

PERCEPCIÓN Y ACCIÓN EN LA ERA DIGITAL

*Tatiana Millán Paredes**

RESUMEN

Da sociedad del siglo XXI se distingue por el paso de la era analógica a la digital. Este proceso implica nuevas formas de comunicación y de relación.

Miramos el mundo exterior condicionados por una tecnología que modifica nuestras formas de percepción y de acción, en un mundo donde lo real y lo virtual se mezclan. Territorios donde el hombre se construye con una nueva idiosincrasia.

PARADIGMAS DIGITALES

El paso de las tecnologías analógicas a digitales está modificando nuestra forma de afrontar la realidad, nuestra vinculación con el exterior, nuestros modos de percepción y de relación con los demás. La “tecnología remite hoy no a unos aparatos sino a nuevos modos de percepción” (Barbero, 2000:1). La gran novedad cultural de la imagen digital radica en que no es una tecnología de la reproducción sino de la producción (Gubern, 1996). Hemos pasado con los nuevos medios de comunicación de realizar una copia de la realidad a traducirla a códigos desvirtuándola de sus características básicas. La imagen digital se torna un simulacro de lo real pero que llega a una perfección más alta que la propia realidad. No se trata “ya de imitación ni de reiteración, incluso ni de parodia, sino de una suplantación de lo real por los signos de lo real” (Baudrillard, 1984: 9-10). Si el postmodernismo se distingue por un incesante afán por inventar nuevas dimensiones de percepción y acción (Baudrillard, 1984), la red es el emblema del nuevo siglo. Se puede decir que hemos construido un nuevo entorno físico donde habitar y de características más versátiles que los propios entornos virtuales.

Algunos teóricos desmienten la objetividad de estos espacios virtuales, que no son más que “entornos sintéticos en un tiempo real y que se erigen en una realidad ilusoria (de illudere = engañar)” (Gubern, 1996:156) porque no tienen un referente material más que el propio hombre y sus espacios imaginarios. Un “paradójico lugar y un espacio sin extensión, un espacio figurativo inmaterial, un espacio mental iconizado esterescópicamente que permite el efecto de penetración ilusoria en un territorio infográfico para vivir dentro de una imagen sin tener impresión de que se está dentro de la imagen y viajar así en la inmovilidad” (Gubern, 1996:1). Se habla de la pérdida de realidad, del “empobrecimiento de la experiencia humana o de la desrealización del sujeto” (Subirats, 2001:14).

Pero no hay mayor realidad que aquella que se demuestra a través de su influencia en el propio hombre y las nuevas tecnologías de información y la comunicación están generando efectos emocionales en la población (Gubern, 2000). Las consecuencias a nivel emocional y psicológica son tan importantes que algunos teóricos desarrollan ya un nuevo término para

* Universidad de Extremadura

definir el estudio de estos procesos, la “tecnopsicología” (De Kerckhove, 1999). Por otra parte, la realidad simbólica que implican los procesos de digitalización tienen más allá de sus aspectos inmateriales un referente físico, no debemos olvidar “que estas construcciones icónicas se elaboran sobre la base de nuestra experiencia pasada y presente con este mundo y con este universo” (Maldonado, 1999:76) y por tanto el mundo virtual no está desvinculado del mundo material que es su referente inicial y del cual se alimenta para existir.

La “sensación material ha sido reemplazada por el reino de lo inmaterial, el átomo que se mide y se pesa ha sido sustituido por el bit” (Verdú, 1996:108), como consecuencia el ser humano está remodelando su propia idiosincrasia a través de las nuevas extensiones tecnológicas que plantean una nueva situación en el mundo y en relación a los otros. “El hombre comprendió muy tempranamente que su identidad era vulnerable, pues dejaba jirones de ella por donde pasaba, en forma de huellas, sombras y reflejos” (Gubern, 2001: 37), en cada nuevo desarrollo tecnológico nos dejamos parte de lo que hemos sido hasta ahora y la sociedad adquiere parámetros nuevos de desarrollo. Cambian las fórmulas básicas de posicionamiento del hombre, la red se ha convertido en “un microcosmo digital en el que no existen fronteras ni distancias” (Joyanes, 1997:16). Tiempo y espacio desaparecen en sus conceptos clásicos, todo está cercano, todo es aquí y ahora.

