (Castells, 2013). Un ejemplo es la Primavera Árabe que generó manifestaciones en el mundo árabe desde 2010 hasta 2013. Mostró cómo se puede utilizar la red para burlar a un régimen a pesar de que en muchos casos fueron financiados por potencias occidentales.

Ahora también se libra una batalla por el control de la mente humana, y se generan problemas como el ciberataque pues Internet no fue concebido para estos riesgos de seguridad. La ciberdelincuencia lleva a realizar nuevas prácticas de seguridad como no aceptar a gente desconocida ni pinchar en links sospechosos. Revisar la configuración de protección de datos y seguridad. Los padres también tienen nuevos retos con los intentos de acceso a páginas de pornografía por parte de los menores. En las compras

en línea se necesitan medidas de precaución en las transacciones como el caso de BBVA Bancomer que ha mejorado la seguridad al crear tarjeta de crédito digitales que cambian el código CVV en cada compra (Europapress, 2011).

Otro de los impactos sociales de Internet se ve en los cambios que ha habido en Twitter que inició con la pregunta «¿Qué estás haciendo?» en 2006 y para 2009 era «¿Qué está pasando?». También ya hay interacciones con programas de reconocimiento de voz, o el uso de audio en whatsapp. Otro rasgo de la comunicación por medios electrónicos muy distintivo es la falta de expresiones faciales, gestualidad o expresión corporal, lo que llevó a la creación de emoticones, aunque su papel semántico es limitado, sí permiten aclarar las intenciones de quien escribe pero un emoticon también se presta a varias interpretaciones (Crystal, 2013).

Por otro lado, una página web varía de una visita a otra por cuestiones como actualización del contenido, cambio de patrocinadores, nuevos elementos gracias al diseño gráfico. El usuario puede editar el contenido una vez que lo descarga en su computadora. “Todas estas posibilidades son motivo de no poca inquietud entre aquellos afectados por cuestiones de propiedad intelectual, *copyright* y falsificación” (Crystal, 2013).

Tal cual como sucedía con la neolengua y la actividad que realizaba el protagonista de *1984* de George Orwell, los correos electrónicos pueden ser borrados “y es posible alterar mensajes electrónicamente con una facilidad e indetectabilidad que no existe cuando se intenta alterar textos escritos de manera tradicional” (Crystal, 2013). Todo lo que ya teníamos físicamente como periódicos y revistas, televisión o videojuegos está ya en Internet, en un click, en cualquier momento y más barato. Por ejemplo, la radio es uno los medios con mucha fuerza en Internet (Tendencias, 2016).

Otro fenómeno llevó a las empresas a modificar su oferta por los cambios en los intereses o hábitos de los usuarios de Internet. Yahoo compra el sitio de compartir fotos Flickr.com, al igual que American On Line (AOL) adquiere weblogs pues estas empresas sabían que las nuevas generaciones buscarán servicios gratuitos. Empieza a surgir la cultura del

compartir y colaborar que lo ofrece casi todo gratis (Corredoira, 2006). Por ejemplo, a los jóvenes no les gustaba que los iPod no fueran inalámbricos, que no pudieran compartir música directamente. Incluso Disney, ABC, NBC, o Antena 3 en España, tuvieron que buscar maneras de difundir contenidos para un televidente no clásico, que es activo, usa los celulares y busca la posibilidad de respuesta.

Esta cultura del compartir y colaborar crea un nuevo espacio social que no sustituye el del mundo físico, sino que lo fortalece y amplía. Donde los padres no saben de tecnologías de entretenimiento en Internet y los niños pueden llevar a las generaciones anteriores a un mundo más personal y comunicado, donde lo educativo y político puede ser traído al mundo virtual (Corredoira, 2006).

Estamos en la era de la escritura colaborativa, la “era wiki”. El conocimiento se adquiere de manera más abierta y la red “es una “academia” en la que también hay sabios e incultos” (Corredoira, 2006). En la era wiki, existen sitios web que aceptan que usuarios creen, editen, borren o modifiquen el contenido de una página web, fácil y rápido. “Dichas facilidades hacen de una wiki una herramienta efectiva para la escritura colaborativa” (Corredoira, 2006). Esta tendencia se consagra en webs como YouTube.com, que permiten crear videos para conectar con gente con similares intereses. La premisa es: difunde contenidos, configura los menús de tus videos favoritos, invita a tus amigos, comunícate con imágenes, etc.

### **5.3.- Política en Internet**

En la mitad del siglo XXI, las decisiones políticas de los votantes están manipuladas por las personas que diseñan los algoritmos. Un ejemplo de esto sucedió en 2014 en las últimas elecciones parlamentarias en India. Cómo lo indicaba Giovanni Sartori sobre la videopolítica y el poder de las encuestas, de acuerdo a las encuestas, había tres candidatos con posibilidades de éxito: Modi, Kejriwal y Gandhi. En dichas elecciones se llevó a cabo un experimento que permitió que los votantes indecisos entraran a Internet para tener información adicional sobre los candidatos, a través un motor de búsqueda (López de Mantarás, 2017).

Los potenciales votantes desconocían que las páginas web habían sido manipuladas de tal manera que zonas geográficas donde, por ejemplo, Modi tenía menos posibilidades de ser votado, la primera página de resultados de las búsquedas arrojaba únicamente información muy positiva sobre él, relegando la información negativa a páginas posteriores (López de Mantarás, 2017). La misma dinámica sucedía con los otros candidatos. “Se estima que mediante esta manipulación un candidato puede llegar a obtener incrementos de voto entre los votantes indecisos del orden del 20%” (López de Mantarás, 2017).

Ante esta situación Sartori también tenía razón: necesitamos un demos educado. Los ciudadanos educados, más informados, con más capacidad de análisis y críticos serán capaces de hacer valer sus derechos. Con ciudadanos más sabios “conseguiremos una sociedad que sepa convivir con las tecnologías inteli-gentes” (López de Mantarás, 2017).

Una de las situaciones que complejizan la política en Internet es la desinformación que existe. En enero de 2019 la Comisión Europea urgió a Facebook, Google y Twitter a intensificar sus esfuerzos contra esto a unos meses de las elecciones europeas de mayo (Última Hora, 2019). Indica que se tienen progresos en la suspensión de cuentas falsas y en la limitación de la visibilidad de los sitios que promueven la desinformación. Pide también tener acceso apropiado de los investigadores a sus datos y mayor cooperación con las autoridades nacionales (Última Hora, 2019) lo que podría propiciar la manipulación política de las campañas también.

La red ha empoderado a la ciudadanía ya que cualquier persona puede ser un reportero mientras cuente con las herramientas necesarias para hacerlo (Paredes, 2015). Los gobiernos deben convertirse en líderes políticos que ante eventos desafortunados, incidentes, escándalos de corrupción sepan atender los efectos negativos de las crisis

resultantes. Mientras sigan respondiendo de manera tradicional ante esto con “silencio e indiferencia, el comunicado o la conferencia de prensa, las explicaciones ridículas e inverosímiles, frases simplistas, el ocultamiento, la distracción y la espera del olvido ciudadano” la percepción negativa ante los ciudadanos será igual. “En los tiempos actuales, el liderazgo político debe coincidir, o al menos acercarse, al liderazgo comunitario en redes; las cualidades de dirección, capacidad de influencia, reputación, cercanía y fortaleza deben mostrarse efectiva, mediática y virtualmente” (Paredes, 2015).

El impacto de Internet tanto en Estados autoritarios como en democracias ha sido analizado en cuanto a si ha sido positiva o negativa, si Internet es bueno o malo para la democracia y la política. Sin embargo, la evolución del conjunto de servicios, plataformas, estándares y comportamientos de usuarios que dan forma a la Internet, “ha estado condicionada por la peculiaridad de las condiciones políticas en las que surgieron, han dado lugar a ciudadanos distintos y a formas distintas de hacer política” (Morozov, 2014). Por tanto, la manera en que se usan las redes sociales en un país, por ejemplo Egipto, es diferente al uso que le dan en China, aunque ambas presentan algunas similitudes. Y eso lleva a que los usuarios de Egipto hagan y esperen cosas distintas de las redes sociales que los de China, puesto que viven en culturas distintas, y sus preocupaciones políticas, sociales y culturales son también diferentes (Morozov, 2014).

Por ejemplo, en Egipto, la actividad de redes sociales se da en el sitio norteamericano Facebook, mientras que en China sucede mayormente en páginas web controladas de cerca por el Gobierno. Estas diferencias en las infraestructuras sociotécnicas repercuten en el grado de libertad del que gozan los usuarios en cada caso; “también en cómo se relacionan los unos con los otros; en lo subversivos que tienen que ser para expresar su descontento; en lo fácil o difícil que resulta para las autoridades públicas vigilar sus acciones; etcétera” (Morozov, 2014).

La discusión sobre si Internet es bueno o malo ha de cambiar hacia una reflexión que lleve a formular preguntas incómodas “sobre el futuro del capitalismo, de la privacidad y de los datos personales, sobre la responsabilidad de compañías y gobiernos, sobre la obsesión occidental con la guerra contra el terror, etcétera” (Morozov, 2014). Por tanto, lo que se está digitalizando e interconectando son diversas partes de la sociedad global.

La Primavera Árabe fue imposible de predecir con antelación a pesar de los teléfonos móviles, los datos en sitios web y redes sociales o de las herramientas informáticas para predicciones más potentes que en 1980. Por eso, no habrá persona capaz de “desentrañar «las repercusiones políticas de Internet»” (Morozov, 2014). Morozov (2014) sugiere mejor desarrollar herramientas que permitan mirar de cerca determinadas prácticas y evitar opinar sobre preguntas abstractas como ¿cuáles son las repercusiones políticas de Internet?

Ante esto, la práctica que se observa en la política es la denominada bajo el concepto de *postverdad* en la que “los hechos objetivos tienen menos influencia en definir la opinión pública que los que apelan a la emoción y a las creencias personales” (Coughlan, 2017). Esta cultura de la *postverdad* se ve alimentada tanto por las redes sociales como por la brecha entre ricos y pobres que ha provocado disconformidad en la clase media. El ruido de las redes sociales silencian las evidencias (Coughlan, 2017). El filósofo Grayling, ante las noticias falsas desatadas por Trump, advierte de una “cultura *online* incapaz de distinguir entre realidad y ficción” (Coughlan, 2017). Se inventan historias y la verdad desaparece. El filósofo ve similitudes con los años 30 donde la gente “se dio cuenta de que no necesitas hechos, simplemente puedes mentir” (Coughlan, 2017).

#### **5.4.- Los gigantes del Internet**

Los cuatro gigantes de Internet Google, Amazon, Facebook y Apple son conocidos como GAFA. Se les llama así porque han dominado el mundo de Internet sin oposición desde el 2007. Google es el ganador de los buscadores en computadora y dispositivos móviles. Amazon es el campeón de las compras en línea, logística y computación en la nube. Y Apple del sector de los teléfonos inteligentes desde 2010 (Akubica, 2017). Estas nuevas compañías son cada vez más omnipresentes, como el Gran Hermano que plantea George Orwell. Estas posibilidades tecnológicas están cambiando nuestra cotidianidad (Galdon, 2018). Amazon refleja las dinámicas que caracterizan el siglo XXI: el surgimiento de grandes complejos empresariales de base tecnológica (-GAFA), “la crisis del comercio minorista local, la robotización del trabajo y el auge del ocio en casa” (Galdon, 2018).

Por ejemplo, en Estados Unidos, Amazon cuenta con 17 centros de distribución en el Estado de California, “en ciertas zonas garantiza la entrega en menos de una hora, acepta pedidos directamente desde asistentes virtuales domésticos tipo Alexa o Echo” (Galdon, 2018) cuenta con tiendas físicas con libros sin precio y supermercados sin personal humano, incluso ocupa el segundo lugar como empleador superado por Walmart. Amazon tiene 613,300 trabajadores a tiempo completo o medio tiempo. Tuvo ingresos de 208,800 millones de dólares en los últimos cuatro meses de 2018. Tiene 10 centros en España (Galdon, 2018). Este gigante puede terminar de matar a los minoristas por la dificultad que tienen de competir con una multinacional.

A estos cambios introducidos por empresas como Amazon en las dinámicas laborales, los expertos las denominan taylorismo digital. “A principios del siglo XX se expandieron las teorías de Charles Taylor y su método de organización industrial para racionalizar y mecanizar el trabajo, dividiendo las tareas de forma sistemática con el fin de aumentar la eficiencia y productividad” (Galdon, 2018). Bajo ese modelo, el trabajo de cada obrero era cronometrado en un sistema de producción en cadena que restaba valor a la mano de obra cualificada y bajaba los salarios.

Una de las grandes polémicas que envuelve a los gigantes -GAFA se relaciona con su ingeniería fiscal y la búsqueda de fórmulas legales para rebajar sus obligaciones fiscales. Por su parte, Facebook ha sido cuestionado por comprar a quienes considera su competencia, como WhatsApp e Instagram, además de copiar las historias cortas de Snapchat, su competencia (Akubica, 2017). Aunque Estados Unidos no ha tomado cartas en el asunto sobre estos monopolios, la escéptica Europa han tomado decisiones en contra de Microsoft y Google. Estos procesos contra ambas empresas han puesto la atención en los monopolios privados y la concentración corporativa. Estas plataformas digitales son mercado duales que conectan a grupos de personas, hay una relación cliente proveedores facilitada por dichas plataformas (Hidalgo, 2018). Como ejemplos están Uber, Airbnb o Amazon. “Cuanto más oferentes y demandantes estén vinculados a través de estas plataformas, mayor será el valor de las mismas”, pueden cobrar más por publicidad (Hidalgo, 2018). Cuanta más gente participe en ellas, más cotizadas se vuelven.

Amazon no sólo utiliza datos personales para controlar a sus trabajadores, también recoge información sobre todas las interacciones de los clientes con su plataforma y a través de las *cookies*, en el caso de Internet. “Su omnipresencia hace que sea un actor excepcionalmente destacado en el mercado de datos” (Galdon, 2018). Con la información que obtiene deduce gustos, necesidades, capacidad adquisitiva, lugar de residencia y datos bancarios, que luego cruza con otras bases de datos para vender ese perfil lo más caro posible a los anunciantes. Como Facebook o Google, Amazon es una agencia de publicidad por eso “se dice que cuando algo es gratis, el producto somos nosotros” (Galdon, 2018) Amazon recibe dinero del consumidor y sus datos son revendidos como producto. Cuestión que también aprovechan otros negocios como la publicidad de agencia de marketing que ofrecen el servicio a sus clientes.

Lo anterior es posible a los algoritmos que funcionan bien para quien los diseña, pero resultan injustos para las personas objetivo porque puede ser machista, racista, o discriminadora como quien lo diseña (Del Castillo, 2018). Normalmente funcionan como

sistema de puntuación. “Si tienes una puntuación lo suficientemente elevada se te da una opción, pero si no la consigues se te deniega” (Del Castillo, 2018).

Por otro lado, un análisis realizado en 2017 por los economistas David Autor, David Dorn, Lawrence F. Katz, Christina Patterson y John Van Reenen indica las razones de la concentración así como otras causas. Por ejemplo, indican que “el cambio tecnológico ha podido elevar la sensibilidad del consumidor al precio, motivado en principio por una mayor información, lo que ha permitido que aquellas compañías con una mejor estructura de costes hayan podido acaparar una mayor porción del mercado” (Hidalgo, 2018) Lo importante de esta concentración está en que, para estos autores, no se queda solo entre las corporaciones que operan en la red sino que beneficia a empresas que usan la infraestructura de la red para extender el negocio, como Walmart.

