

## **Breve reflexión de la sociedad tecnologizada actual**

### **Tecnología digital, individuo, globalización e Internet**

**Lic. Jon Murelaga Ibarra ©**

Profesor de Tecnología de los Medios Audiovisuales en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco-Eukal Herriko Unibertsitatea (UPV-EHU) - Investigador pre-doctoral. Universidad del País Vasco, Bilbao  
[cypmuibi@lg.ehu.es](mailto:cypmuibi@lg.ehu.es)

**Abstract:** La digitalización de la sociedad y la globalización socio-político-económica actual desarrollan nuevos modos de actuar en el individuo que adecua los nuevos términos evolutivo-digitales a sus necesidades y configura un nuevo marco de trabajo y ocio. La globalización acelera el conocimiento interpersonal en la actualidad.

Desde la creación y uso socializado de la Red, el individuo ha visto alterados su modus vivendi y operandi. El sujeto ha adecuado los avances de las nuevas tecnologías, y en concreto la de Internet, a sus necesidades, habilidades y ocio. Así, la Red nos posibilita desde el cierre de una importante transacción económica a nivel mundial hasta participar en una competición de juegos en red entre personas de diferentes naciones, pasando por ejemplo, por una videoconferencia interatlántica.

Sin caer en un análisis simplista, podemos decir que Internet es comunicación (emisión de mensajes), pero a la vez también es intercomunicación entre diversos puntos y recepción de necesidades. Todo ello simplificando la imagen del emisor y receptor que no tienen porque ser grandes macroestructuras empresariales o sujetos colectivos definidos dentro de una

jerarquía empresarial. En la Red, el emisor se asienta en un segundo plano, pierde parte de la importancia de su imagen, ya que el objeto central de la emisión es el mensaje. Un elemento, eso sí, que gozará de más o menos seriedad, importancia y credibilidad en función de la fuente que lo transmita.

A continuación analizaremos de una manera sencilla pero justificada la situación del individuo dentro de las nuevas tecnologías en torno a una estructuración socio-económico-político de globalización. Para ello estructuraremos la reflexión sobre tres ejes: el contexto socio-político-económico de la sociedad digitalizada; la tecnologización de la sociedad y el papel fundamental de Internet dentro del contexto globalizado de la sociedad moderna.

1. Situación socio-político-económica mundial dentro del contexto de la Globalización y el entorno multimediático. Colores, personas, sueños e intereses.

“Yo le diría que la globalización es un proceso que le permite viajar y saber que el mundo no se acaba en las fronteras en las que está acostumbrado a moverse. Que existe otro mapa mucho más extenso, habitado por seres igual que él. La globalización es, en definitiva, la interdependencia de las personas y las cosas: la posibilidad de comunicarlos entre todos”.

JOAQUÍN ESTEFANÍA

El comienzo del siglo XXI ha abierto un nuevo contexto socio-político-económico internacional. Por un lado, y a nivel político, los atentados terroristas perpetrados el 11 de Septiembre de 2001 en Nueva York contra dos símbolos financiero el primero y militar el segundo, como eran y sigue siendo el World Trade Center y el Pentágono que arrojaron un saldo de miles de muertos y heridos desembocaron primero en la guerra de Afganistán (2001) y en la de Irak (2003) años más tarde. Estas dos contiendas bélicas y los sucesivos ataques terroristas radicales a nivel mundial de Al-Qaeda y grupos afines como el cometido el 11 de Marzo de 2004 en Madrid donde murieron casi 200 personas y se produjeron cientos de heridos, y la delicada situación política de Oriente Medio han configurado un nuevo contexto social de incertidumbre mundial. Se puede decir, por tanto, que, tras la endeble calma vivida desde el fin de la guerra fría tras el simbólico desmantelamiento del muro de Berlín, la situación actual no difiere mucho de aquellos tiempos de incertidumbre de épocas ya enterradas tras verse alteradas las relaciones supranacionales entre Europa, Estados Unidos y los países árabes.