Las nuevas tecnologías se implantan como extensiones que amplían nuestro propio pensamiento, la capacidad de nuestra mente (De Kerckhove, 1997). Los nuevos modos de ser y hacer definen el concepto de *cibercultura* que se desarrolla definiendo “el conjunto de técnicas, de maneras de hacer, de maneras de ser, de valores, de representaciones que están relacionadas con la extensión del ciberespacio” (Lévy, 1997). Dentro de este nuevo entorno el hombre habita, crea y se recrea, alterando su hábitat natural, socializándose dentro de las pautas distintas que le influyen en su desarrollo como ser. Porque la “tecnología informática transforma no sólo nuestras vidas, sino también el imaginario en el cual vivimos” (Levis, 1997: 27) y con ello cambiamos la esencia de lo que hemos sido hasta ahora.

Nos encontramos en la etapa de mayor complejidad dentro del proceso evolutivo del hombre que tras la superación del entorno natural y posteriormente del urbano, construye el entorno virtual (Echevarría, 1999 y 2000) con el que se relaciona sin que sean necesarias bases físicas, paralelamente al desarrollo de lo que “distingue a nuestra especie como rareza biológica, su capacidad de procesar símbolos” (Castells, 1997: 52). Se impone una realidad intangible más allá del entorno físico, “de la prioridad de valores materialistas hacia los postmaterialistas” (Pérez Alonso-Cánovas, 2003:27).

FORMAS DE ACCIÓN E INTERACCIÓN

En la era digital se implanta una nueva forma de sociedad basada en las “nuevas modalidades de comunicación, nuevas formas de ser, nuevos lazos sociales, y con ellos nuevos colectivos” (Vayreda, 2004: 6). Ampliamos nuestras fórmulas de comunicación con los otros, el territorio no es el único determinante de comunidades y grupos, más allá del espacio físico se extiende el espacio generado por medios electrónicos que amplía los contextos y da prioridad a nuevos referentes. Ya no hay duda de que “estamos ante un nuevo espacio social, y no simplemente ante un medio de información y comunicación” (Echeverría, 2000:108). Un “espacio de conversación y acuerdo intersubjetivo” (Reguillo, 2000: 42) que está creando un nuevo concepto de cultura que lo envuelve todo.

Frente a las limitaciones de las comunidades tradicionales donde uno se ve incluido en un grupo por su pertenencia a un espacio geográfico, con los imperativos de adaptación a entorno poco afines, se alza el entorno virtual y “millones de personas de todos los continentes participan también en los grupos sociales formados por intermedio de los ordenadores y conocidos como comunidades virtuales, y esta población crece con rapidez”

(Rheingold, 1996:15). La mayoría de los teóricos encuentran un concepto distinto que define estos ámbitos virtuales, Castells habla de “un espacio de flujos que sustituye al espacio en lugares” (2001:452), Bonder de un “terreno intangible al que se accede por medios tangibles” (2002: 29), Yus de un entorno “que es único en su sustitución de la red social real”, (2001:56), Echevarría define del Tercer Entorno (1999), para Sánchez hemos conquistado el Sexto Continente (2001). En definitiva un espacio sin territorios definidos que ha llevado a hablar de ‘desterritorialización’ (Lévy, 1999).

REALIDAD E HIPERREALIDAD

El ordenador “ha redefinido la función y la esencia del hombre” (Yehya, 2001:11). Ha modificado nuestros referentes. Frente a la televisión que nos daba un mundo hecho, sin posibilidad de modificarlo, de entrar y participar, la Red incita a la acción. La televisión nos mostraba el mundo real pero tras pasada la pantalla del ordenador podemos preguntarnos si realmente aquello que observamos y que nos influye es real o sólo es una imagen proyectada de lo real. Para Verdú lo que “tocamos es lo real y aquello lo hiperreal” (1996:108) y la “pantalla” no es más que el límite entre la realidad real y la realidad virtual (Castells y Bofarull, 2002: 61).

La forma de ser y comunicar en la red difiere de los imperativos que se imponen en el mundo físico, “Internet se ha convertido en un significativo laboratorio social para la experimentación con las construcciones y reconstrucciones del Yo que caracterizan la vida posmoderna. En su realidad virtual nos autocreamos” (Turkle, 1997: 228-229). Si es un hecho que el hombre se ve reflejado en lo que mira y termina siendo lo que expresa, los nuevos territorios van a modificar lo que somos, sentimos y creemos. El paso a entornos virtuales como una forma cada vez mayor de vivencia está creando un hombre con necesidades diferentes.

