

De la identidad líquida a la gaseosa

La construcción del perfil y de la identidad digital se enfrenta a importantes desafíos, retos y oportunidades. El ser humano se ha convertido en un portal de comunicación, amplificando sus capacidades y, al mismo tiempo, sufriendo sus consecuencias sin percatarse de ello.

El ser humano como portal de comunicación lidia con la gestión continua del flujo de datos en un espacio que fluye (Castells, 2008: 449) y en un cambio o transposición del tiempo común (interpretación que surge desde el sentido del tiempo intemporal de Castells, Ibid). En esta se da una gestión de las tareas de acuerdo con su prioridad, teniendo en cuenta el estado de contacto permanente (Katz, Aakhaus, 2002) y la diferencia, en esta concepción, entre el ser humano como portal y el resto de los usuarios. Existimos, de este modo, configurando una espacialización virtual donde la direccionalidad y la distancia están aún confusas o todavía indefinidas (Fidalgo; Serrano Tellería; Carvalheiro, Correia, 2013).

Por tanto, el ser humano como portal de comunicación se define, a cada momento, por su actitud y su forma de relacionarse con el ambiente circundante, las esferas pública y privada, íntima y personal así como su participación en lo común (Arendt, 1997). Alteradas las coordenadas dimensionales de tiempo y espacio, el hombre se vuelve gestor de estas esferas. Una misma acción puede ser considerada pública o privada, íntima o personal en un mismo espacio físico.

Emoción e inmediatez

¿Por qué compartimos información susceptible de ser perjudicial para la salvaguarda de nuestra privacidad y la de otros cuando nos han avisado de ello reiteradamente e incluso lo hemos padecido o visto claramente en casos previos, incluso alarmantes?

**Recordando a Marcel Proust,
necesitamos el silencio, estar a solas
con nosotros mismos para explorar
nuestro yo, nuestra identidad y, de
ahí, explorar nuestra creatividad**

La emoción supera a la razón. Como seres humanos sociables, la satisfacción que nos produce compartir con nuestros pares supera a nuestra capacidad para discernir si aquello que estamos compartiendo (tanto nuestra actividad como contenido) podría ser perjudicial para la salvaguarda de nuestra privacidad. Además, el supuesto beneficio de poder hacerlo gratis contribuye a que nos lancemos a ello sin apenas reflexionar sobre el beneficio que estas aplicaciones y plataformas están consiguiendo de nosotros, de nuestra actividad en ellas y, lo más valioso, de la información que obtienen de nosotros como consumidores sin pagarnos por ello. Recordemos como antaño se nos pagaba por la información que facilitábamos a una empresa sobre nuestros

gustos, etc.

La razón estriba en que, a nivel neurológico, la emoción supera a la razón. Es decir, la alegría de compartir, por ejemplo, es mayor a nuestra capacidad de reflexionar sobre si este hecho sería perjudicial para nosotrxs.

Rememorando los trabajos de Vilèm Flusser¹ con la tecnología, el vínculo entre la cultura y las tecnologías, particularmente, las tecnologías de la comunicación, alertaba sobre cómo estas están íntimamente relacionadas con nuestro sistema nervioso y emocional; es decir, cómo dicha conexión es sumamente potente y las consecuencias que ello conlleva. En el contexto actual, podemos encontrar un claro ejemplo en el empleo masivo de los emoticonos, en nuestra “necesidad de compartir” y en lo ya alertado sobre cómo, a pesar de conocer y de ser conscientes de los riesgos que pueda acarrear difundir y compartir nuestra actividad y contenido, aun así, lo seguimos haciendo. Además, y cómo resultados más específicos de nuestras investigaciones, cómo no nos importa que las aplicaciones y plataformas recaben y se queden con nuestra información y contenido porque son gratuitas². Consentimos este comportamiento por su gratuidad (Serrano Tellería, 2019).

Audiencias invisibles

De la sociedad y ecosistema tecnológico líquidos, definidos como inmediatos y volátiles por la inestabilidad de sus estructuras y valores -por ejemplo, los constantes cambios en las políticas de privacidad, etc.-, se argumenta ahora que hemos pasado ya a los gaseosos. Es decir, aún más efímeros e inestables. En este entorno, las descritas como «audiencias invisibles» desempeñan un rol fundamental porque, si bien podemos llegar a imaginar su existencia -personas e identidades diversas a quienes puede llegar nuestro contenido sin habérselo enviado o compartido directamente-, nunca podremos llegar a alcanzar, comprender o saber de todas ellas. La misma estructura del ecosistema tecnológico lo imposibilita, su liquidez y, ahora, su efecto gaseoso. Es decir, el modo en que se articula este entorno tecnológico con sus constantes cambios y flujo líquido de información y contenido imposibilita que se pueda construir cualquier tipo de control sobre el mismo.

Creatividad y la construcción del yo: memorias mediadas y el yo automatizado

Recordando a Marcel Proust, necesitamos el silencio, estar a solas con nosotrxs mismxs para explorar nuestro yo, nuestra identidad y, de ahí, explorar nuestra creatividad. ¿Qué sucede, entonces, cuando estamos expuestos a un volumen constante e ingente de datos, información y contenido? ¿Dónde queda el espacio para la citada necesidad de soledad y reflexión personal? ¿Ese espacio y tiempo para permitirnos ese dialogo interior con unx mismx tan necesario para la construcción de nuestro yo? A esto, debemos añadir que las aplicaciones y plataformas, con su constante bombardeo de informaciones y contenido automatizados, seleccionados, por un algoritmo, nos están constantemente influyendo en lo que consumimos y cómo. Esta delimitación se denomina «memorias mediadas».