Por otro lado y en el ámbito social, el capitalismo agresivo, la hegemonía de las multinacionales y los nuevos imperios económico-neo-liberales han parido un movimiento antiglobalización de dimensiones considerables que bajo el lema “Otro mundo es posible” surgió en torno a 1996 en Seattle (EE.UU).

Los objetivos y las pretensiones de los grupos antiglobalización se podrían resumir de la siguiente forma: “Los activistas antiglobalización exigen una sociedad más justa, el control del poder ilimitado de las multinacionales, la democratización de las instituciones económicas mundiales y la distribución más equitativa de la riqueza. Sus enemigos principales son las multinacionales y las grandes organizaciones económicas y políticas internacionales, fundamentalmente el Banco Mundial (BM) y el Fondo Monetario Internacional (FMI)”<sup>1</sup>.

Para el sociólogo francés Alain Touraine la sociedad mundial debe exigir la democracia para los individuos y el movimiento antiglobalización se sustenta en conseguir el control social de los recursos de la sociedad para beneficio de la misma: “La idea triunfante de ‘globalización’ significa antes de todo la ideología según la cual ningún poder político, social, moral, etc., puede tener una influencia real sobre una vida económica organizada a nivel mundial. Esta visión antes de ser antiética es falsa. No es cierto que los factores sociales y políticos no intervengan en la vida económica. Al contrario, la mayor parte de los economistas piensa que en las economías más adelantadas los factores no económicos del crecimiento económico tienen una importancia cada vez mayor a la línea”.

Junto a los movimientos antiglobalización otro de los aspectos característicos del nuevo contexto social internacional es la inmigración. El sueño de una nueva vida hace que día a día miles y miles de personas arriesguen su vida de manera legal e ilegal abandonando los países subdesarrollados en busca de prosperidad. Ante esta avalancha de inmigrantes los gobiernos de turno han desarrollado diferentes estrategias sobre todo de control y choque y han cerrado y fortificado fronteras para regular la entrada de los/las inmigrantes.

Por último, y en lo referente al plano económico indicar que las empresas y multinacionales han adquirido la tendencia de deslocalizar su trabajo y desviar su producción a países en vías de desarrollo donde la mano de obra es más barata y en muchos casos los compradores potenciales se cuentan por millones abriendo así un espectro de ventas potencialmente descomunal como es el caso de China con más de mil millones de personas. “China está llamada a ser una superpotencia económica en los próximos años, que junto a la india van a liderar el crecimiento del continente asiático y es que todas las miradas están puestas en esta zona del globo; las características de la economía china son francamente apetecibles para las grandes economías globales y es que en pocos lugares se puede obtener mano de obra barata (por unos 150 euros cada mes se puede contratar un trabajador), ayudas fiscales (durante los primeros años no se pagan impuestos), baja conflictividad laboral, bajo coste de la vida (se puede comer por 1 euro)... todo esto ha provocado

---

<sup>1</sup> Este fragmento ha sido extraído de uno de los especiales de el periódico El País.

que se hayan instalado grandes empresas intensivas en mano de obra que se aprovechan de los bajos costes laborales para producir grandes volúmenes de productos a un coste extremadamente bajo”<sup>2</sup>.

Para muchos teóricos y estudiosos de la sociedad como de Ignacio Ramonet, la globalización es entre muchas otras cosas un liberalismo económico salvaje que beneficia a unos pocos y perjudica a muchos otros: “Estamos ante una dinámica que hace que cada día un mayor número de países intercambian comercialmente un mayor número de productos, servicios y actividades. Se han abierto las fronteras a productos extranjeros que se han integrado en el mercado local, lo que convierte a la globalización en un movimiento que intensifica el librecambio. Pero esto ocurre sólo en teoría, porque el motor real de la globalización es el hecho de que cada día lo que más se intensifica son los mercados financieros. Estamos más ante una globalización financiera que ante una globalización económica, en el centro se encuentran los mercados financieros, y por ende, los agentes financieros: las grandes multinacionales, la Bolsa, el Banco Mundial, el Grupo de los 7 países más poderosos, la Organización Mundial del Comercio...”. (Ramonet, 2001).