Tradicionalmente, la actuación antimonopolio busca evitar que una empresa privada tenga una posición de mercado que le dé poder sobre el mismo. Otro argumento en contra de la concentración es la anulación de la innovación. Sin embargo, estos gigantes de Internet “son intensivas en capital y, lo que es mejor, en capital humano. Además, y frente a lo que diría la intuición, son empresas que realizan grandes inversiones en i+d” (Hidalgo, 2018) contradiciendo lo que la tradicional teoría económica espera de los monopolios u oligopolios. Entonces, el análisis antimonopolio clásico ya no encaja en la realidad de estas nuevas plataformas (Hidalgo, 2018).

Además, Tristan Harris en su conferencia en Ted habla de los trucos que las empresas tecnológicas usan para atrapar la atención de los usuarios. Desde las notificaciones de Facebook a Snapchat, hasta las reproducciones automáticas de YouTube, todos compiten por nuestra atención.

Harris era un diseñador ético en Google, donde estudió cómo se controlan los pensamientos de la gente de forma ética; debido a que, las personas que trabajan en empresas de tecnología, por medio de sus decisiones, controlarán lo que un billón de personas están pensando en la actualidad. Porque cuando sacan su teléfono, ellos

diseñan cómo esto funciona o qué hay en las notificaciones y están programando pequeños bloques de tiempo en nuestras mentes. Si ven una notificación, ésta los programa para que tengan pensamientos que quizás no tenían la intención de tener (Harris, 2017). Cada nuevo sitio web tiene que competir por la atención de los usuarios. “La mejor manera de capturar la atención de las personas, es saber cómo funciona la mente de alguien” (Harris, 2017). Por ejemplo, YouTube, Netflix o Facebook reproducen videos automáticamente para lograr mantener a la gente más tiempo ahí. Internet no está evolucionando al azar. “La razón por la que parece que nos atrapa en la manera que lo hace, se debe a esta carrera por la atención” (Harris, 2017).

Harris (2017) propone tres cambios radicales en la tecnología y nuestra sociedad para cambiar esta situación:

1. Reconocer que somos persuasibles entendiendo que la mente humana puede ser programada para tener pequeños pensamientos no elegidos y usarlo para protegernos de la forma en que eso sucede. Ser más autoconscientes.
2. Generar nuevos modelos y sistemas de responsabilidad, puesto que el mundo será más y más persuasivo, para que las personas en esas salas de control sean responsables y transparentes con lo que queremos. “La única forma ética de persuasión que existe, es cuando los objetivos del persuasor están alineados con los objetivos del persuadido y eso implica cuestionar cosas grandes, como el modelo de negocio publicitario” (Harris, 2017).
3. Provocar un renacimiento del diseño que proteja de lo que “no queremos experimentar, los pensamientos que no queremos procesar, para no tener ese timbre, que cuando suena nos dispersa. Y la segunda nos permitiría vivir la línea de tiempo que queremos” (Harris, 2017).

Un primer paso es “arreglar la manera en que las mentes de los niños son manipuladas para que envíen mensajes vanos de un lado a otro” (Harris, 2017).

## 5.5.- Regulación de la red

Las principales cuestiones que están sobre la mesa en el tema de regulación de la red es el acceso a Internet con igualdad, los derechos de autor, y la censura, todas relacionadas con el control.

En cuanto a la censura en Internet, la causa que detonó esto fue el hecho de que activistas egipcios, en enero de 2011, inspirado por lo sucedido en Túnez, organizaran una manifestación vía Facebook. Lograron reunir a miles de manifestantes se reunieron en la plaza Tahrir de El Cairo para protestar contra el régimen de Mubarak. La manifestación llevó al gobierno egipcio a cortar el acceso a Internet del país lo que provocó que miles se sumaran a las protestas. Mubarak se dio cuenta de su error: nunca cortar el acceso a Internet. Fue forzado a renunciar tras 18 días de protestas masivas (Tovar, 2018). Este suceso abrió la conversación sobre la censura en Internet.

Entre las cosas que se censuran, además de la pornografía están los llamados *torrents*, palabra censurada por la red social Tumblr, estando poco claro si se prohíbe por motivos de piratería o por su frecuente asociación con la pornografía (Torrent Freak, 2015). A continuación se comparten diferentes niveles de censura de Internet en todo el mundo indicados por Tovar (2018):

### **África:**

-Países que restringen torrents: 29

-Sin acceso a pornografía: Guinea Ecuatorial, Eritea, Marruecos, Sudáfrica, Sudán y Tunisia.

-Restricción a noticias políticas: Burundi

-Restricción a medios sociales: Etiopía.

### **Asia:**

- Países que restringen torrents: 16
- Sin acceso a pornografía: China, Países Árabes-Musulmanes, Corea del Norte y del Sur, Singapur.
- Restricción a noticias políticas: Corea del Norte.
- Restricción a medios sociales: Corea del Norte, Turkmenistan, Uzbekistan.

### **Europa:**

- Países que restringen torrents: 31
- Sin acceso a pornografía: Belarus, Turquía
- Restricción a noticias políticas: Turquía.
- Restricción a medios sociales: Belarus, Turquía

### **América:**

- Países que restringen torrents: 23
- Sin acceso a pornografía: Cuba
- Restricción a noticias políticas: Cuba, Venezuela, Honduras (parcialmente)
- Restricción a medios sociales: Cuba, Venezuela (mediante restricción de IP).

El ejemplo más claro de censura es China. El país tiene a más de 50,000 personas monitoreando la actividad de Internet en todo momento. “El gobierno obliga a todo el tráfico en línea a través de unos simples tres sistemas de enrutamiento central. Esto facilita que los censores examinen todos los datos que ingresan y salen del país” (Tovar, 2018). El aparato de censura de China es tan avanzado que puede llevar a la represión y el cumplimiento. La línea entre lo permitido y lo prohibido, y las consecuencias de esto último, para China son estratégicamente difusas.



## Censura de internet en China

El aparato de censura de China está tan avanzado que puede adoptar un enfoque muy detallado para la represión y el cumplimiento de sus regulaciones.

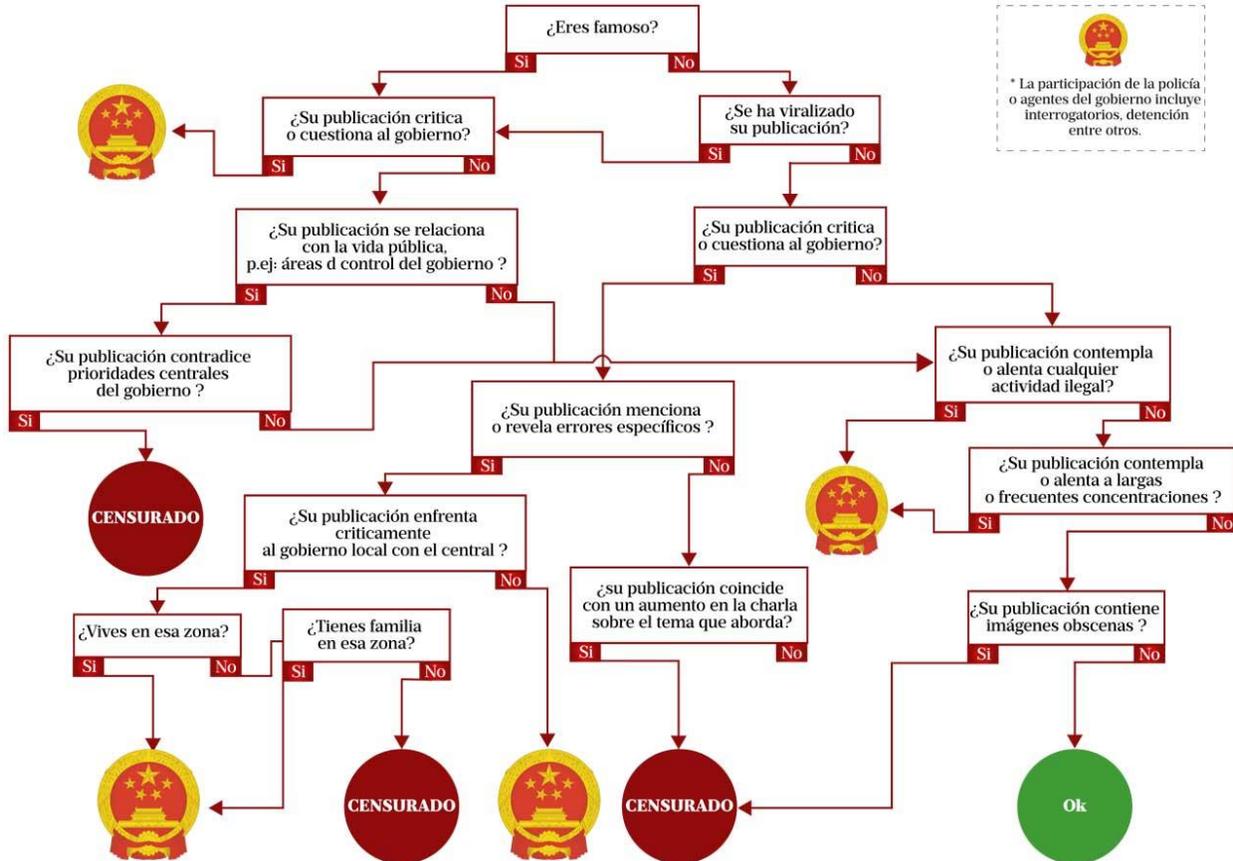


Figura 26: Censura de Internet en China. *Cambio16*. Por Luis Roberto Martínez. (Tovar, 2018).

En Turquía, crece la lista negra de 100.000 sitios web, que tiene duras penas ante cualquier sentimiento antigubernamental, “ha creado un entorno extremadamente restrictivo para los usuarios de Internet turcos” (Tovar, 2018). En Etiopía, en 2016, el gobierno bloqueó el acceso a los sitios de redes sociales para evitar trampas durante exámenes de ingreso a la universidad. En Corea del Norte, la navegación no autorizada de Internet es una práctica peligrosa. Cualquier dispositivo teléfonos inteligentes, *tablets*, sistemas operativos y navegadores utilizados fueron desarrollados por el gobierno, “y el contenido en los aproximadamente 5000 sitios web accesibles está estrictamente controlado” (Tovar, 2018).

En Rusia, enfrentando grandes protestas antigubernamentales en 2017 y una elección presidencial para marzo de 2018, las autoridades reforzaron el control de Internet. “Los legisladores aprovecharon todas las oportunidades para impulsar una legislación destinada a frenar la expresión desenfrenada de la disidencia en línea” (Tovar, 2018). En Arabia Saudita, el gobierno utilizaba el filtrado estricto del contenido de Internet en 2017. La autocensura siguió siendo frecuente cuando se hablaba de política, religión y la familia real. “Los sitios sobre la minoría chiíta, las mujeres, los derechos humanos, las organizaciones políticas y otras cosas similares se bloquean rutinariamente” (Tovar, 2018). En Venezuela, se pasó de “parcialmente libre” en 2016 a “no libre” en 2017. El colapso de su economía y la crisis política que se vive han llevado a su régimen a bloquear medios en línea y manipular el protocolo IP (Tovar, 2018).

Esta censura coexiste con la desinformación, la manipulación de la información y los bots políticos, como lo dejan ver los contenidos falsos de la campaña de las elecciones presidenciales en Estados Unidos en 2016. “Las cuentas de las redes sociales operadas por Rusia y los medios estatales se involucraron en la desinformación e influenciaron campañas para polarizar el entorno de los medios (Tovar, 2018).

En regímenes represivos o dictatoriales la censura política surge por tener opiniones contrarias a los ideales políticos del gobierno; fuertes críticas antes los líderes de una nación dar a conocer datos que atentan contra la seguridad del estado o la influencia de movimientos que afectan a la unidad y valores nacionales (Censura del Internet, s.f.).

Entre las causas sociales que detonan la censura de Internet, por las repercusiones negativas de algunos contenidos en el comportamiento de la sociedad, se encuentran la pornografía, el alcohol, los videojuegos, las drogas y la violencia (Censura del Internet, s.f.).

Las censuras religiosas se observan en los Estados Árabes. Una de las principales causas que llevó a dicho país a restringir el Internet es la constante crítica ante el abuso contra los derechos de las mujeres que suceden por costumbres o doctrinas religiosas que deben obedecerse (Censura del Internet, s.f.).

Otra de las prácticas que ha puesto el tema de la regulación y legislación de Internet han sido los *hackeos* a los sistemas financieros en el extranjero como el caso del segundo banco más grande de Estados Unidos, JP Morgan, en 2014 (Marín, 2018). Durante dicho hackeo se expusieron los datos de alrededor de 83 millones de clientes (Reuters, 2014). Por ejemplo, este hecho hizo que en México se planteara legislar Internet, pero esto no ha prosperado ante la oposición de diversas organizaciones que lo ven como una manera de coartar la libertad de expresión. En octubre de 2015 el senador Omar Fayad presentó la iniciativa de Ley Federal para Prevenir y Sancionar los Delitos Informáticos, misma que criminalizaba Internet por como estaba redactada (Red en Defensa de los Derechos Digitales, 2015).

En Europa también está pasando. En 2018, el el Parlamento Europeo aprobó la nueva ley de *copyright* que, entre otras cosas, permite usar algoritmos para decidir qué se puede subir a Internet o no. Cuestión que amenaza con acabar con la libertad en Internet, tal como se conoce hoy ya que, entre las cosas que plantea esta ley, es permitir que en toda la Unión Europea “un algoritmo automatizado pueda censurar previamente, sin la orden de un juez ni la intervención de ningún ser humano, cualquier contenido que considere que infringe las leyes de ‘copyright’” (Cid, 2018).

Al censurar o controlar el acceso a la información de Internet, controlar el conocimiento de la gente o lo que puede llegar a saber. Es decir, ya no es tanto el tipo de contenido al que accedes sino al que se te permite acceder. Por tanto, se puede estar viviendo una oscuridad sin ser percibida. Volvemos al oscurantismo moderno en el que determinado hechos y conocimientos se evitan difundir a la población. Y yendo más a fondo, los intentos de regulación de la neutralidad de la red, el derecha de autor ¿puede ser una manera disimulada de empezar a controlar a la población a nivel global? Si ahora se vive en una sociedad globalizada ¿esto no sería la pieza que permita que el gran hermano del siglo XXI, ya como gobierno, ya como empresa tecnológica, empiece a controlar a la población mundial, dejando a los que tienen banda ancha lenta o poco acceso a Internet en el olvido, como la prole en la novela 1984? Esa *prole* era quien no seguía las reglas

del gran hermano, quien creía cosas distintas. Quienes eran tachados como incultos aunque ellos tenían acceso a la historia verdadera y al libre pensamiento. Pero a medida que estos se vuelven minoría, el gran hermano se vuelve una verdad porque cada vez hay menos personas que lo contradigan.

No es algo que dañe físicamente o vuelva menos pensante a las personas, es algo que se apropia casi sin pensar. Es una ignorancia derivada de desconocer lo que estás consumiendo, que de cierta manera se manipula la información, que lleva a creer lo que ves sin reflexionar. Por ejemplo, hoy sabemos que la tierra es redonda gracias a los viajes de circunnavegación de Alejandro Magallanes, sin embargo, ¿qué pasaría si esas evidencias se eliminaran y alguien volviera a decir que la tierra es plana? Si esas evidencias se van perdiendo, si se va manipulando la información de acuerdo a los fines de unos cuantos en cuestiones intangibles, posiblemente derive en un oscurantismo moderno y empezar a creer cosas que hoy en día son obvias. Y que por esta desinformación y manipulación uno mismo puede estar influyendo en un pensar colectivo, definiendo ideas que podrían pasar de generación en generación sin ser cuestionadas.