Por tanto, ¿qué sucede cuando en este proceso de dialogo interior y de reflexión con unx mismx nuestro yo está tan influenciado y delimitado por lo que un algoritmo ha decidido en lugar de por lo que nosotrxs mismxs y nuestra libre elección, albedrío ha escogido? ¿Cómo estamos construyendo nuestra memoria? ¿En base a qué? Creemos, erróneamente, cómo hemos podido comprobar en nuestras investigaciones y referenciado en otras similares, que siempre somos libres de escoger. Si bien, tras haber alertado sobre esta situación, ya hemos podido comprobar sus efectos a largo plazo: ansiedad, falta de concentración, pérdida de la capacidad de entendimiento y abstracción, etc. De ahí que ya existan terapias específicas para fomentar la desconexión, la vuelta a la lectura y escritura en papel, los juegos creativos como el lego y al aire libre, sobre todo, para lxs niñxs. Como anécdota, siempre les comento a mis alumnx que si gurús de la tecnología como Bill Gates o las investigaciones en el MIT desaconsejan el empleo de los dispositivos móviles hasta los doce años, fomentan el juego creativo (el Lego, por ejemplo) y al aire libre (parques infantiles), el deporte, etc., y emplean como metodologías para generar innovación la escritura colectiva y los mapas conceptuales, por algo será.

Aprender a controlar el fuego

A mayor cara, mayor cruz. Estas tecnologías han demostrado amplificar nuestras capacidades en diversos ámbitos, promoviendo la comunicación, la innovación, la creatividad, etc.; convirtiéndonos en un auténtico y completo portal de comunicación a todos los niveles, si bien, como suponemos que sucediera con el fuego, a veces, nos estamos quemando. Se trata, como ya describiera MacLuhan, del natural proceso de adaptación, primero creamos la tecnología y luego esta nos amolda, configura, influye e incluso delimita (*We become what we behold. First, we shape our tools and then our tools shape us*)³. Por tanto, simplemente pretendemos con nuestras investigaciones y, a título personal, con este artículo, alertar sobre los importantes cambios y consecuencias que estamos experimentando para, con un espíritu crítico, poder adaptarnos y aprovechar estas tecnologías al máximo, siendo plenamente conscientes de su estructura y configuración, de sus peligros y potencialidades.

En la sociedad actual, fuertemente influenciada por la sociedad digital, disponemos a nuestro alcance de innumerables, variados y muy enriquecedores recursos que, con gran facilidad, por su liquidez y ya estado gaseoso, pueden volverse rápidamente en nuestra contra. Un ejemplo es la banalidad, inmediatez, volatilidad, polarización y superficialidad, entre otras, que estamos experimentando.

A nivel neurológico la emoción supera a la razón

Cabe añadir como, conocedores de todas estas características y, especialmente, de nuestra debilidad neuronal al permitir que la emoción supere a la razón, los creadores y diseñadores de estas tecnologías y dispositivos, aplicaciones y plataformas, se aprovechan para generarnos adicción a las mismas. Un ejemplo claro es la necesidad de estar conectados y de responder rápidamente (Alter, 2017).

De la identidad líquida a la gaseosa

En los inicios de nuestras investigaciones analizábamos, diferenciábamos y describíamos dos ambientes: el analógico y el digital. Actualmente ya nos referimos a espacios híbridos y hemos pasado de describir el ecosistema tecnológico de líquido a gaseoso. ¿Esto qué implica? Supone que, además de que la construcción de nuestro perfil digital esté limitada por un entorno líquido y gaseoso, la construcción de nuestro yo más personal, íntimo y privado también lo esté, confundido, diluido y evaporado por un entorno donde ya se carece de una línea divisoria clara entre el mundo analógico y el digital, entre el presencial y el virtual. Esta circunstancia podría ser enriquecedora ya que amplifica las capacidades y potencialidades del ser humano como portal de comunicación si fuéramos más conscientes de cómo manejar este fuego. Es decir, si preserváramos, hasta que nuestro cerebro sea capaz de lo contrario (el natural proceso de adaptación descrito por Mac Luhan anteriormente), el silencio y el espacio necesarios para la construcción de nuestro yo, de nuestra identidad; además de fomentar nuestras capacidades y espíritu crítico.

Como apasionada de la tecnología y de los grandes avances que nos posibilita, se trata, simplemente, de conocer y reconocer su cara y su cruz para, como pudiera suceder con el fuego, hacer el mejor uso de ella conscientes de nuestra natural adaptación y evolución.

Alter, A. (2017): *Irresistible: The Rise of Addictive Technology and the Business of Keeping Us Hooked*.

Penguin books.

Arendt, H. (1997): *A Condição Humana*. Rio de Janeiro, Forense Universitária.

Castells, M. (2008): "Afterword", *Handbook of Mobile Communication Studies*. Cambridge, MIT Press.

Fidalgo, A., Serrano Tellería, A. y otros autores (2013): «El Ser Humano Como Portal De comunicación: La construcción Del Perfil En El teléfono móvil». *Revista Latina De Comunicación Social*, n.º 68 (septiembre): 545-65. Disponible en: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2013-989>.

Katz, J. y Aakhus, M. (2002): *Perpetual Contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge, Cambridge University Press.

Serrano Tellería, A. (2019): *Between the Public and Private in Mobile Communication*. Routledge.