Dentro de la globalización en la que vivimos y como consecuencia de esta, se ha desarrollado un importante campo biotecnológico y una estructuración de redes virtuales. Así, uno de los valores más seguros a día de hoy y el engranaje que hace girar el círculo virtuoso de la economía moderna es el conocimiento científico y los mecanismos e iniciativas para la creación de riqueza. Los mencionados adelantos tecnológicos han creado instrumentos generadores de productividad y cada vez tienen más importancia los conocimientos y métodos que no se ven. La gestión y los trabajos de investigación, desarrollo e Innovación (I+D+I) adquieren un papel tan fundamental como la propia elaboración de los productos (sea cual sea su origen y carácter), siendo las tres cuartas partes del precio de estos productos el pago por este nuevo sistema de trabajo.

Las sociedades industrializadas han visto alterada la situación del individuo dentro del mapa productivo como indica Manuel Castells y ha surgido así un nuevo espacio industrial: “La fabricación de alta tecnología presenta una composición ocupacional muy diferente de la fabricación tradicional: se organiza en una estructura bipolar en torno a dos grupos predominantes de tamaño más o menos similar: De un lado, una mano de obra altamente cualificada, basada en la ciencia y la tecnología; de otro, una masa de obreros no cualificados que participan en el montaje rutinario y las operaciones secundarias. Aunque la automatización ha permitido cada vez más a las compañías eliminar los niveles más bajos de trabajadores, el aumento asombroso del volumen de producción sigue haciendo que se emplee –y así

---

<sup>2</sup> Este fragmento está extraído de la publicación bolsaone.

seguirá durante algún tiempo- un número considerable de trabajadores no cualificados y semicualificados, cuya localización en las mismas zonas que los científicos e ingenieros no es viable desde el punto de vista económico, ni apropiado desde la perspectiva dominante en el actual contexto social. En medio, los obreros cualificados también representan un grupo particular que cabe separar de los niveles elevados de la producción de alta tecnología". (Castells, 1997)

2. La sociedad red o la tela de araña comunicativa. Tras crear la máquina comprendamos para que la querremos.

“En el nuevo sistema, debido a la diversidad potencial de contenidos, el mensaje es el mensaje: es la capacidad de diferenciar un producto que produzca el mayor potencial competitivo”.

MANUEL CASTELLS (1997)

Durante muchos años el concepto multimedia ha sido utilizado como comodín de lo que era el futuro. Se entendía como un término abstracto y que englobaba lo que no conocíamos pero queríamos utilizar. Así, cuando los nuevos soportes digitales y multimediáticos han aterrizado en la sociedad, el individuo ha reconocido el avance que supondrían y ha adecuado la tecnología a sus necesidades. Hoy en día es habitual que en el seno de cada familia encontremos un ordenador y varios teléfonos móviles y eso, no nos olvidemos, es tecnología. La red de redes altera los conceptos de espacio y tiempo pero también el de objeto. El espacio desaparece para abstraerse y globalizarse y el tiempo se detiene hasta que el usuario quiera. El objeto o el mensaje, no obstante, permanecen en la mente digital de la red en lo que es la mayor biblioteca interactiva, virtual y multimediática jamás conocida.

No obstante es normal que una preocupación nos invada cuando hablamos de Internet. ¿Para que utilizamos la red? Estudiosos del tema y del análisis de la sociedad red como Castells apuntan que de no producirse un giro en el uso de las nuevas tecnologías, estas, pueden verse infravaloradas por la sociedad: “ A pesar de toda la ideología sobre el potencial de las nuevas tecnologías para mejorar la educación, la salud y la cultura, la estrategia prevaleciente apunta hacia un desarrollo de un gigantesco sistema de entretenimiento electrónico, considerado la inversión más segura desde una perspectiva empresarial. Sólo indico que el uso real en los primeros estadios del nuevo sistema determinará considerablemente los usos, las percepciones y, en última instancia, las consecuencias sociales de los multimedia”. (Castells, 1997)

Es por este motivo que la educación o multialfabetización es todavía una asignatura pendiente que tiene la tecnología sobre el individuo. Richard W. Budd (1997) se basa en esta necesidad para diferenciar las necesidades del sujeto ante la tecnologización de las sociedades e indica que el aprendizaje se debe realizar. De sus diferentes tipos de alfabetización destacamos los siguientes:

- “Alfabetización tecnológica. La habilidad para buscar, encontrar, ordenar, categorizar y organizar información para el uso personal y profesional. Cómo conseguir el acceso y el uso de Internet y otros bancos de datos en línea relevantes”.