## **5.6.- Redes sociales**

En el mundo, la penetración de Internet continúa muy baja en África Central y el sur de Asia, aunque son las regiones en las que aumenta más rápido la adopción de Internet (González, 2018). El acceso a teléfonos inteligentes y los planes de uso de datos más accesibles es lo que favorece dicho crecimiento. De acuerdo a We Are Social, tan sólo en 2017, 200 millones de personas compraron un celular mientras que dos tercios de la población mundial ya cuenta con un teléfono celular (González, 2018).

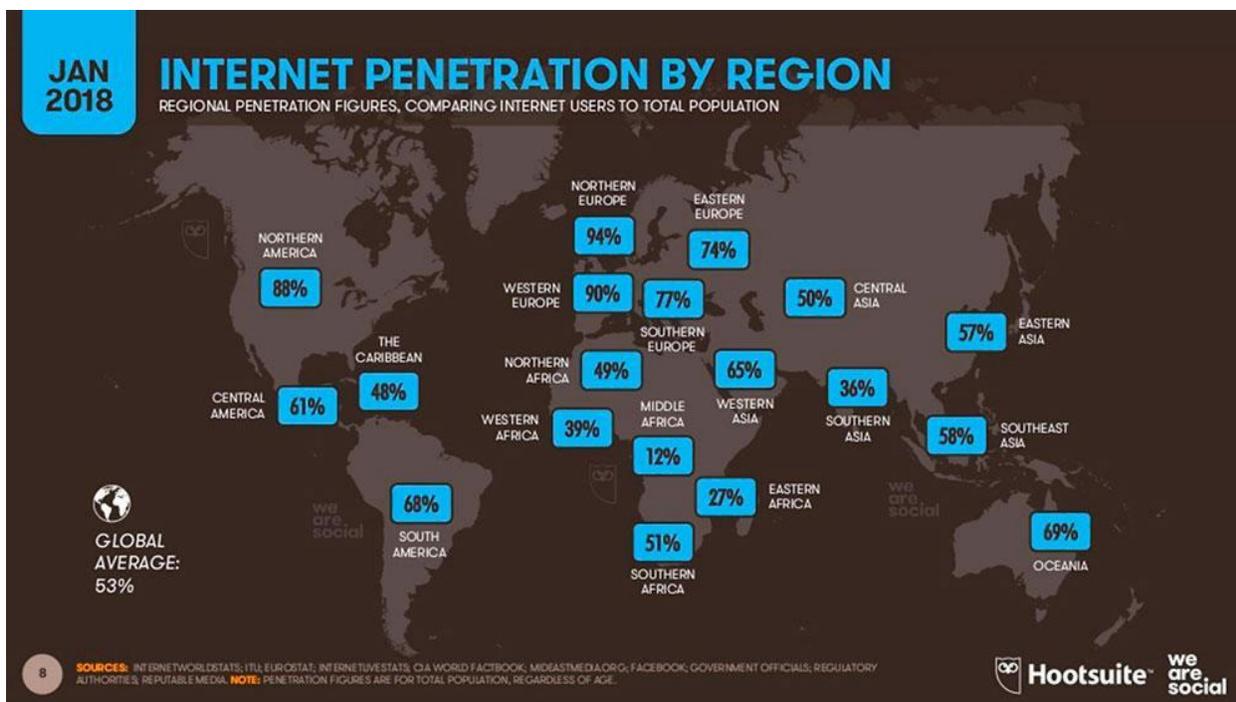


Figura 26: Penetración de Internet por región. *Usuarios de Internet y redes sociales en el mundo en 2018.* Por Ivette González de ilifebelt.

Las inversiones por parte de los gobiernos en banda ancha móvil así como la asequibilidad de los celulares serán factores que, junto al desarrollo de mercados, permitirán el acceso en regiones rezagadas. Además, en 2018 en el mundo 4 billones de personas tenían acceso a Internet (53%) que representó un aumento de 7% respecto a 2017, y de ellos 3.2 billones (43%) son activos en las redes sociales. Nueve de cada 10 usuarios activos acceden por su celular. Las personas ya realizan la mayoría de las actividades (entrar a redes sociales, leer contenido, visitar sitios web, etc) desde su teléfono inteligente.

De acuerdo a la Asociación de Internet en México (2018), la principal actividad para la que se accede a Internet es entrar a las redes sociales (89%), seguida por enviar o recibir mails (84%) y enviar o recibir mensajes instantáneos, chatear (83%). Incluso, el 43% de los encuestados estuvieron de acuerdo con que sus hábitos cambiaron a causa del Internet.

Facebook es la principal red social que se utiliza en el país además de que, en promedio, cada usuario tiene 5 redes sociales en promedio. De un total de 21 redes sociales tomadas en cuenta en el estudio. Éstas son: Facebook (98%), Whatsapp (91%), YouTube (82%), Instagram (57%) y Twitter (49%). Además, sólo el 1% no está inscrito a ninguna red.



Figura 26: Redes sociales más utilizadas por los mexicanos. *Reporte 2018 de hábitos de Internet*. Por Asociación de Internet en México.

Las tendencias en 2019 (Calcáneo, 2018) son:

1. *Formatos de contenido de 360°*. Facebook y Youtube están apostando por contenidos inmersivos en los cuáles el usuario tenga el control completo de lo que ve. Esto llevará a estar más tiempo en las redes sociales puesto que, por ejemplo, si fuera una prueba de manejo del auto que te interesa comprar, decidir una perspectiva ya que tú tienes

el control, sin embargo, querrás volver a ver el video pero probando otra perspectiva. Esto se verá reflejado en el número de interacciones y *engagement* del contenido.

2. *Realidad virtual*: gigantes digitales están invirtiendo para aumentar las interacciones de sus audiencias. “Es posible que entre el lanzamiento de Facebook Spaces, Oculus Rift y Oculus Go quizás pronto veamos despegar a este segmento” (Calcáneo, 2018). Podría convertirse en un escape para los usuarios de Facebook e incluso interactuar, comunicarse y experimentar con cualquier persona del mundo.
3. *El community manager será más importante que nunca*. Cada vez más se busca a personas calificadas para administrar las redes sociales y lo relevante está en que su perfil de puesto estará más definidos, requerirá tener mayores conocimientos y habilidades. Ya no sólo requerirán saber de comunicación y marketing sino de SEO, publicidad programática, marketing de contenidos, edición gráfica, *social ads*, edición de video y comunicación escrita.
4. *Automatización de conversaciones inteligentes* mediante chatbots. El riesgo estará en usarlo o no ya que algunos son están basados en inteligencia artificial y son aptos para dar respuestas óptimas, también hay otros basados en diagramas de preguntas y respuestas que el *community manager* programa. Esto podría dejar la sensación de un mal servicio al cliente.
5. *Televisión social*: Facebook lanzó en 2017 Facebook Watch que busca la atención de los usuarios con contenidos creados exclusivamente para esta plataforma. En la misma dirección van Youtube, Twitter e Instagram para lograr retener más tiempo a sus audiencias.

6. *Social Ecommerce*: permitirá la venta de productos en algunas de estas plataformas sociales. Como Facebook Marketplace o Instagram Shopping, que permitieron la entrada al comercio electrónico a gran escala para los pequeños vendedores y comerciantes minoristas.

Ante este panorama es importante recordar, algunas de las maneras en que la tecnología manipula el cerebro humano, y en especial las redes sociales. Por ejemplo (Galvan, s.f.):

- a. Notificaciones: las notificaciones condicionan el cerebro humano llevando a quien quiere concentrarse o desconectarse de Internet a poner su celular en modo avión. Llegamos a revisar el teléfonos 150 veces al día. Se convierte en una droga que incita a saber cuántos likes se obtienen en una publicación o *fanpage* en Facebook o si la persona a la que le escribimos por whatsapp va a contestar el mensaje que dejó como visto.
- b. Hacernos creer que si nos salimos de la aplicación o sitio web nos perderemos de información valiosa.
- c. Aprobación social es la manera más persuasiva de manipular a las personas. Facebook, Snapchat e Instagram permiten el etiquetado de las personas.
- d. Reproducir un video al terminar de ver uno en Youtube o Facebook para permanecer enganchado.
- e. Los *feed* de cualquier red sociales aparecen automáticamente aumentando el tiempo de permanencia y por tanto influyendo en el posicionamiento de dicho contenido.
- f. Los mensajes por messenger son más efectivos que el email ya que por educación las personas sienten la necesidad de responderlos. Mediante email el remitente no sabe si has visto o no el correo. Sin embargo Whatsapp y Facebook notifican a las personas de que su mensaje ha sido visto.

Otra de las situaciones que se puede dar es la manipulación de los usuarios mediante la compra de *hashtags* (etiquetas) y *trending topics* (tendencias). Una investigación de la BBC reveló cómo le hacen las empresas para manipular estos *hashtags* y crear tendencias en Twitter. A principio de diciembre de 2017, una frase que traducida al español sería "cordero a la parrilla a domicilio" se convirtió en tema del momento en Twitter en Arabia Saudita. Cerca de **17.000 tuits** mencionaron la frase que promocionaba un solo restaurante. (Abdulrahman y Subedar, 2018). La lista de *trending topics* de Twitter es un indicador en tiempo real que muestra **de qué está hablando la gente** en la red social. Lo que aparece en ellas se rige por **un algoritmo** que mide tanto la popularidad de los temas como la velocidad con la que emergen ciertos debates en la red (Abdulrahman y Subedar, 2018). La manera en que algunas compañías logran que *hashtags* lleguen alto en la lista de *trending topics* cobrando por ello es usando **redes de bots**, cuentas automatizadas programadas para emitir un flujo de mensajes en un momento determinado. (Abdulrahman y Subedar, 2018)

### 5.7.-Peligros del Internet

Destacan tres grupos sociales usuarios de Internet o relacionados con las nuevas tecnologías (Melgar 2018):

- a. **Los migrantes digitales** que vivieron la transición del mundo sin Internet hacia un mundo conectado.
- b. **Los nativos digitales** que nacieron cuando el Internet ya se había popularizado, por lo que están familiarizados con la tecnología.
- c. **Los huérfanos digitales**, que son aquellos niños expuestos a Internet por horas y sin supervisión de los padres.

La Organización de Estados Americanos (OEA), en 2018, presentó un informe que visibiliza las amenazas del acceso al Internet sin supervisión en los niños, niñas y adolescentes, incluyendo a los de Centroamérica y República dominicana. El informe señala tres peligros para los niños (Melgar 2018):

- **Sexting:** Comunicación por texto con contenido sexual.

- **Grooming:** Estrategias que lleva a cabo un adulto para ganarse la confianza de un niño.
- **Cyberbullying:** Acoso a través de Internet.

Otros importantes peligros existentes en Internet son (Melgar 2018):

- ◆ Iniciar una amistad con alguien que finge tener la misma edad y que pueden terminar en un secuestro, una violación, etc. Esto es más común entre adolescentes que empiezan a usar redes sociales o chat.
- ◆ Exponer a los niños a contenido inapropiado puesto que el contenido de adultos puede llegar a ellos aún si no lo están buscando debido principalmente a aplicaciones de juegos.

Sin embargo, existen unos retos virales aún más peligrosos que ponen en riesgo la vida de quien entra a ellos, tales como (Gaptain, 2019):

- **La ballena azul:** Los administradores dan una serie de tareas a completar por los jugadores. Algunas de ellas incluyen hacerse cortes. La última misión de este juego es el suicidio.
- **Momo:** similar a la ballena azul, tienen que superar pruebas que a veces llevan al menor a autolesionarse e incluso, inducen al suicidio.
- **Balconing:** lanzarse a una piscina desde un balcón o terraza.
- **Juego de la asfixia:** inducirse el desmayo por medio de la asfixia intencionada para conseguir una sensación placentera de verdadera euforia.
- **Train surfing:** el objetivo es grabarse mientras se viaja por fuera de un tren. Sujetándose en los costados, debajo de las ruedas, en el techo...
- **Vodka en el ojo:** verter vodka dentro del ojo por creer que el alcohol llega antes al torrente sanguíneo a través de las venas oculares. El objetivo es embriagarse lo más rápido posible. Las consecuencias son inflamación y coagulación de los vasos sanguíneos oculares porque el ojo no tiene un revestimiento que lo proteja.

En 2017, en Uruguay se detectaron al menos siete casos de niños y adolescentes que se autoinfligieron heridas y tuvieron que ser hospitalizados tras participar en el reto de La Ballena Azul, el juego que propone a sus participantes realizar 50 desafíos finalizando la lista con el suicidio (Redes Sociales, 2017). El reto nació en Rusia en 2016 con noticias falsas, y que se propagó por las redes sociales llegando a Brasil y luego a Uruguay y Colombia.

El diario ruso Novaya Gazeta informaba de varios suicidios de adolescentes entre los que se encontraban varios relacionados con la red social rusa VKontakte (VK). Dicho diario informó en 2016 que “al menos” 80 de los suicidios estaban vinculados con estos juegos de la “ballena azul” (Redes Sociales, 2017). Esa nota provocó que otros medios investigaran “informando que no se podía relacionar de forma concluyente el suicidio de los menores con las comunidades formadas a través de VK” (Redes Sociales, 2017). Incluso a raíz de esto, fue detenido EN 2016 Philip Budeikin, de 21 años, señalado por la prensa internacional como “el creador de La Ballena Azul” (Redes Sociales, 2017). Aunque de acuerdo a Verne del periódico El País, la noticia fue levantada por periódicos sensacionalistas anglosajones.

Si bien todavía no se comprueba si es una leyenda urbana que se salió de control a raíz de la publicación de Novaya Gazeta, en Brasil aparecieron los primeros casos en el estado de Paraíba, donde al menos dos jóvenes fallecieron haciendo pruebas del juego. Luego registraron la muerte de “una chica de 16 años en Vila Rica, en el estado de Mato Grosso, quien murió ahogada en un lago y cuyo cuerpo fue encontrado con cortes en los brazos, una de las habituales pruebas que exige el juego” (Redes Sociales, 2017).

Tras saber la muerte de la chica, una madre fue a la Policía para denunciar que su hija también tenía cortes en el cuerpo y de su sospecha de seguir las órdenes del grupo. Su hija admitió que estaba en la prueba 48 de las 50 del juego. La última prueba es arrojarse de un balcón para abajo (Redes Sociales, 2017).

**Isabel Plaza Medina**, experta en el uso infantil de Nuevas Tecnologías y responsable del Departamento de Comunicación de la Fundación Alia2, da a conocer 10 pautas para evitar riesgos para los niños (Guía Infantil, 2018):

1. Configuraré adecuadamente la privacidad para que el contenido que publique sólo pueda ser visto por mis amigos.
2. Las personas que conozco por Internet son desconocidos en la vida real, **NO SON MIS AMIGOS**.
3. No publicaré información personal como mi teléfono, dirección etc., en Internet.
4. Al publicar una foto en Internet, pierdo el control sobre su difusión y duración. Aunque después se borre, no desaparece de la Red.
5. En Internet comportarse con respeto y educación. No hagas a otros lo que no quieras que te hagan a ti.
6. Denuncia a las personas o las acciones que perjudiquen a los demás.
7. Desconecta la opción de geolocalización de tu teléfono celular, así cuando publiques en tu muro desde el móvil, nadie sabrá dónde estás.
8. Guarda las conversaciones del chat, te puede ser útil en caso que haya algún problema.
9. Si me ocurre algo que no me haga sentir bien en Internet, se lo comunicaré a mis padres. Aprenderé a decir **NO** a las cosas que no quiera hacer y contar con mis padres que son mis mejores aliados.
10. El mejor filtro para Internet es el conocimiento.