DE LA CULTURA DE MASAS AL INDIVIDUO

La televisión analógica ha creado una cultura de masas sustentada en las influencias homogeneizadoras que tenían los contenidos audiovisuales concentrados en un número pequeño de canales y por tanto de influencias, el paso a lo digital y la expansión de la red con su multiplicación de mensajes está haciendo que volvamos al concepto de individuo como elemento social clave. El hombre continua siendo parte de una masa definida por gustos e intereses pero vuelve a recuperar su definición en ella. “En lo esencial, las masas actuales han dejado de ser masas capaces de reunirse en tumultos; han entrado en un régimen en el que su propiedad de masa ya no se expresa de manera adecuada en la asamblea física (...). En ella uno es masa en tanto individuo. Ahora se es masa sin ver a los otros” (Sloterdijk, 2002:17). Una sociedad individualista moldeada por medios de comunicación cada vez más individualistas ya que la información a veces la audiencia a veces es sólo una persona y tendencia es a la personalización de la información y su especialización.

BIBLIOGRAFÍA

- Aronowitz S., Marinsons B. Y Menser, M. (1998). *Tecnociencia y cibercultura: La interrelación entre cultura, tecnología y ciencia*. Barcelona: Paidós.
- Balaguer, R. (2002). “El hipocuerpo: una vivencia actual que la virtualidad aún no puede eludir”, en *TEXTOS de la CiberSociedad*. Disponible en <http://cibersociedad.rediris.es>.

- Barbero, J. M. (2000). "Culturas/Tecnicidades/Comunicación", en *Iberoamérica, Unidad Cultural en la Diversidad*. OEI. Disponible en <http://www.campus-oei.org/cultura/barbero.htm>
- Barman, Z. (2003). *Comunidad. En busca de seguridad en un mundo hostil*. Madrid: Siglo XXI.
- Baudrillard, J. (1984). *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.
- Beniger, J.R. (1986). *The Control Revolution: Technological and Economical Origins of the Information Society*. Cambridge: Harvard Univ. Press.
- Bonder, G. (2002). *Las nuevas tecnologías de información y las mujeres: reflexiones necesarias*. Chile: CEPAL.
- Buzai, G.D. (2001). "Paradigma Geotecnológico, Geografía Global y CiberGeografía. La gran explosión de un universo digital en expansión". *GeoFocus – Revista Internacional de Ciencia y Tecnología de la Información Geográfica*, n° 1. Disponible en www.geo-focus.org
- Casacuberta, D. (2003). *Creación colectiva. En Internet el creador es el público*. Barcelona: Gedisa.
- Casas, M. de la L. (2001). "Identidades culturales, globalidad y sociedad de la información", en Cerdán, J.L. y Aceves, F. (Eds): *Anuario de Investigación de la Comunicación VIII*. México: CONEICC.
- Castells, M. (1997). *La era de la información*. Volumen 3. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Castells, P y Bofarull, I. (2002). *Enganchados a las pantallas*. Barcelona: Planeta.
- Darley, A. (2002). *Cultura Visual Digital*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- De Certeau, M. (1988). *The Practice of Everyday life*. Berkeley: University of California Press.
- De Kerckhove, D. (1997). "Las nuevas psicotecnologías" en Crowley, D. y Heyer, P. (1997): *La comunicación en la historia*. Barcelona: Bosch.
- De Kerckhove, D. (1999). *Inteligencias en conexión. Hacia una sociedad de la Web*. Barcelona: Gedisa.
- Echevarría, J. (2000). *Un mundo virtual*. Barcelona: Plaza y Janés.
- Echevarría, J. (1999). *Los señores del aire: TecnoPolis y el Tercer Entorno*. Barcelona: Destino
- Fernández, P. (2000). *La afectividad colectiva*. México: Trillas.
- Finkelkraut, A. (1998). *La humanidad perdida*. Barcelona: Anagrama.
- Fukuyama, F. (1999). *La Gran Ruptura*. Madrid: Atlántida.
- Gibson, W. (1989). *Neuromante*. Barcelona: Minotauro.
- Giddens, A. (1996). *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Goffman, E. (1987). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Madrid: Amorrortu.
- Graham, G. (2001). *Internet*. Cátedra Universidad de Valencia: Frónesis.
- Gubern, R. (1996). *Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto*. Barcelona: Anagrama.
- Gubern, R. (2000). *El eros electrónico*. Madrid: Taurus.
- Hillar, G. (2001). *@-Sociedad: ¿Internet y la tecnología vs. la sociedad humana?*. Buenos Aires : Editorial Hispano Americana.
- Joyanes, L. (1997). *Cibersociedad. Los retos sociales ante un nuevo mundo digital*. Madrid: McGraw-Hill.
- Levis, D. (1997). *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Buenos Aires: Paidós.
- Lévy, P. (1994). *L'intelligence collective: pour une anthropologie du cyberspace*. París: Éditions la Découverte.
- Lévy, P. (1997). *Cyberculture. Rapport au Conseil de l'Europe*. París : Éditions Odile Jacob.
- Lévy, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?*. Barcelona: Paidós.