Dentro de esta alfabetización podríamos englobar la pregunta de para qué queremos la tecnología. Es evidente que es el primer punto de partida para la adecuada utilización de los soportes digitales. Una vez delimitado el campo (personal o profesional) para el que usamos las fuentes digitales debemos manipular los mensajes de acuerdo a valores éticos y personales que marquen nuestra persona. Es decir, si en la vida cotidiana somos unos depravados seguramente seguiremos siéndolo en la red y viceversa. Aún así, debemos tener en cuenta que la conducta del individuo puede verse alterada por la pasividad del medio y del control que se desarrolle sobre este.

La diferenciación en el carácter del mensaje es fundamental para delimitar el campo para el que utilizamos los nuevos soportes. Esto es: el uso personal se entendería por ocio y el profesional como trabajo. La interferencia entre los dos extremos sería perjudicial para el individuo ya que el objeto de búsqueda sería afectar el sentido de la misma utilización. Es recomendable actuar en función de las necesidades del momento y aplicar cierto grado de raciocinio para que los campos personal y profesional no se enfrenten. Internet y las nuevas tecnologías pueden ser las mejores aliadas jamás conocidas para desarrollar nuestro trabajo pero también pueden ser el mayor entretenimiento jamás conocido. Un periódico también puede ser el mejor medio para informarse pero también para entretenerse si somos asiduos de horóscopos, crucigramas, sopas de letras...

La tecnología nos ofrece sobre todo (parafraseando a Mauro Wolf), y esta es tal vez la parte la importante de la alfabetización tecnológica, libertad de elección respecto a los contenidos, posibilidad de interactuar entre diferentes puntos con diversos mensajes, una mayor especialización de las propuestas y una descentralización de los emisores. Somos libres para decidir cuánto y qué queremos saber. Tenemos la posibilidad de interactuar, de ser protagonistas directos sin intermediarios, para elaborar y desarrollar un conocimiento. Tenemos la posibilidad de ajustar nuestros gustos y diseñar los mecanismos necesarios para saciar nuestras necesidades con los instrumentos y propuestas que nos propongan las nuevas tecnologías. Y, por último, podemos

crear centros de emisión de mensajes desde cualquier punto del planeta inutilizando el factor espacio.

- “Alfabetización "mediática". La habilidad para comprender cómo la presentación de las ideas e informaciones por los "medios" forma nuestra comprensión del mundo en el cual vivimos; cómo ellos reúnen, editan y empaquetan mensajes y cómo estas elecciones forman la agenda de nuestras interacciones personales, crean nuestros intereses sociales y llenan los vacíos analfabetos en nuestro conocimiento”.

Sin duda los medios de comunicación de masas han realizado una brillante labor de entretenimiento, información y educación mediática. Si esta lógica la aplicamos a los nuevos contenidos digitales nos encontramos dentro de un contenedor de mensajes tan amplio que es difícil valorar el resultado que de estos mensajes hagamos. El individuo no solo cuenta con los medios que más o menos podía tener localizados y clasificados hasta el momento sino que multiplica los mensajes y se hace creador de los mismos.