Gabriela Hadid, experta en seguridad de Google, ofrece estos consejos de seguridad para evitar riesgos al navegar la web (Ciberseguridad, 2017):

- Prestar atención a las alertas proactivas que se muestran al navegar, por ejemplo, de un sitio que puede contener phishing o malware.
- Verificar la URL del sitio web al que se ingresan para asegurarse que sea exactamente la página a la que desean acceder. La URL no debe contener ninguna falta de ortografía ni carácter especial añadido ya que esto podría indicar que la página no es auténtica.

- Comprobar que se encuentre presente la leyenda https. La "s" significa seguro e indica que la conexión está encriptada y es seguro enviar datos de contraseñas, banco o tarjetas de crédito.

A los usuarios frecuentes de Facebook, Twitter, Instagram u otras redes sociales, que acostumbran publicar o incluir datos personales, se les recomendamos (Ciberseguridad, 2017):

- Definir una contraseña compleja, que contenga al menos seis u ocho caracteres combinados entre sí con números, letras (algunas en mayúsculas) y símbolos.
- Activar las alertas de inicio de sesión, también conocidas como autenticación en dos pasos, disponibles para Redes Sociales y correos electrónicos. Esto permite autenticar la identidad de los usuarios usando un segundo dispositivo, por lo general el celular, la plataforma le envía un código aleatorio a su segundo dispositivo el cual deberá ingresar para poder acceder. Esta función es útil cuando se abre sesión en un computador, tableta o celular desconocido.
- Una opción es útil en Facebook es crear contactos de confianza en caso de que la cuenta haya sido hackeada o tenga problemas para iniciar sesión. Se debe agregar tres o cinco contactos que pueda localizar fácilmente. En el caso de correo electrónico se puede agregar uno o dos correos adicionales de recuperación en el apartado de configuración, para poder volver a acceder.
- Controlar el phishing. Los hackers que desean acceder a datos personales y bancarios envían por correo electrónico mensajes que imitan a la perfección la plataforma del banco o red social. Hay dos tips para prevenirlo: instalar en el navegador la extensión de un antivirus que identificará las páginas fraudulentas, y avisará de inmediato que se está a punto de ingresar a una, también dirá cuando se esté ingresando a sitios web de mala reputación.

La otra opción de evitar el spam. Por medio de correos electrónicos basura se pueden filtrar sitios de phishing y hasta virus. Cuando se identifican las páginas y dominios que envía spam se recomienda crear un filtro que elimine los mensajes indeseados.

En cuanto a la seguridad desde el celular y las tabletas lo que se puede hacer es (Ciberseguridad, 2017):

- En teléfonos celulares, bloquear la pantalla para proteger de accesos no autorizados a nuestras aplicaciones. Ajustar los parámetros de configuración necesarios para que el dispositivo se bloquee automáticamente cuando se habilita el modo de suspensión. Evitar series numéricas consecutivas como 1234, datos personales como fechas de nacimiento, ni patrones predecibles como letras o formas geométricas.
- Al ingresar a través de una red Wi-Fi pública, cualquier persona que se encuentre en la zona puede monitorear la información que se transmite entre su dispositivo y la zona Wi-Fi si la conexión no está encriptada. En redes públicas evitar realizar actividades importantes como iniciar sesión, transacciones bancarias o compras en línea.
- Poner atención a los avisos de actualización de los sistemas operativos en el celular porque versiones antiguas de software pueden tener problemas de seguridad.
- Descargar aplicaciones a los teléfonos móviles sólo de tiendas oficiales. No abrir ningún tipo de archivo desconocido y evitar dar clic en ventanas emergentes que aparecen mientras se navega en el buscador. También poner atención a los detalles en letra chica y a cualquier casilla de verificación que esté seleccionada de forma automática. Entender qué programas se van a instalar y qué accesos se van a otorgar. En dispositivos Android hay la posibilidad de que todas las aplicaciones instaladas se verifiquen, para activarlo ir a Ajustes de Google > Seguridad, activar la opción "Buscar amenazas de seguridad en el dispositivo" y "Mejorar la detección de aplicaciones dañinas".
- Las copias de seguridad facilitan la recuperación de la información y las aplicaciones en caso de perder el dispositivo, si se daña o si lo roban. Los perfiles de usuario permiten que varios usuarios utilicen el mismo dispositivo, sin que el resto de usuarios pueda acceder a archivos o datos privados. Es mejor activar el perfil de invitado al compartir el celular o tableta con otra persona.

- Con el Administrador de Dispositivos de Android se puede localizar de manera remota los dispositivos perdidos asociados con su cuenta de Google. También bloquear la pantalla, hacerlo sonar (aún si se encuentra en silencio), o borrar la información del dispositivo en caso de robo o pérdida.
- Si se quiere tener más seguro el contenido del celular o tableta, una opción más efectiva es cifrar el dispositivo.

## **CAPÍTULO 6. - EL FUTURO EN MANOS DE LOS MEDIOS Y OTRAS NUEVAS TECNOLOGÍAS**

A lo largo de los capítulos anteriores, se han ido mostrando las distintas maneras en que el uso de las nuevas tecnologías modifica la capacidad intelectual del humano y propicia un control de masas en algunos países como China o por grandes empresas tecnológicas como las llamadas GAFA.

Los distintos avances tecnológicos han generado una evolución en la manera en la que consumimos la televisión, la radio, la prensa, los juegos e incluso la política. Han generado cambios importantes en nuestra manera de educar, comunicar y entretener. Se ha mostrado cómo estas nuevas tecnologías pueden mermar las capacidades cognitivas del ser humano, en especial las capacidades cognitivas complejas de comprensión, inteligencia, lenguaje, pensamiento y aprendizaje. Y que la manera en que está tomando forma con una realidad similar a *1984* es con la postverdad de Trump o los algoritmos de las grandes empresas tecnológicas provocando una sociedad sin libertad, intimidad ni espíritu crítico como en *1984*. A nivel global la opinión pública se ve manipulada por falsos líderes de opinión que muestran estadísticas inciertas. La manera en que está sucediendo el control planteado por Orwell ha sido con el lenguaje y la vigilancia constante, sólo que hoy se llaman “hashtags” “trend topic” “remarketing” o “algoritmos”.

En este capítulo responderemos a ¿cómo es el consumo de Internet y las nuevas tecnologías en las distintas generaciones? Se mencionarán algunos de los retos así como el futuro alentador que tiene el Internet. Y se termina el capítulo con algunas propuestas considerando que ya no es sólo la televisión la que forma a los niños, ahora está el Internet y el cúmulo de información que se genera cada día.

## **6.1.-Las generaciones de hoy**

Los comportamientos que se tienen al navegar en Internet son diferentes de acuerdo a cada generación. La edad es un factor que condiciona el uso y el nivel de digitalización que se tiene. “Las diferentes generaciones emplean diferentes formatos, dispositivos y canales para difundir, encontrar y crear contenidos digitales” (Nuñez-Torron, 2016).

### **6.1.1. Generación silenciosa (1925-1944)**

Son los abuelos que hablan de la guerra, descubrieron el turismo y el ejercicio físico una vez jubilados, recuerdan seguir cuidando de sus familias ayudando en lo que necesiten. El ser útiles y estar en contacto con sus familiares es lo que les mueve a aprender a usar las tecnologías, por lo que usan la tecnología para comunicarse con su familia, recibir fotos y videos de sus seres queridos por redes sociales o WhatsApp pues les ayuda a luchar contra la soledad (Sanz Romero, 2018).

El estudio realizado por ICEMD, Instituto de Economía Digital de ESIC Business & Marketing School, indica que se comunican con sus hijos, nietos, o cuidadores quienes les están introduciendo a las funcionalidades más básicas de la tecnología (Sanz Romero, 2018). Aún no disfrutan del contenido por streaming como Netflix, por lo que consumen televisión, además, hacen compras en tienda física, por miedo a ser engañados o estafados en el comercio electrónico. Los hijos tienen gran poder de influencia en las decisiones de compra (Sanz Romero, 2018).

El comportamiento de esta generación, de acuerdo a Scarborough Research, indica que está suscrito a servicio de televisión por cable, 56% lee periódicos (tanto digital como impreso) y tiene televisión en alta definición (León, 2016). Confía en las recomendaciones de personas que conocen, sitios webs de firmas y opiniones en línea de los consumidores (León, 2016).

### **6.1.1.- Baby Boomers (1946-1964)**

Ya eran mayores cuando en 1990 Internet se popularizó (Tendencias Digitales, s.f.). Son los menos familiarizados con las redes sociales y el uso de la red. Se encuentran en

proceso de digitalización y prefieren la lectura de noticias que la interacción. Lo digital les sigue siendo algo desconocido. Entran a la red entre las 7 y las 12 hrs. Usan poco las redes sociales y tienen interés por organizaciones y causas benéficas. Las redes sociales que usan son Facebook y Google+, la computadora y la tableta, además, prefieren leer noticias de política y economía así como artículos, ebooks y correo electrónico (Nuñez-Torron, 2016). De acuerdo a la *Generational lifestyle survey* de Nielsen 2015, el 52% de los *Baby Boomers* están conectados a Internet mientras come (Tendencias Digitales, s.f.). Su rasgo característico es la ambición (Izquierdo, 20018). De acuerdo al estudio de ECEMD (Sanz Romero, 2018), dominan el mercado con 2,3 millones de dólares en poder adquisitivo. Valoran el ecommerce y tienden a interactuar con encuestas y visitar webs corporativas mediante las redes sociales en las que son los que más se atreven a compartir contenido político.

#### **6.1.2.- Generación x (1965-1976)**

Eran adultos jóvenes a quienes la Red sí les cambió la vida (Tendencias Digitales, s.f.). Están más familiarizados que los *baby boomers* con el uso masificado de las nuevas tecnologías. Se han adaptado a lo digital. Buscan información del día a día. Sí llegan a comparar precios pero compran menos que los millennials. Los contenidos los consumen entre las 20 y 24 hrs. Esta generación tiene perfiles en Facebook, Twitter y LinkedIn. Usan computadora portátil y smartphones. Consume artículos, ebooks e imágenes (Nuñez-Torron, 2016). Los contenidos que busca son sobre paternidad, vida saludable y finanzas siendo un 76% de contenido de entretenimiento, y un 52% de contenido sobre vida saludable (Tendencias Digitales, s.f.). Se caracterizan por una obsesión por el éxito (Izquierdo, 20018). Usan las redes sociales para relacionarse con amigos y familiares. En el trabajo y para relacionarse con las marcas prefieren el teléfono y el email porque les gusta más la interacción entre personas antes que con máquinas. Está “abierta a las innovaciones tecnológicas y digitales en el punto de venta, busca facilidad, conveniencia y contenido relevante para sus estilos de vida” (Sanz Romero, 2018).

### 6.1.3.- Millenials (1977-1995)

Internet nació con ellos así que crecieron juntos (Tendencias Digitales, s.f.). Son nativos digitales y preocupados por su privacidad. Usan dispositivos móviles además de hacer compras por Internet. Son los principales impulsores del uso de Internet, investigan, se informan, se divierten y buscan parejas en línea. También consumen contenidos entre las 20 y 24 hrs. Las redes sociales en las que se encuentran son Facebook, Twitter, LinkedIn y YouTube. También usan computadora portátil y smartphone pero el contenido que buscan es sobre deportes, estilo de vida, entretenimiento y tecnología. Consumen un 84% de contenido de entretenimiento y un 72% de contenido de tecnología (Tendencias Digitales, s.f.). Suelen consultar blogs, dejar comentarios o usar imágenes. 73% de esta generación ve videos a través de Internet, 60% escucha música streaming y 33% ver series de tv streaming (Tendencias Digitales, s.f.). su rasgo característico es la frustración (Izquierdo, 20018). El cambio de milenio y la crisis económica cambió sus prioridades respecto a sus antecesores. **Prefieren trabajar en lo que les apasiona** aunque implique renunciar a una estabilidad económica. **Viven más el momento** sin preocuparse tanto por el futuro porque aprendieron con la crisis que nada lo tienen asegurado. “Valoran más las experiencias que lo material, están muy comprometidos con causas sociales y esperan lo mismo de las marcas” (Sanz Romero, 2018).

De acuerdo a la Encuesta Millennials elaborada por Deloitte, están decepcionados con el compromiso de las empresas con la sociedad y no se sienten preparados para la llegada de la Industria 4.0. ya que “el 70% de los encuestados piensa que la empresa para la que trabaja se preocupa exclusivamente de los resultados financieros y no del impacto social que tiene” (Deloitte, 2018). Están conscientes del rápido avance tecnológico pero “tanto los Millennials como la Generación Z muestran cierta preocupación ante la llegada de la Industria 4.0 por falta de preparación técnica” (Deloitte, 2018).

#### 6.1.4.- Generación Z o Centennials (1995/2000-Ahora)

Cuando nacieron ya existía Internet. Han nacido en la era de las redes sociales, entre 1995 y 2010, y otros desde el 2000 y hasta 2020. Son consumidores multitarea y multipantalla a los que les gusta crear contenidos, y usan los mensajes instantáneos como medios de comunicación principal. Están en YouTube, Instagram, Snapchat y Whatsapp. Usan smartphone, computadora portátil y tablet. El contenido es material de estudio, entretenimiento o libros. Les gustan los videos, las imágenes y los gifs. Se comunican principalmente a través de imágenes, emoticonos y memes (Sanz Romero, 2018). Su rasgo característico es la irreverencia (Izquierdo, 20018). Su intelecto está condicionado por la información audiovisual e interactiva a la que han estado expuestos, por tanto su cerebro hace conexiones relacionando hechos de manera más rápida que la generación anterior. Son creadores e innovan (Tendencias Digitales, s.f.). Es el medio para obtener conocimiento, diversión y amigos. “Ven su celular un promedio de 150 veces al día y son capaces de enviar diariamente 6.000 millones de emoticonos y 50.000 mensajes de mensajería instantánea” (Tendencias Digitales, s.f.). Empiezan a tener su primer celular a los 10 años. Son los herederos de los cambios producidos por los millennials siendo **la generación más diversa y multicultural**, con una mentalidad global, que los lleva a ser la generación más abierta y respetuosa con la diversidad. Son “*los grandes impulsores del debate en torno al género*” (Sanz Romero, 2018).

Un ejemplo es lo que sucede en la nueva edición de Operación Triunfo: combina el tradicional show en televisión una vez a la semana con emisiones en directo 24 horas a desde la web de la televisión pública y en Youtube, además del seguimiento en redes sociales donde los fans crean gifs y memes de sus concursantes favoritos. “*En Instagram, muestran sus aspiraciones personales; en Snapchat, comparten momentos de la vida real; en Twitter, reciben las noticias; y en Facebook, obtienen información*”. Y no tiene tiempo para experiencias en línea lentas (Sanz Romero, 2018).

El reto de esta generación es estar conectada todo el tiempo. “Vivimos en las sociedades que Bauman observó fluidas, en las que cada cosa, también el conocimiento, evoluciona constantemente” (Reig, 2017). Por eso, estamos en un momento que requiere enseñar

lo que nadie sabía en el pasado y prepararse para lo que nadie sabe todavía hoy, De ahí que la competencia esencial del siglo XXI se la de aprender a aprender. Entonces, quizá, la multitarea sea un signo de adaptación al entorno en el que abunda la información. “Internet se convierte en nuestro disco duro externo, el lugar en el que almacenamos muchas de las cosas que antes solamente podíamos memorizar en un espacio infinitamente más limitado” (Reig, 2017).

Un estudio de la Columbia University es uno de los primero en concluir que los buscadores como Google están cambiando cómo procesa y retiene la información nuestro cerebro. “La investigación, conducida por la psicóloga Betsy Sparrow y publicada en Science (Sparrow, 2011), revela que olvidamos las cosas que sabemos que podemos encontrar en Internet” (Reig, 2017). Sin embargo, Internet puede ayudar a llenar determinadas ausencias en los currículos educativos actuales de tal forma que vaya hacia una educación más creativa. Especialmente al prepararles para el entorno laboral ya que esta generación está preocupada por la llegada de la Industria 4.0: “tres de cada diez jóvenes Z que están actualmente trabajando se siente totalmente capacitados para ella, y el 42% asegura que su empresa le está ayudando a comprender y prepararse para la Industria 4.0.” (Deloitte, 2018).