- Lewis, D. (1999). *La pantalla ubicua: comunicación en la sociedad digital*. Buenos Aires: La Crujía.
- Londero, J. (2004). “Software libre para todos” en *Cordoba.net*, mayo 2004. Disponible en <http://www.cordoba.net>
- Luhmann, N. y De Georgi, R. (1993). *Teoría de la sociedad*. México: Universidad Iberoamericana.
- Maherzi, L. (1999). *Informe mundial sobre la comunicación. Los medios frente al desafío de las nuevas tecnologías*. Madrid: UNESCO, CINDOC, Acento Editorial, Fundación Santa María.
- Maldonado, T. (1999). *Lo Real y lo Virtual*. Barcelona: Gedisa.
- Negroponte, N. (1995). *El mundo digital*. Barcelona: Ediciones B.
- Negroponte, N. (1996). *Ser digital*. México: Océano.
- Pérez Alonso-Geta, G.M. y Cánovas Leonhardt, P. (2003). *Valores y pautas de interacción familiar en la adolescencia*. Madrid: Fundación Santa María, SM.
- Perez Tapias, J. A. (2003). *Internautas y Náufragos. La búsqueda del sentido en la cultura digital*. Madrid: Editorial Trotta.
- Piscitelli, A. (1995). *Ciberculturas en la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires: Paidós Comunicación.
- Putman, R.D. (ed.) (2003). *El Declive del capital social: un estudio internacional sobre las sociedades y el sentido comunitario*. Barcelona: Fundació Ramon Trias Fargas.
- Reguillo, R. (2000). “Ciudad y Comunicación. La investigación posible”, en G. Orozco (Coord.): *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el Siglo XXI*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Revilla, J. C. (2003). “Los anclajes de la identidad personal” en *Atenea Digital*, número 4.
- Rheingold, H. (1994). *La comunidad virtual*. Barcelona: Gedisa.
- Sánchez, A. (2001). *La Era de los Afectos en Internet*. México: Océano.
- Sloterdijk, P. (2002). El desprecio de las masas. Ensayo sobre las luchas culturales de la sociedad moderna. Valencia: Pre – Textos.
- Subirats, E. (2001). *Culturas virtuales*. Madrid: Biblioteca nueva.
- Tapscott, D. (1998). *Creciendo en un entorno digital. La Generación Net*. Santa Fe de Bogotá: McGraw – Hill.
- Terceiro, J. (1996). *Sociedad digital. Del homo sapiens al homo digitales*. Madrid: Alianza.
- Turkle, S. (1997). *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona: Paidós.
- Vaireda, A. (2004). “Las promesas del imaginario de Internet: las comunidades virtuales” en *Atenea Digital*, número 5. Disponible en <http://antalaya.uab.es/athenea/num5/vayreda.pdf>
- Vattimo, G. (1996). *La sociedad transparente*. Barcelona: Paidós.
- Verdu, V. (1996). “Las autopistas de la información y sus pistas sociológicas” en Funk, H. L. y Esteban, J.A.: *Autopistas de la información. El reto del siglo XXI*. Madrid: Editorial Complutense.
- Virilio, P. (1997). *La velocidad de liberación*. Buenos Aires: Manantial.
- Weizenbaum, J. (1997). “Ordenadores, herramientas y razón humana” en Crowley, D. y Heyer, P. (1997). *La comunicación en la historia*. Barcelona: Bosch.
- Wiener, N. (1998). *Cibernética, o el control y comunicación en animales y máquinas*. Barcelona: Tusquets Editores.
- Yehya, N. (2001). *El cuerpo transformado. Cyborgs y nuestra descendencia tecnológica en la realidad y la ficción*. México: Paidós.
- Yus, F. (2001). *Ciberpragmática. El uso del lenguaje en Internet*. Barcelona: Ariel.