El individuo debe ser consciente que la era digital arrancó hace años y que la idiosincrasia digital es un hecho que nos cubre. La digitalización de los mensajes lleva implícita la digitalización de receptores y la diferencia entre emisor y receptor de antaño se rompe con las nuevas tecnologías ya que el individuo (aunque sea a título personal) puede formar parte de la elaboración y emisión del mensaje. Todos somos lectores pero también escritores. Todos somos compradores pero también vendedores. La organización de la estructura tradicional de la elaboración y distribución de la información desaparece con las nuevas tecnologías democratizando la emisión de mensajes y el nacimiento de nuevos mensajeros digitales. De esta manera los contenidos se multiplican por infinito y el volumen de información se convierte en descomunal. Decía Mauro Wolf que “Un aspecto que matiza la diferencia entre los nuevos media y los medios de comunicación de masas es el de que las nuevas tecnologías facilitan la adquisición de una variedad más amplia de contenidos de manera menos vinculada a la lógica de los aparatos de distribución y más orientada a la subjetividad del consumidor”. Nunca antes el individuo había gozado de tantas facilidades y tan a mano como en la actualidad. Nunca antes la subjetividad del individuo había tenido tanta repercusión de ser mostrada como con las tecnologías digitales existentes. (Wolf, 1992)

- “Alfabetización cultural. Nuestra comprensión de los símbolos compartidos que nos dan una identidad individual y colectiva. E, igualmente importante, nuestra apreciación de la diversidad -los símbolos e identidades que no compartimos”.

Con las nuevas tecnologías el individuo y el colectivo toman un nuevo giro en sus formas y sentidos. Estamos asistiendo a una individualización de la

sociedad. Los nuevos recursos digitales favorecen este hecho ya que su utilización es principalmente individual. Así, los grupos de trabajo se pueden ver reducidos por la automatización de los procesos y el conocimiento del otro se convierte en una mera anécdota virtual.

Por otra parte, el individuo ha encontrado una salida de la pequeña urna de cristal en la que vivía y tras examinar el terreno ha constatado que ahí fuera vive gente y que puede comunicarse con ellos. Las nuevas tecnologías no entienden ni de culturas ni de colectivos, sino de individuos. No es de extrañar, por tanto, que la red sea el máximo exponente de la globalización y miscelánea de culturas y modos de pensar diferentes que encierra este mundo.

### 3. Globalización e Internet. El matrimonio perfecto.

Podemos decir que con Internet llegó uno de los mayores cambios en todos los frentes que ha conocido cualquier sociedad en los últimos decenios. Así, su importancia es comparable con el desarrollo de la máquina a vapor o la creación de la imprenta. Se puede decir sin ningún empacho que nunca antes el ser humano ha tenido más instrumentos para democratizar (compartir) sus ideas y proyectos. Según Mariano Cebrián, “Internet revoluciona lo grande y lo pequeño. El tamaño no está en el número de metros cuadrados ocupados por una empresa, ni en el número de oficinas que posea en un país o en el mundo. El tamaño está determinado por las redes. Internet conecta todo y en todas las direcciones. La empresa de una persona particular adquiere el don de ubicuidad, está en todos los puntos donde haya alguien que quiera conectarse a la misma. Una persona, una empresa, un país pobre o rico, pueden competir en todo el mundo con otras personas, empresas o países, asimismo pobres o ricos. Nunca, como con Internet, había sido posible que alguien desde un lugar reducido de Chiapas (México) pudiera dar tanta información, desde el interior, de sus problemas y que reclamará la atención mundial, o que una pequeña empresa comparta con las grandes toda la información existente en la red. Internet rompe fronteras, modifica los esquemas de análisis anteriores y trae un nuevo mundo con sus espacios sin fronteras y sus tiempos modificados”. (Cebrián, 2001)

Lo que se denomina la brecha digital es decir el punto de inflexión entre el pasado y el futuro más cercano comenzó a gestarse con la entrada en el vocabulario cotidiano del concepto “autopistas de la información”. La brecha digital y la tecnologización de las sociedades modernas e industrializadas no obstante puede tener su punto criticable ya que el tener más instrumentos al alcance de nuestras manos no nos asegura ni más conocimientos ni más fuerza real para ejecutar proyectos sino una potencialidad que debemos gestionar y manipular de acuerdo a nuestras necesidades y conocimientos. No se trata de negar la evidencia tecnológica ni de desarrollar propuestas inquisitivas de las potencialidades tecnológicas sino de gestionar el conocimiento y los instrumentos en pro de los infinitos provechos que de la



tecnología pueda beneficiarse el usuario como dice Joaquín Estefanía: "... en si mismo, la brecha digital: el uso de ordenadores avanza de manera imparable por casi todo el mundo. El problema es de qué sirve un ordenador con Internet a una persona, si ésta es analfabeta; o si no tiene una línea de teléfono a la que engancharse. ¿De qué sirve Internet a una persona que no tiene agua corriente?". (Estefanía, 2003)