#### **6.1.5.- Generación Alpha (nacidos en el 2010)**

La generación Alpha, los hijos de los Millennials, serán los consumidores del futuro que crecerán rodeados de Inteligencia Artificial (Sanz Romero, 2018). Su formación es cada vez más digital. “Aprenderán jugando con Inteligencia Artificial, realidades virtuales y aumentadas. *“Están siendo parte de un experimento global no intencionado”* (Sanz Romero, 2018). Su vida no existe sin la tecnología. Influyen en las compras de sus padres millennials y serán los consumidores de *ecommerce* más activos, “habitados a usar los asistentes virtuales desde que nacieron” (Sanz Romero, 2018). Nacen “con una tablet bajo el brazo”, consumiendo videos en Youtube Kids o aprendiendo con aplicaciones educativas (Nuñez-Torron, 2016).

## 6.2. Un futuro prometedor

La Internet y las nuevas tecnologías todavía no han alcanzado su máximo esplendor. Le falta desarrollo tecnológico en el sentido de que la tecnología todavía no da el ancho a todas las posibilidades que tiene. Las interfaces se hicieron más pequeñas pero ahora habrá unas mucho más complejas.

Lo que la humanidad es capaz de desarrollar actualmente a nivel de tecnología requiere evaluar las consecuencias de lo que propone. Un ejemplo fue el experimento realizado por Facebook con robots. Tuvo que abandonar el proyecto cuando dos programas de inteligencia artificial empezaron a chatear en un lenguaje extraño que sólo ellos podían entender puesto que no se les dio la instrucción de usar el idioma inglés (Griffin, 2017).

Además, otro de los retos futuros es la automatización del trabajo que permitirá reducir costos. Si bien el reemplazo de empleos por el desarrollo tecnológico siempre ha pasado, en pleno siglo XXI, la robótica y la inteligencia artificial lleva a la humanidad a replantearse las relaciones laborales. El mayor impacto de esto será en las ciudades pequeñas de acuerdo al MIT. De acuerdo a distintos estudios, el proceso será en tres fases: la primera, hasta principios de 2020, automatizará labores sencillas y el análisis estructurado de los datos. La segunda fase, para mediados de los veinte, ampliará el intercambio de información y el análisis desestructurado. Finalmente, la tercera fase, a partir de 2030, automatizará destrezas manuales y la resolución de situaciones y problemas en tiempo real (García Jaime, 2018).

¿Cuál es el futuro alentador que tiene el Internet? El desarrollo cuántico. Toda la información que vemos en Internet es binaria, 0 y 1. Y así se ha guardado la información desde que se inventó la computadora. Con el desarrollo cuántico se transforma en una matriz lo que significa que adentro de cada 0 y 1 se puede guardar muchos ceros y unos, provocando que haya más información, más velocidad y mayor capacidad de almacenamiento. Con eso se transforma el sistema completamente, porque lo que hoy guardamos sería el 1% de lo que podemos procesar y almacenar en el futuro (CBC News, 2016).

En ese futuro prometedor está la televisión con resolución 8K que se podrá conocer en las Olimpiadas Tokyo 2020 y otras propuestas más accesibles para la gente así como lo demuestran casos como diseñar para ese futuro prometedor ha de considerar que a chatear en un lenguaje extraño que s. Las computadoras tendrán mejor conectividad y resolución. Al parecer también se empezará a pensar en tecnología amigable con el medio ambiente ya que habrá computadoras portátiles con eficiencia eléctrica que permita pasar todo un día con batería sin cargarla tantas veces. Incluso coches autónomos y eléctricos. Por eso lo recomendable es actualizarse constantemente e ir avanzando conforme lo hace la tecnología (Ten tu logo, s.f.).

Sin embargo, ¿para quién es alentadora la tecnología? ¿Qué pasa con aquellas personas que todavía no tienen acceso a las nuevas tecnologías? En la Revolución Industrial hubo una gran cantidad de personas que se quedaron rezagadas porque no tenían las capacidades estructurales para el cambio. Se buscan los avances tecnológicos para que las cosas sean más fáciles, y por eso la gente necesita ir aprendiendo nuevas tecnologías y adaptarse a los cambios. Se trata más de una habilidad de adaptarse y saber identificar los cambios futuros.

Sartori tenía razón, la llegada de Internet no anuló a la TV, la obligó a adaptarse y migrar a Internet. Su duda respecto a si los cibernautas usarían el Internet como entretenimiento y como algo educativo-cultural ya tiene respuesta: el Internet se usa tanto como entretenimiento como para educarse como se ha mostrado en el capítulo 4. Además, Sartori ya veía la fragmentación de la televisión en diferentes canales a audiencias concretas con la que empezaría una competencia con los nichos creados por Internet. Y ya pasó, ahora existe el *streaming* y el *on-demand*. Incluso la competencia ahora no es tanto con los nichos creados por Internet, como pensaba Sartori, sino por la atención de esos niños en redes sociales, *streaming*, y otros medios. Ante la cantidad de información generada actualmente, lo que hace falta ahora es discernir entre lo falso y lo real.

También, Giovanni Sartori veía el riesgo de perder el sentido de la realidad, los límites entre lo que es verdad y lo que es falso, donde todo puede ser manipulado y falseado. Y no se equivocó, las *fake news* están a la orden del día en Internet. Manipulación mediante falsos líderes de opinión. La pérdida de sentido de la realidad ha sucedido con los videojuegos como lo muestra el caso en China, más también los casos como Second Life y los padres que olvidan atender a sus hijos reales. En su libro *Homo Videns* dice que el *homo sapiens* ha entrado en crisis de pérdida de conocimiento y de capacidad de saber (Sartori, 1998, p. 67). Misma que se ve confirmada con la necesidad de aprender el pensamiento crítico y prepararse para una realidad compleja como la que vivimos hoy. La pérdida de capacidad de saber es un reto que en este siglo se empieza a querer tomar cartas en el asunto al plantear que a las nuevas generaciones se les prepare para aprender a aprender.

Cualquier propuesta que se quiera diseñar para ese futuro prometedor ha de considerar que la FORMACIÓN se da con INFORMACIÓN. Que ya no es sólo la televisión la que forma a los niños y a los adultos con *información*, ahora está el Internet y el cúmulo de información que generan las nuevas tecnologías como lo demuestran Google, Amazon o Facebook. Algunas propuestas son:

1. Volver a dar espacio a muchas voces y dar información sobre la cosas públicas para regresar a los distintos medios el acto de discurrir (Sartori, 1998, p. 77)
2. Generar contenidos que reflejen los cambios que están sucediendo en la sociedad y en su cultura desarrollando capacidad de análisis y entendimiento de una situación y contexto.
3. Incentivar el aprender a hacer preguntas y analizar las preguntas que hacen los medios de comunicación a los políticos y cómo determinan las respuestas.
4. Fomentar los debates ciudadanos en los que cada participante comparte lo que piensa sabiendo que no representa todo lo que la gente piensa. Es decir, fomentar el desarrollo de la capacidad de argumentar y debatir; investigar para encontrar evidencias, argumentos y contraargumentos para tomar postura.
5. Aprender a leer y desarrollar la habilidad de comprensión de lectura

6. Fomentar ver la televisión con análisis, hablar de lo connotado no de lo denotado. También, fomentar escuchar la radio y leer los periódicos o revistas.
7. Fomentar la comprensión de un problema escuchando a varias voces en los diferentes medios; distintos puntos de vista y explicar con las propias palabras lo que se entiende.
8. Generar noticieros en televisión, YouTube, redes sociales, etc que diversifiquen y consideren los intereses de la audiencia, lo que ella quiere ver, leer, conversar, etc. Dar voz a la parte contraria en los hechos que se cubren. Proponer unos medios de comunicación regidos por el principio que dice Sartori: “el principio de <<oír a la otra parte>>” (Sartori, 1998, p. 104).
9. Ética para informar sobre hechos y evidencias en la red, siempre incluyendo a las dos partes.
10. Crear contenidos y tecnología que desarrollen la capacidad de abstracción y de pensar para distinguir entre lo verdadero y lo falso.
11. Formar líderes de opinión a la par que se fortalece al pueblo en su capacidad de entender, de tener una opinión autónoma y de convivencia social.
12. Brindar información crítica sobre lo que pasa en el mundo.
13. Fomentar la lectura de diversos autores y aumentar el vocabulario para tener capacidad de argumentar y desarrollar ideas.

Se necesita cambiar la formación de los niños de tal forma que no se abandonen por una guerra, como pasó con los niños sicarios en México. Si bien las redes sociales han permitido conocer estos casos, es necesario el fomento de valores y una educación ética que lleva a pensar sobre los propios actos y sus consecuencias. La forma de contrarrestar la realidad que *1984* describe, donde la libertad, la intimidad y el espíritu crítico ya no existen es la ética, pues es desde ella que las decisiones que se tomen buscarán el bien común. Y llevarán a una reflexión profunda donde el gran hermano tecnológico no anule la consciencia y la habilidad de pensar a pesar de su vigilancia constante.

## Conclusiones

Lo que se ha venido diciendo en capítulos anteriores es la manera en que sucede el control/manipulación planteado por Orwell en *1984* y la pérdida de habilidades de la que habla Sartori en *Homo Videns* pero con el uso de las nuevas tecnologías. La llegada de Internet llevó a Sartori a preguntarse si su aparición haría obsoleta a la televisión. Se preguntaba si esta tecnología producirá o no un crecimiento cultural o cuántos usarían como instrumento de conocimiento, pues dudaba del uso de la *Web* para el entretenimiento y lo educativo-cultural. Incluso pensó que la televisión es superada como máquina por la computadora porque con ésta última interactuamos y llega a modificar nuestra manera de pensar. Si bien no pasó que Internet anularía la televisión, sí se ha caracterizado por abrir el diálogo entre sus usuarios y fomentar la interacción. Sin embargo, gracias al Internet, la televisión ha tenido que adaptarse a los cambios y ofrecer productos a la medida de diferentes intereses gracias a la llegada de plataformas como Netflix y a los servicios *on demand*.

Día a día se suman más usuarios a este invento que ha repercutido en los otros medios. Con la migración a la red se tiene acceso al resto de los medios de comunicación, la industria editorial comienza a decaer como medio requiriendo de sus lectores fieles para seguir generando sus contenidos; la facilidad para compartir documentos y la portabilidad de los mismos en un solo aparato permite al usuario alejarse de los libros, la prensa y las revistas como hoy las conocemos, las redes sociales musicales han desplazado a la radio.

También, se ha mostrado cómo las redes sociales han reducido el lenguaje con el uso de etiquetas o hashtags en Twitter. La facilidad con que se manipula la información con el uso de algoritmos o la generación de contenido en Internet que puede ser borrado, modificado o editado por cualquiera. Hasta la omnipresencia de las grandes empresas tecnológicas conocidas como GAFA y el debate que se ha venido generado ante su regulación. Ha quedado claro que el entorno digital facilita las movilizaciones sociales y que la pregunta a responder no es sobre cuáles son las repercusiones políticas, sociales, económicos o culturales de Internet sino reflexionar sobre el futuro del capitalismo, la

privacidad, el uso de los datos personales, la responsabilidad de los gobiernos y las empresas, etc pues lo que se está interconectando, como bien lo hacía notar Morozov (2014), son diversas partes de una sociedad global. Así que es mejor mirar las prácticas y opinar sobre ¿cómo vamos a usar las tecnologías en el futuro? ¿Cómo vamos a usar los medios de comunicación para desarrollar las capacidades cognitivas complejas? ¿Cómo vamos a educar a las futuras generaciones ante los peligros de Internet y qué vamos a hacer para fortalecer no sólo la seguridad sino la ética personal y colectiva antes que las prácticas de navegación y el uso de las nuevas tecnologías?

Indagar en estas preguntas, después de saber que es el contenido al que se está expuesto lo que enaltece o no las capacidades cognitivas así como lo que manipula y controla nuestra atención, va a permitir plantear un camino futuro, y hacer una propuesta. La discusión no ha de ser qué tecnología usar (tv, redes sociales, Internet), sino sensibilizar o informar hacia cuáles modifican y controlan y cómo sucede ese mecanismo. Esto llevaría a generar propuestas que respondan a, por ejemplo, si crear videojuegos o experiencias educativas con cierto fin y sentido.

Como lo planteó Sartori, la televisión inició el informarse *viendo*. Esto produjo que se pasara de usar las palabras a ver imágenes sin necesidad de dominar un idioma para comprenderlas. Se muestran los acontecimientos y se explican en función de las imágenes que se ven en pantalla. Además, es un objeto que comunica y educa a quien lo mira. Empero, se equivoca cuando dice que el video-niño que se le deja ser educado delante del televisor termina siendo un adulto que no lee y ablandado por la televisión. El niño a los tres años inicia el juego simbólico, conoce normas y hábitos de comportamiento del grupo al que pertenece e imita las acciones del adulto. Lo que suceda en su hogar es lo que dará la pauta para su aprendizaje posterior. La capacidad de abstracción está relacionada con lo que hace únicos a los seres humanos: la capacidad de pensar y comunicarnos mediante las palabras y otros símbolos. Y para entender los símbolos existen referencias y convenidos sociales.

La televisión puede atrofiar la capacidad de abstracción al enfocarse al simple acto de ver y anular los conceptos, y también la capacidad de imaginar porque con la imagen ya no se necesita imaginarla. Sin embargo, desarrollar la capacidad de abstracción implica practicar la abstracción en actividades donde se dé un significado diferente a un objeto, actividades o acciones donde haya que imaginar, jugar o crear. Y comprender la imagen requiere un trabajo de análisis y reflexión por parte de quien la mira: tener la capacidad de relacionar los elementos que la conforman, pasar de lo que se ve y poder describir (nivel denotativo) al connotativo que tiene un contenido, significantes y significados que necesitan descifrarse. Perder las capacidades cognitivas complejas de comprensión, inteligencia, lenguaje, pensamiento y aprendizaje imposibilita tomar decisiones sobre la vida. Se necesita ejercitar el razonamiento, la síntesis y la resolución de problemas para desarrollarlas.

La televisión y los otros medios no son nocivos, pero sí cuando les damos un mal uso y nos dejamos manipular por ellos. Es indispensable buscar fuentes alternas a la información que dan los medios. Aprender a buscar, procesar, verificar, estructurar y argumentar ya que la información no solo está en los medios. El uso de las nuevas tecnologías limita las capacidades cognitivas y reduce las capacidades intelectuales del ser humano al dejarse influenciar por los medios a través de la formación de la opinión pública de la que habla Sartori. La televisión continúa formando a los adultos con *información* de noticias y acontecimientos cercanos o lejanos, siendo las noticias de política las más relevantes. El pueblo opina en función de lo que la televisión le induce a opinar. La videocracia está fabricando opiniones hetero-dirigidas que vacían la democracia como gobierno de opinión. Con los sondeos de opinión la televisión no refleja los cambios que están sucediendo en la sociedad y en su cultura. La televisión informa mal en las cuestiones de relevancia pública cayendo entonces en la información insuficiente o en la distorsión de la misma. Y así se vuelve una herramienta de control de masas. Por tanto es clave mejorar la capacidad de pensar de la ciudadanía fomentando la lectura, la escritura y otras habilidades de pensamiento como argumentar, reflexionar, cuestionar. Con eso se evita caer en el fenómeno de las *fake news* o manipulación con imágenes reales pero mensajes engañosos.

Aunque las capacidades cognitivas complejas se pueden perder por envejecimiento o enfermedad, lo cierto es que una sociedad sin libertad, intimidad ni espíritu crítico, como la de *1984* de George Orwell, se logra controlando a las clases dominantes. La escuela, los medios y la cultura son herramientas de control del pensamiento. El Estado tiene a los militares como aparato represivo, pero otros que funcionan por ideología: las iglesias, el sistema de las distintas Escuelas públicas y privadas, el familiar, el jurídico, el sistema político, el de información (prensa, radio, TV., etc.) y el cultural (literatura, artes, deportes, etc.). Mas el desarrollo tecnológico actual llega a unos pocos. El acceso a recursos y oportunidades no se distribuye de manera uniforme entre la población. Existen disparidades en términos de habilidades y prácticas socioculturales así como diferencias en el uso de Internet para mejorar su condición socioeconómica. De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas, la mitad de la población del mundo usa Internet, pero alerta de una falta de habilidades para uso de las TIC.

A diferencia de la comunicación unidireccional de la televisión, la difusión en Internet ha provocado una comunicación interactiva que envía mensajes de muchos a muchos, en tiempo real o en un momento concreto. Si bien los medios informan de los riesgos del uso excesivo de Internet, como que aumenta el riesgo de enajenación, aislamiento, depresión o distanciamiento social, los datos disponibles evidencian lo contrario: a más uso de Internet más sociabilidad dentro y fuera de la red. Favorece la cultura de la autonomía y el emprendimiento. Y otros indican comportamientos violentos. Dado que los efectos de la exposición a Internet son contradictorios se necesita un análisis integral.

El otro lado de la moneda es la batalla por el control de la mente humana y los riesgos de seguridad: La ciberdelincuencia, la protección de datos, el acceso a pornografía e incluso la manipulación de las decisiones políticas de los votantes por algoritmos. Sartori se quedó corto con el uso del Internet, sin embargo, Orwell está más vigente hoy con el uso que se le está dando a la tecnología para el control de la población, y el acceso a ésta es una manera de control también. Google, Netflix, Amazon y Apple están transformando el negocio de la televisión y definirán el futuro del negocio de contenidos.

Son los que mejor conocen a las nuevas generaciones, el conocimiento que tienen de sus usuarios es lo que no tienen las cadenas de televisión tradicionales. El mercado de los datos que Amazon o Facebook tienen es una herramienta de control y de discriminación.

Lo positivo o negativo del uso de las nuevas tecnologías es una decisión personal en cuando cada uno decide cómo usarlas y qué hacer con ellas. Se ha de abrir una discusión en cuanto a la parte ética del uso de las mismas. ¿Hacia dónde se quiere ir: algo orwelliano o algo colaborativo? La respuesta es indudablemente ética.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abdulrahman, F. y Subedar, A. (5 de marzo de 2018). ¿Cuánto cuesta un "trending topic"? la investigación de la BBC que revela cómo hacen las empresas para manipular "hashtags" y crear tendencias en Twitter. *BBC*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-43287985>

Agencias. (10 de febrero de 2018). Crudas historias de niños sicarios que estremecen en Internet. *Zócalo*. Recuperado de [http://www.zocalo.com.mx/new\\_site/articulo/cradas-historias-de-ninos-sicarios-que-estremecen-en-internet](http://www.zocalo.com.mx/new_site/articulo/cradas-historias-de-ninos-sicarios-que-estremecen-en-internet)

Ajá, A. (2016, 19 de octubre). La libertad de expresión y el control de la información. *El Economista*. Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/La-libertad-de-expresion-y-el-control-de-la-informacion-20161019-0098.html>

Ajenjo, M. (15 de enero de 2018). Donald Trump: un año de odio y estupidez. *El Economista*. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Donald-Trump-un-ano-de-odio-y-estupidez-20180115-0126.html>

Akubica. (22 de agosto de 2017). Los 4 gigantes del Internet. Recuperado de <https://www.akubica.com/los-4-gigantes-del-internet/>

Alcalá, N. (8 de septiembre de 2017). ¿Cuál fue el primer video que se subió a Youtube? *Gráfica*. Recuperado de: <https://grafica.info/quien-creo-youtube/>

Amazon (s.f). Palace for people: how social infrastructure can help fight inequality, polarization, and the decline of civic life. Recuperado de [https://www.amazon.com.mx/Palaces-People-Infrastructure-Inequality-Polarization/dp/1524761168/ref=sr\\_1\\_fkmr0\\_3?s=books&ie=UTF8&qid=1545596413&sr=1-3-fkmr0&keywords=erick+klinenberg#reader\\_B078GCD9H3](https://www.amazon.com.mx/Palaces-People-Infrastructure-Inequality-Polarization/dp/1524761168/ref=sr_1_fkmr0_3?s=books&ie=UTF8&qid=1545596413&sr=1-3-fkmr0&keywords=erick+klinenberg#reader_B078GCD9H3)

Arancibia, V. (2008). Manual de Psicología Educativa. Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile.

Aragón, R. (1 de mayo de 2012). Teoría Cognitivo-Social de Albert Bandura. [Entrada de blog] Recuperado de <https://psiqueviva.com/teoria-cognitivo-social-de-albert-bandura/>

Arjona, D. (20 de octubre de 2015). El neoespañol. Cómo destruir la propia lengua desde dentro. *El Confidencial*. Recuperado de [https://www.elconfidencial.com/cultura/2015-10-20/neoespanol-lenguaje-lazaro-carreter-idioma\\_1066535/](https://www.elconfidencial.com/cultura/2015-10-20/neoespanol-lenguaje-lazaro-carreter-idioma_1066535/)

Ashoka. (2017). *Educación transformadora en México: 21 casos de innovación educativa*. 2017, p. 4-13. Recuperado de: <http://imco.org.mx/wp-content/uploads/2017/11/Educaci%C3%B3n-Transformadora-en-M%C3%A9xico-21-casos-de-innovaci%C3%B3n.pdf>

Asociación de Internet (17 de mayo de 2018). 14 Estudio sobre los Hábitos de los usuarios de Internet en México 2018. Recuperado de <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/estudios>

Ayuso, M. (5 de enero de 2018). El hombre que convertirá a Youtube en el mandamás de la industria discográfica. Recuperado de: <https://www.lainformacion.com/management/lyor-cohen-youtube-industria-discografica/6339617>

Barker, J. (5 de mayo de 2018). Karl Marx, ¡tenías razón!. *New York Times*. Recuperado de [https://www.nytimes.com/es/2018/05/05/opinion-barker-marx-revolucion-comunismo/?rref=collection%2Fsectioncollection%2Fnyt-es&action=click&contentCollection=metoo&region=stream&module=stream\\_unit&version=latest&contentPlacement=10&pgtype=collection](https://www.nytimes.com/es/2018/05/05/opinion-barker-marx-revolucion-comunismo/?rref=collection%2Fsectioncollection%2Fnyt-es&action=click&contentCollection=metoo&region=stream&module=stream_unit&version=latest&contentPlacement=10&pgtype=collection)

Baylón, L. (26 de marzo de 2018). Así ve el mundo la política mexicana de 2018. *Huffpost*. Recuperado de [https://www.huffingtonpost.com.mx/2018/03/26/asi-ve-el-mundo-la-politica-mexicana-de-2018\\_a\\_23395050/](https://www.huffingtonpost.com.mx/2018/03/26/asi-ve-el-mundo-la-politica-mexicana-de-2018_a_23395050/)

BBC Mundo. Qué son la solastalgia, el trastorno de déficit de naturaleza y otros desordenes del nuevo milenio. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-38136747>

BBC News Mundo. Qué hay detrás de la fuerte crisis que atraviesa Mattel, el fabricante de la muñeca Barbie (y por qué México sentirá las consecuencias). Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-44986070>

Beauregard, L. (5 de enero de 2016). México se convierte en el primer país de Latinoamérica en transitar a la TDT. *El País*. Recuperado de: [https://elpais.com/economia/2016/01/01/actualidad/1451613581\\_023243.html](https://elpais.com/economia/2016/01/01/actualidad/1451613581_023243.html)

Beltrán, E. (29 de abril de 2018). Sicarios, halcones, traficantes, autodefensas: los niños mexicanos que la violencia del narco se tragó. *Infobae*. Recuperado de <https://www.infobae.com/america/mexico/2018/04/29/sicarios-halcones-traficantes-autodefensas-los-ninos-mexicanos-que-la-violencia-del-narco-se-trago/>

Berenguer, V. (18 de octubre de 2016). El sistema educativo como herramienta de control de del pensamiento. Recuperado de <https://www.alainet.org/es/articulo/181051>

Brody, J. (10 de julio de 2015). La adicción a las pantallas comienza a afectar a niños y adolescentes. *The New York Times*. Recuperado de: <https://www.nytimes.com/2015/07/10/universal/es/adiccion-a-las-pantallas-comienza-a-afectar-a-ninos-y-adolescentes.html>

Calcáneo, I. (5 de diciembre de 2018). Tendencias de redes sociales para 2019. *Brandwatch*. Recuperado de <https://www.brandwatch.com/es/blog/tendencias-redes-sociales-2019/>

Calderale, H. (17 de mayo de 2012). El impacto económico de Internet. *El Cronista*. Recuperado de <https://www.cronista.com/columnistas/El-impacto-economico-de-Internet--20120517-0096.html>

Capacidad de abstracción (2012). [Entrada de blog] Recuperado de: <https://seeducansolos.wordpress.com/2012/04/23/capacidad-de-abstraccion/>

Castañeda, U. (4 de junio de 2018). Panorama actual del cine mexicano y su momento histórico. *Crónica*. Recuperado de: <http://www.cronica.com.mx/notas/2018/1081308.html>

Castells, M. (2013). El impacto de Internet en la sociedad: una perspectiva global. *C@mbio: 19 ensayos clave sobre cómo Internet está cambiando nuestras vidas*, Madrid, BBVA. Recuperado de <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-impacto-de-internet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global/>

CBC News (15 de abril de 2016). *Canadian Prime Minister Justin Trudeau schools reporter on quantum computing during press conference*. [Archivo de video]. Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=Eak\\_ogYMprk&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=Eak_ogYMprk&feature=youtu.be)

Censura del Internet (s.f.). Causas de la censura. Recuperado de <https://sites.google.com/a/correo.unimet.edu.ve/censura-del-internet/home/pag-web-1/causas-de-la-censura>

Centro de Psicología Bilbao (s.f.). Problemas de abstracción, dificultad de razonamiento. [Entrada de blog] Recuperado de <https://www.centro-psicologia.com/es/dificultad-abstraccion.html>

Cerezo, P. (2017). La Generación Z y la información. *Revista de Estudios de Juventud*. 16(14). 95-109. Recuperado de [http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/28/publicaciones/documentos\\_7\\_la\\_generacion\\_z\\_y\\_la\\_informacion.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/28/publicaciones/documentos_7_la_generacion_z_y_la_informacion.pdf)

Cerverón, P. (30 de agosto de 2017). Youtube experimenta la mayor transformación estética de su historia. *Gráfica*. Recuperado de <https://www.xataka.com.mx/eventos/canal-bbc-podria-empezar-a-retransmitir-sus-contenidos-en-la-tv-abierta-en-mexico>

Ciberseguridad. (2 de julio de 2017). ¿Cómo evitar los peligros de navegar en internet? *Semana*. Recuperado de <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/consejos-para-navegar-por-internet/514785>

Cid, G. (20 de junio de 2018). Por qué la nueva ley de copyright europea está a punto de cargarse internet. *El Confidencial*. Recuperado de [https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2018-06-20/union-europea-normativa-copyright\\_1581486/](https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2018-06-20/union-europea-normativa-copyright_1581486/)

Cognifit (s.f.). Cognición y Ciencia Cognitiva. [Entrada de blog] Recuperado de <https://www.cognifit.com/es/cognicion>

Cognifit (s.f.). Procesos cognitivos: Qué son y cómo podemos mejorar nuestros procesos mentales. [Entrada de blog] Recuperado de <https://blog.cognifit.com/es/procesos-cognitivos/>

Corporación Colombia Digital (1 de febrero de 2016). Estudio de la industria televisiva en 2016: Crecimiento y cambios en Latinoamérica. *Colombia Digital*. Recuperado de: <https://colombiadigital.net/actualidad/articulos-informativos/item/8726-estudio-de-la-industria-televisiva-en-2016-crecimiento-y-cambios-en-latinoamerica.html>

Corredoira, Loreto. (2016). Tendencias del entretenimiento en Internet: cultura de compartir y colaborar. *Universidad Complutense de Madrid*. 175-182. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/28209531\\_Tendencias\\_del\\_entretenimiento\\_en\\_Internet\\_la\\_cultura\\_de\\_compartir\\_y\\_colaborar](https://www.researchgate.net/publication/28209531_Tendencias_del_entretenimiento_en_Internet_la_cultura_de_compartir_y_colaborar)

Coughlan, S. (12 de enero de 2017). Qué es la 'posverdad', el concepto que puso de moda el "estilo Trump" en Estados Unidos. *BBC*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-38594515>

Crystal, D., "Internet y los cambios en el lenguaje", en *C@mbio: 19 ensayos clave sobre cómo Internet está cambiando nuestras vidas*, Madrid, BBVA, 2013. Recuperado de <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/internet-y-los-cambios-en-el-lenguaje/>

Delgadillo, N. (16 de marzo de 2017). Estos son los trabajos que hacen los inmigrantes. *Univisión*. Recuperado de: <https://www.univision.com/noticias/citylab-trabajo/estos-son-los-trabajos-que-hacen-los-inmigrantes>

Deloitte (2018). Encuesta a la generación millennial 2018. [Entrada de blog] Recuperado de <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/human-capital/articles/encuesta-millennial.html>

Delio, E. (2012). La televisión en la sociedad de la información. *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación NºXIX*. 19, 198-203. Recuperado de: [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_libro=380&id\\_articulo=8353](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=380&id_articulo=8353)

Divulgación Dinámica. (23 de febrero de 2018). Los efectos de la exposición de los niños a la televisión, tablets o móviles. [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://www.divulgaciondinamica.es/blog/los-efectos-de-la-exposicion-de-los-ninos-a-la-television-tablets-o-moviles/>

Ecured (s.f.). Ágora Griega. Recuperado de: [https://www.ecured.cu/%C3%81gora\\_Griega](https://www.ecured.cu/%C3%81gora_Griega)

El club de los libros perdidos (s.f.). Las terribles 10 estrategias de manipulación masiva, reveladas por Noam Chomsky. [Entrada de blog] Recuperado de <https://www.elclubdeloslibrosperecidos.org/2018/03/las-terribles-10-estrategias-de.html>

El observatorio CETELEM (18 de enero de 2017). La mayoría de consumidores usa Internet como fuente antes de comprar en la tienda física. Recuperado de

<https://elobservatoriocetelem.es/2017/01/18/la-mayoria-consumidores-use-internet-fuente-comprar-la-tienda-fisica/>

EFE (2017). El uso del ordenador e Internet ya es una práctica mayoritaria en edades anteriores a los 10 años. *ABC*. Recuperado de [http://www.abc.es/sociedad/abci-ordenador-internet-practica-mayoritaria-edades-antiores-10-anos-201710051741\\_noticia.html](http://www.abc.es/sociedad/abci-ordenador-internet-practica-mayoritaria-edades-antiores-10-anos-201710051741_noticia.html)

EFE. (7 de julio de 2013). Cronología del 'caso Snowden', el joven que reveló el espionaje masivo de Estados Unidos. Recuperado de

<https://www.20minutos.es/noticia/1850380/0/caso-snowden/cronologia/espionaje-ee-uu/#xtor=AD-15&xts=467263>

Elizalde, L. (2007). Fotografía en revistas, artificio contemporáneo. *Opción*, (53) 9-21.