La globalización, por otra parte, también ha influido en el mundo de las telecomunicaciones, así, la comunicación y emisión de mensajes es más rápida, democrática y relevante con Internet ya que los límites de espacio, tiempo y emisor desaparecen. Internet no solo ha globalizado el mensaje sino que lo ha transformado y ha transformado también al receptor. El mensaje no lo encorseta el emisor en función de las posibilidades espaciales o temporales sino que vuela de punto a punto del planeta disfrazado por un código binario.

#### 4. Conclusiones.

Internet se ha convertido en el aliado perfecto para globalizar la sociedad mundial, para desarrollar mensajes pro-integradores de sentimientos pan-mundiales e integradores de sentimientos colectivos de pertenencia a un todo espacial. El individuo, sin tener en cuenta ni su raza, ni su identidad de pertenencia a un colectivo (llamémosle nacional) comienza a descubrir por si mismo que es posible comunicarse con sus iguales de manera personal. No tiene porque haber intermediarios entre individuos. Las relaciones, la comunicación es entre sujetos que intentan buscar afinidades e intereses comunes estén donde estén.

La sociedad se encuentra en un proceso de homogeneización identitaria. Las viejas fronteras físicas, políticas y económicas están desapareciendo y la tecnología es, no solo, el paso más novedoso sino el más eficaz para conseguir esa creación de identidad mundial y colectiva propia.

#### 5. Referencias bibliográficas

1. Budd, R. W., Información, interacción, intercomunicación: Tejiendo la red global. El impacto de Internet en el futuro de la educación (traducido del inglés por el profesor José María Legarda) publicado por la Revista de Estudios de Comunicación ZER de la Universidad del País Vasco (UPV-EHU). Disponible en: <http://www.ehu.es/zer/zer2/2artbudd.html>
2. Castells, M., La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Vol. 1. La sociedad red. Alianza editorial, Madrid, 1997. Págs. 402; 401; 399;
3. Cebrián, M., La radio en la convergencia multimedia, Gedisa Editorial, Barcelona, 2001. Pág. 138

4. Estefanía, J., CampusRed. Jueves 23 de octubre de 2.003. Nº 886. Accesible en: <http://www.campusred.net/campusdiario/20031023/entrev.htm>
5. Touraine, A. Diario El País. Entrevista del 13-07-2.001. Accesible en: [http://www.elpais.es/edigitales/todas\\_pasadas.html?i\\_encuentro=162&i\\_grupo=par](http://www.elpais.es/edigitales/todas_pasadas.html?i_encuentro=162&i_grupo=par).
6. Ramonet, I. Revista CONSUMER, Nº 46 julio-agosto. Disponible en: <http://www.revista.consumer.com/web/es20010701/entrevista/>
7. Wolf, M., Los efectos sociales de los media, Ediciones Paidós, Barcelona, 1992. Pág., 182.

#### **Consultas Internet**

1. <http://www.elpais.es/especiales/2001/antiglobalizacion/preensiones.html>
2. <http://www.bolsaone.com/www/analysis/analysis.asp?doc=26>

#### **FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO DE LATINA EN BIBLIOGRAFÍAS:**

**Nombre del autor, 2005; título del texto, en Revista Latina de Comunicación Social, número 59, de enero-junio de 2005, La Laguna (Tenerife), en la siguiente dirección telemática (URL):**

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/200502murelaga.pdf>

---

Copyright of Revista Latina de Comunicación Social is the property of Universidad de La Laguna and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.