Recuperado de:

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=15&ved=0ahUKEwiD-K2ziPLbAhVOKqwkHUhmAfY4ChAWCD0wBA&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F2392205.pdf&usq=AOvVaw22MEQ98C4IGDNN72mFD-2m>

El Mundo. (13 de febrero de 2018). La vigilancia china no deja lugar sin monitorear.

*Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/95490-la-vigilancia-china-no-deja-lugar-sin-monitorear>

Éprouvette, M. (15 de enero de 2016). Le mystère de la spectaculaire étude sur les enfants et la télé. Recuperado de

<http://www.sciencepresse.qc.ca/blogue/kcouillard/2016/01/15/mystere-spectaculaire-etude-enfants-tele>

El Sol de León. (2018). Los niños sicarios. *El Sol de León*. Recuperado de

<https://www.elsoldeleon.com.mx/policia/ninos-sicarios>

Expansión (1 de marzo de 2017). YouTube TV, la televisión de pago de Google para atraer a los 'millennials'. Recuperado de <http://www.expansion.com/economia-digital/companias/2017/03/01/58b6a38822601d034b8b460e.html>

Europa Press (17 de mayo de 2011). Los cambios sociales que Internet ha provocado y la importancia de la seguridad. *Europa press*. Recuperado de <https://www.europapress.es/portaltic/internet/noticia-dia-internet-cambios-sociales-internet-provocado-importancia-seguridad-20110517093046.html>

Fernández, N. (2013). Trastornos de conducta y redes sociales en Internet. *Salud Mental*. 36(6). Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-33252013000600010](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-33252013000600010)

Fernández Poncela, A.M. (2012). Psicología de masas, identidad social, epidemias y rumores: la influencia en México. *Sociológica*. 27 (76). Recuperado de: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-01732012000200006](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-01732012000200006)

Fernández, J. (15 de febrero de 2017). Facebook reta a YouTube con una 'app' para reproducir videos en televisión. Recuperado de <http://www.expansion.com/economia-digital/companias/2017/02/15/58a446cce5fdeac1228b468e.html>

Flores, E. (11 de noviembre de 2018). La tele sigue siendo el negocio de un puñado; Televisa y TV Azteca tienen 53.3% de las concesiones. *Sin embargo*. Recuperado de <https://www.sinembargo.mx/11-11-2018/3495426>

Freire, P. (2005). *Pedagogía del oprimido*. [Traducido al español de Pedagogía do oprimido] México: siglo xxi editores.

Freud, S. (1921). *Psicología de las masas y análisis del yo*. Recuperado de <http://www.ataun.net/bibliotecagratis/Ci%C3%A1sicos%20en%20Espa%C3%B1ol/Sigmund%20Freud/Psicolog%C3%ADa%20de%20las%20masas%20y%20an%C3%A1lisis%20del%20Yo.pdf>

Forbes Staff. (9 de enero de 2018). Así será el apagón analógico en Centroamérica. *Forbes*. Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/asi-sera-el-apagon-analogico-en-centroamerica/>

Galdón, G. (22 de diciembre de 2018). ¿Es ético comprar en Amazon? *El País*. Recuperado [https://elpais.com/tecnologia/2018/12/21/actualidad/1545407088\\_015525.html?id\\_externo\\_r\\_soc=FB\\_CM](https://elpais.com/tecnologia/2018/12/21/actualidad/1545407088_015525.html?id_externo_r_soc=FB_CM)

Galván, C. (s.f). 10 formas en las que la tecnología manipula nuestro cerebro. Recuperado de <https://www.carlotagalvan.com/10-formas-manipular-cerebro-tecnologia/>

García Jaime, B. (11 de junio de 2018). Inteligencia artificial y automatización, el futuro del ser humano en peligro. Recuperado de <https://blogthinkbig.com/automatizacion-del-empleo>

Gaptain (17 de enero de 2019). Retos virales, uno de los mayores peligros en Internet para niños. Recuperado de <https://gaptain.com/blog/retos-virales-peligros-en-internet/>

García, J.M. (29 de mayo de 2015). Gráficos sobre la brecha digital en el mundo en 2015. *La Vanguardia*. Recuperado de <http://www.lavanguardia.com/vangdata/20150529/54431507120/graficos-brecha-digital-en-mundo-2015.html>

Garrido, M., Rodríguez, A., Rodríguez, R. & Sánchez, A. (2008). *El niño de 0 a 3 años. Guía de Atención Temprano*. Recuperado de: <http://orientacion.catedu.es/wp-content/uploads/2014/11/Gu%C3%ADa-ni%C3%B1o-0-a-3-a%C3%B1os-La-Rioja.pdf>

González, I. (9 de febrero de 2018). Usuarios de Internet y redes sociales en el mundo. *Ilifebelt*. Recuperado de <https://ilifebelt.com/usuarios-internet-redes-sociales-mundo-2018/2018/02/>

González, E. (27 de marzo de 2003). Desarrollo de habilidades del pensamiento en el aula. Recuperado de: <http://www.filosoficas.unam.mx/~Tdl/03-1/0327Eloisa.html>

González F. (30 de agosto de 2018). ¿La crisis de la televisión mexicana? 3 datos sobre cambios en Tv Azteca y Televisa que hablan sobre el futuro del medio. *Merca 2.0*. Recuperado de <https://www.merca20.com/la-tesis-de-la-tv-mexicana-3-datos-sobre-cambios-en-tv-azteca-y-televisa-que-hablan-sobre-el-futuro-del-medio/>

Gratacós, G. (s.f.). Las 10 Funciones (Capacidades) Cognitivas Superiores. [Entrada de blog] Recuperado de <https://www.lifeder.com/capacidades-cognitivas/>

Griffin, A. (31 de julio de 2017). Facebook Artificial intelligence robots shut down after they start talking to each other in their own language. *Independent*. Recuperado de <https://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/facebook-artificial-intelligence-ai-chatbot-new-language-research-openai-google-a7869706.html>

Guía Infantil (14 de noviembre de 2018). Los riesgos de Internet y las redes sociales para los niños. Recuperado de <https://www.guiainfantil.com/articulos/educacion/nuevas-tecnologias/internet-y-las-redes-sociales-riesgos-para-los-ninos/>

Harle, B., Desmurget M. (2012). Effects on children's cognitive development of chronic exposure to screens. *Arch Pediatr*, 19(7):772-6. doi: 0.1016/j.arcped.2012.04.003.

Harris, T. (Abril de 2017). Cómo un grupo de compañías tecnológicas controlan billones de mentes cada días. *Ted*. Recuperado de [https://www.ted.com/talks/tristan\\_harris\\_the\\_manipulative\\_tricks\\_tech\\_companies\\_use\\_to\\_capture\\_your\\_attention?language=es](https://www.ted.com/talks/tristan_harris_the_manipulative_tricks_tech_companies_use_to_capture_your_attention?language=es)

Hidalgo, M.A. (1 de junio de 2018). Los gigantes de Internet. *Letras Libres*. Recuperado de <https://www.letraslibres.com/mexico/revista/los-gigantes-internet>

IAB México. (2017). IAB México presenta la novena edición del Estudio de Consumo de Medios y Dispositivos entre internautas mexicanos 2017. Recuperado de: <http://www.iabmexico.com/news/estudio-comunicado-consumo-medios-2017/>

IAB México. (2018). Estudio de Consumo de Medios y Dispositivos entre internautas mexicanos 2018. Recuperado de: <https://www.iabmexico.com/estudios/consumo-medios-2018/>

IFT. TDT. Memoria de la transición a la televisión digital terrestre. Recuperado de <http://www.tdt.mx/docs/comunicados/2018/Memoria-TDT.PDF>

Ibarra, M.A (2006). *Tecnología On Demand*. (Trabajo de grado, Universidad Nacional del Nordeste) Recuperado de [http://exa.unne.edu.ar/informatica/SO/on\\_demand.pdf](http://exa.unne.edu.ar/informatica/SO/on_demand.pdf)

INEGI. (2018). En México 71.3 millones de usuarios de Internet y 17.4 millones de hogares con conexión a este servicio: ENDUTIH 2017. Recuperado de [http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/OtrTemEcon/ENDUTIH2018\\_02.pdf](http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/OtrTemEcon/ENDUTIH2018_02.pdf)

ISDI (2017). Así ha aumentado el uso del Internet en Iso últimos años. Recuperado de <https://www.isdi.education/es/isdigital-now-mexico/asi-ha-aumentado-el-uso-del-internet-en-los-ultimos-anos>

Islas, O. (4 de mayo de 2018). Cambridge analytica y México. *El Universal*. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.mx/columna/octavio-islas/techbit/cambridge-analytica-y-mexico>

Jablonka, E. & Lamb, M. (2005). *Evolution in four dimensions*. Londres, Inglaterra: Brandford

Jara, A. (23 de marzo de 2017). Maturana: “El futuro de la humanidad no son los niños, son los mayores”. *El Culto*. Recuperado de: <http://culto.latercera.com/2017/03/23/maturana-la-humanidad-los-ninos-los-mayores/>

Klinenberg, E. (s.f.). Palace for people: how social infrastructure can help fight inequality, polarization, and the decline of civic life. Recuperado de <http://www.ericklinenberg.com/books#palaces-for-the-people-how-social-infrastructure-can-help-fight-inequality-polarization-and-the-decline-of-civic-life>

La Segunda Online. (28 de septiembre de 2012). La televisión ¿estimula o deteriora la inteligencias? *La Segunda Online*. Recuperado de <http://www.lasegunda.com/Noticias/Buena-Vida/2012/09/784458/La-television-estimula-o-deteriora-la-inteligencia>

Larocca, N. (2017, 19 de diciembre). Guatemala prepara los papeles para iniciar transición hacia la TV Digital. *Telesemana*. Recuperado de: <http://www.telesemana.com/blog/2017/12/19/guatemala-prepara-los-papeles-para-iniciar-transicion-hacia-la-tv-digital/>

Lebowitz, S. (10 de marzo de 2018). There's a term for people born in the early 80s who don't feel like a millennial or a Gen X-er — here's everything we know. *Business Insider* Recuperado de <https://www.businessinsider.com/xennials-born-between-millennials-and-gen-x-2017-11>

León, F. (2 de enero de 2016). La generación silenciosa y los comportamientos que te interesan para tu estrategia de marketing. *Merca 2.0*. Recuperado de <https://www.merca20.com/la-generacion-silenciosa-y-los-comportamientos-que-te-interesan-para-tu-estrategia-de-marketing/>

Lombana Bermudez, A. (2018). La evolución de las brechas digitales y el auge de la Inteligencia Artificial (IA). *Revista mexicana de bachillerato a distancia*. 10(20), 17-25. Recuperado de <http://revistas.unam.mx/index.php/rmbd/article/view/65884>

López de Mantarás, R. (23 de enero de 2017). Tecnología y manipulación de la información. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/opinion/20170123/413610128248/tecnologia-y-manipulacion-de-la-informacion.html>

Los otros países del apagón digital. (s.f.) Recuperado el 24 de abril 2018, de [http://www.milenio.com/negocios/Television\\_Digital\\_Terrestre-apagon\\_digital-tdt\\_5\\_616788322.html](http://www.milenio.com/negocios/Television_Digital_Terrestre-apagon_digital-tdt_5_616788322.html)

Marín, C. (18 de mayo de 2018). Regulación de Internet. *Milenio*. Recuperado de <https://www.milenio.com/opinion/carlos-marin/el-asalto-la-razon/regulacion-de-internet-1>

Martínez, C. (31 de agosto de 2018). Orwelliano. *Algarabía*. Recuperado de <https://algarabia.com/que-onda-con-2/orwelliano/>

Mateo, S. (6 de agosto de 2013). El fin de la privacidad y la sociedad orwelliana. Recuperado de <https://medium.com/@sergimateo/el-fin-de-la-privacidad-y-la-sociedad-orwelliana-b206d0e83ae>

Melgar, J. (30 de marzo de 2018). Informe OEA: Los peligros de Internet para los niños de Centroamérica. Recuperado de <https://ilifebelt.com/oea-peligros-de-internet-para-los-ninos/2018/03/>

Mora Maezo, L. (2017). *Los nuevos modos de ver la televisión: Netflix, análisis de marca y comunicación*. (Tesis de grado, Universidad de Sevilla). Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/63258/Luz%20Mora%20-%20Netflix.pdf?sequence=1>

Morozov, E. (2014). Internet, la política y la política del debate sobre Internet. *BBVA Openmind*. Recuperado de <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/internet-la-politica-y-la-politica-del-debate-sobre-internet/>

Muñoz, C. (1 de septiembre de 2016). Televisor, computador y telefonía: A mejor tecnología, menor volumen. Recuperado de: <http://www.lgblog.cl/tecnologia/televisor-computador-telefonía-mejor-tecnología-menor-volumen/>

Narcotráfico en México (4 de marzo de 2010). Balacera en Camargo Tamaulipas. [Archivo de video] Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=-KEZIn4p76M>

Nájar, A. (6 de diciembre de 2010). El peligro de los “niños sicarios” en México. *BBC Mundo*. Recuperado de [https://www.bbc.com/mundo/noticias/2010/12/101206\\_mexico\\_ponchis\\_ao](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2010/12/101206_mexico_ponchis_ao)

Nuel, C. (21 de abril de 2017). Canal BBC podría empezar a retransmitir sus contenidos en la TV abierta en México. Recuperado de <https://www.xataka.com.mx/eventos/canal-bbc-podria-empezar-a-retransmitir-sus-contenidos-en-la-tv-abierta-en-mexico>

Observatorio de Redes y Derechos Digitales. Trolls, bots y legiones: La guerra por el Internet en México. *Vice*. Recuperado de [https://www.vice.com/es\\_latam/article/8qdz7b/trolls-bots-y-legiones-la-guerra-por-el-internet-en-mexico](https://www.vice.com/es_latam/article/8qdz7b/trolls-bots-y-legiones-la-guerra-por-el-internet-en-mexico)

Orwell, G. (2003). *1984*. [Traducido al español de Nineteen Eighty-Four] México: Ediciones Destino.

Pansza, M., Pérez, G.E. y Moran, P. (28 de octubre de 2013). *Fundamentación de la didáctica*. Recuperado de: <https://educacionucuenca.webnode.es/news/fundamentacion-de-la-didactica/>

Paredes, A. (21 de julio de 2015). Cómo influye Internet en la política y comunicación de gobierno. *Forbes*. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/como-influye-internet-en-la-politica-y-comunicacion-de-gobierno/>

Pérez-Barco, M.J. (12 de agosto de 2015). ¿Por qué se aburren los niños? *ABC padres hijos*. Recuperado de: <https://www.abc.es/familia-padres-hijos/20150812/abci-aburrimiento-201507211535.html>

Pérez Borges, I. (29 de septiembre de 2012). Las nuevas tecnologías en la cultura de masas. *Contrainfo*. Recuperado de <https://www.contrainfo.com/6357/las-nuevas-tecnologias-en-la-cultura-de-masas/>

Pérez Martínez, V. (14 de enero de 2005). El deterioro cognitivo: una mirada previsor. Recuperado [http://www.bvs.sld.cu/revistas/mgi/vol21\\_1-2\\_05/mgi171-205t.htm](http://www.bvs.sld.cu/revistas/mgi/vol21_1-2_05/mgi171-205t.htm)

Poy, L. (4 de enero de 2019). Usa Internet la mitad de la población del mundo. *La Jornada*. Recuperado de <https://www.jornada.com.mx/ultimas/2019/01/04/usa-internet-la-mitad-de-la-poblacion-del-mundo-1566.html>

Quiroz, A. [alanquiroz] (27 de noviembre de 2018). Las cuatro muertes de los cines en México (¿y en el mundo?). [Estado de Facebook] Recuperado de: <https://www.facebook.com/notes/alan-quiroz/las-cuatro-muertes-de-los-cines-en-m%C3%A9xico-y-en-el-mundo/1919136048139625/>

Raynaudo, G.; y Borgobello, A. (2016). Udo de TIC: posibles relaciones con habilidades cognitivas e interpersonales en un grupo de adolescentes. *Ciencia, docencia y tecnología*. (53). Recuperado de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17162016000200003](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17162016000200003)

Redacción Internacional El Tiempo. (8 de marzo de 2018). #MeToo, el movimiento que marcó la lucha contra el acoso sexual. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/mundo/mas-regiones/cronologia-del-movimiento-contra-el-acoso-sexual-metoo-191530>

Red en Defensa de los Derechos Digitales (28 de octubre de 2015). 10 puntos clave sobre #LaLeyFayad, la peor iniciativa de ley sobre Internet en la historia. Recuperado de <https://r3d.mx/2015/10/28/10-puntos-clave-sobre-la-leyfayad-la-peor-iniciativa-de-ley-sobre-internet-en-la-historia/>

Redacción El Financiero. (23 de noviembre de 2018). ¿Por qué 'Roma' no se exhibe en salas de cine? *El Financiero*. Recuperado de: <http://amp.elfinanciero.com.mx/reflector/por-que-roma-no-se-exhibe-en-salas-de-cine>

Redes sociales (28 de abril de 2017). ¿Es la ballena azul una leyenda urbana que se salió de control? *El País*. Recuperado de <https://www.elpais.com.uy/vida-actual/ballena-azul-leyenda-urbana-salio-control.html>

Reig, D. (2017). Jóvenes de un nuevo mundo: cambios cognitivos, sociales, en valores, de la Generación conectada. *Revista de estudios de juventud (108)* 21-32. Recuperado de [http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista108\\_2-jovenes-de-un-nuevo-mundo.pdf](http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista108_2-jovenes-de-un-nuevo-mundo.pdf)

Reuters. (3 de octubre de 2014). Super 'hacker' a JP Morgan Chase. *Excelsior*. Recuperado de <https://www.excelsior.com.mx/hacker/2014/10/03/984944>

Roberts, K. (2014). *Lovemarks. El futuro más allá de las marcas*. [Traducido al español por María Isabel Metino] España: Ediciones Urano.

Rock Content. (s.f.) Panorama de las redes sociales en México para 2018. Recuperado el 25 de abril 2018, de <https://marketingdecontenidos.com/redes-sociales-en-mexico-2/>

Rojas, A. (27 de enero de 2017). 1984/2017: ¿El mundo de Orwell está ya aquí? *El Mundo*. Recuperado de <http://www.elmundo.es/cultura/2017/01/27/588a59e322601d35178b45fa.html>

Rowan, C. (2014, 15 de marzo). 10 razones por las que se debería prohibir a los menores de 12 años usar dispositivos electrónicos. *Huffingtonpost*. Recuperado de: [https://www.huffingtonpost.es/cris-rowan/10-razones-por-las-que-se\\_b\\_4965723.html](https://www.huffingtonpost.es/cris-rowan/10-razones-por-las-que-se_b_4965723.html)

Sánchez Millán, A. (2012). *Prometeo desencadenado: una crítica constructiva de la razón tecnológica*. Editorial Manuscritos. Recuperado de: [https://books.google.com.mx/books?id=0epdtk1HOjUC&pg=PT74&lpg=PT74&dq=se+atrofia+la+capacidad+de+abstracci%C3%B3n+y+la+capacidad+de+entender&source=bl&ots=0BGA1bLx70&sig=glv0Sc8OWgYy5IrfznpkBPTS\\_5o&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiEnKi97oPbAhVlj1kKHZP0CHY4ChDoAQqtMAI#v=onepage&q=se%20atrofia%20la%20capacidad%20de%20abstracci%C3%B3n%20y%20la%20capacidad%20de%20entender&f=false](https://books.google.com.mx/books?id=0epdtk1HOjUC&pg=PT74&lpg=PT74&dq=se+atrofia+la+capacidad+de+abstracci%C3%B3n+y+la+capacidad+de+entender&source=bl&ots=0BGA1bLx70&sig=glv0Sc8OWgYy5IrfznpkBPTS_5o&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiEnKi97oPbAhVlj1kKHZP0CHY4ChDoAQqtMAI#v=onepage&q=se%20atrofia%20la%20capacidad%20de%20abstracci%C3%B3n%20y%20la%20capacidad%20de%20entender&f=false)

Santos Guerra, M.A. (2010). *La influencia de la televisión en el alumnado de tercer ciclo de primaria en el ámbito rural y urbano. Estudio de casos*. (Tesis doctoral, Universidad de Málaga). Recuperado de

<https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4978/TD%20de%20Francisco%20Manuel%20G%C3%B3mez%20Olea.pdf?sequence=1>

Sarah Mae Sincero (Mar 11, 2011). Teoría Cognitiva del Aprendizaje. Sep 10, 2018  
Obtenido de Explorable.com: <https://explorable.com/es/teoria-cognitiva-del-aprendizaje>

Sartori., G. (1998). *Homo videns*. [Traducido al español de Homo videns. Televisione e post-pensiero] México: Debolsillo.

Selfbank (24 de septiembre de 2015). Cómo usamos Internet ahora y cómo lo hacíamos hace 15 años. Recuperado de <https://blog.selfbank.es/como-usamos-internet-ahora-y-como-lo-haciamos-hace-15-anos/>

Soler, A. (14 de septiembre de 2015). Los niños y la exposición a televisión, móviles y tablets: ¿qué dice la ciencia? [Entrada de blog] Recuperado de: <http://www.albertosoler.es/los-ninos-y-la-exposicion-a-television-moviles-y-tablets-que-dice-la-ciencia/>

Staff Forbes. (17 de mayo de 2016). ¿De qué manera el Internet impulsa a la economía? *Forbes*. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/manera-internet-impulsa-la-economia/>

Stephania. (10 de junio de 2018). ¡JAJAJA! Marcelo Ebrard subió a Twitter una foto de Mia Khalifa y se lo comieron vivo. *Sopitas*. Recuperado de: <https://www.sopitas.com/884495-ebrard-foto-mia-khalifa-twitter/#>

Strasburger, V. C. & Hogan, M. J. (2013). Children, Adolescents, and the Media. *Pediatrics*, 132(5), 958-959. doi: 10.1542/peds.2013-2656

Télam (2 de noviembre de 2016). Docentes replantean sus clases al haber cada vez más alumnos que buscan contenidos en plataformas digitales. [Entrada de blog] Recuperado de <http://www.telam.com.ar/notas/201611/169199-educacion-profesores-estudiantes-contenidos-nuevas-tecnologias.html>

Teka España. (23 de julio de 2018). *Donde se cocina la vida-Teka*. [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=aRQDXP3sSNg&sns=em>

Tendencias (16 de septiembre de 2016). Como Internet ha revolucionado el entretenimiento. *La Región*. Recuperado de

<http://www.laregion.es/articulo/tendencias/internet-ha-revolucionado-entretenimiento/20160916013333649436.html>

Ten tu logo (s.f.) CES 2018: Una nueva mirada a un futuro tecnológico prometedor. Recuperado de <https://tentulogo.com/ces-2018-una-nueva-mirada-futuro-tecnologico-prometedor/>

The New York Times (21 de enero de 2014). *China's Web Junkies: Internet Addiction Documentary | Op-Docs* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=jqctG3NnDa0>

Think with Google. (Agosto de 2016). YouTube: La innovadora app diseñada para niños entre 2 y 8 años que permite a toda la familia disfrutar de contenidos audiovisuales independientes y seguros. Recuperado de <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/canales-de-publicidad/video/youtube-kids-la-innovadora-app-dise%C3%B1ada-para-ni%C3%B1os/>

Torrent Freak. (21 de febrero de 2015). Tumblr Censors “Torrent” Related Tags and Searches. Recuperado de <https://torrentfreak.com/tumblr-censors-torrent-related-tags-and-searches-150220/>

Tovar, A. (28 de enero de 2018). La censura de Internet: el estatus de la libertad en la red en 2018. *Cambio16*. Recuperado de <https://www.cambio16.com/censura-en-Internet-2018/>

Traeder, V. (18 de noviembre de 2016). “Trump ha legitimado el racismo”. *DW*. Recuperado de <https://www.dw.com/es/trump-ha-legitimado-el-racismo/a-36431501>

Tur, G.; Marín, V.; & Carpenter, J. (2017). Uso de Twitter en Educación Superior en España y Estados Unidos. *Comunicar*. (51), 19-28. doi <http://dx.doi.org/10.3916/C51-2017-02>

Última Hora (30 de enero de 2019). La UE presiona a los gigantes de Internet. Recuperado de <https://www.ultimahora.com/la-ue-presiona-los-gigantes-internet-n2794647.html>

United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2017). *World Population Prospects: The 2017 Revision, Key Findings and Advance Tables*. Working Paper No. ESA/P/WP/248. Recuperado de: [https://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/WPP2017\\_KeyFindings.pdf](https://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/WPP2017_KeyFindings.pdf)

Velasco, J. (15 de julio de 2011). Historia de la tecnología: OXO, un videojuego para uno de los primeros computadores de la historia. [Entrada de blog] Recuperado de: <https://hipertextual.com/2011/07/oxo-un-videojuego-para-uno-de-los-primeros-computadores-de-la-historia>

Vidal, M. (23 de octubre de 2016). La lealtad del pueblo chino la mide el big data. *El país*. Recuperado de: [https://elpais.com/internacional/2016/10/20/actualidad/1476970091\\_757096.html](https://elpais.com/internacional/2016/10/20/actualidad/1476970091_757096.html)

Villafranco, C. (15 de junio de 2005). El papel de los medios de comunicación en las democracias. *Andamios*. 2(3). Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-00632005000200001](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632005000200001)

Villasana, J. (20 de mayo de 2017). Los jóvenes están abandonando la televisión en México y eso es una noticia terrible para Televisa. Recuperado de <https://www.xataka.com.mx/televisores/los-jovenes-estan-abandonando-la-television-en-mexico-y-eso-es-una-noticia-terrible-para-televisa>

VT [JungleVT] (13 de diciembre de 2017) Everyone should see this #1MillionProject #Sprint [Estado de Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/JungleVT/videos/2002463276562171/UzpfSTc5NDc2OTQ0NjoxMDE1NzAyODU0ODgxOTQ0Nw/>

Wintertein, P. & Junswirth, R.J. (2006). Medienkonsum und Passivrauchen bei Vorschulkindern. *Kinder-und Jugendarzt*. (4), 205-211. Recuperado de [http://kinder-undjugendarzt.de/download/angesagte\\_beitraege/Medienkonsum\\_und\\_Passivrauchen\\_bei\\_Vorschulkindern\\_BS.pdf](http://kinder-undjugendarzt.de/download/angesagte_beitraege/Medienkonsum_und_Passivrauchen_bei_Vorschulkindern_BS.pdf)

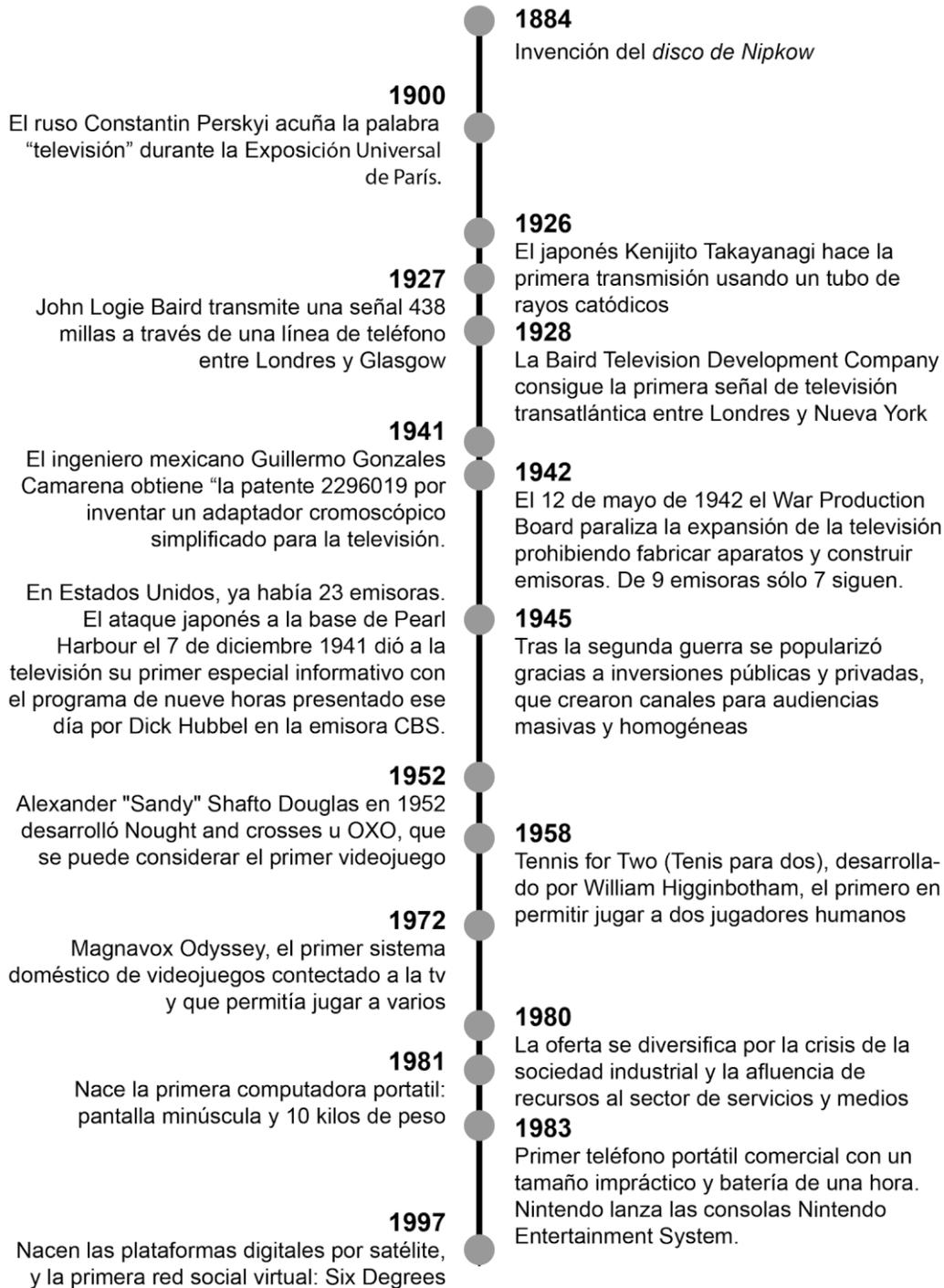
W Radio México. El cerebro de niños se modifica por tiempo excesivo ante pantallas: estudio. [Entrada de blog] Recuperado de [http://wradio.com.mx/radio/2018/12/12/sociedad/1544627768\\_549696.html](http://wradio.com.mx/radio/2018/12/12/sociedad/1544627768_549696.html)

YouTube Kids (s.f.). A world of learning and fun, made just for kids. Recuperado de <https://www.youtube.com/yt/kids/>

Zibechi, R. (16 de febrero de 2018). El siglo del control de las masas. *La Jornada*. Recuperado de <https://www.jornada.com.mx/2018/02/16/opinion/019a1pol>

## ANEXO 1

### EVOLUCIÓN DEL CONTROL DE MASAS (Mora, 2017; Delio, 2012).



## PANORAMA ACTUAL DE LA TELEVISIÓN Y OTRAS PANTALLAS

