
EL NUEVO OPIO DEL PUEBLO: APUNTES DESDE LA ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN PARA (DES)ENTENDER LA ESFERA DIGITAL

Carola García Calderón

Universidad Nacional Autónoma de México,
Ciudad de México, México
carolinacreel@hotmail.com

Recibido: 23/03/2019

Aceptado: 28/04/2019

Raul Anthony Olmedo Neri

Universidad Nacional Autónoma de México,
Ciudad de México, México
raulanthony@yahoo.com.mx

Resumen: El mundo digital se ha insertado dentro de la vida cotidiana de manera acelerada en comparación al desarrollo de los medios de comunicación, como el periódico, la radio y la televisión en los siglos diecinueve y veinte. Este mundo digital se encuentra emanado del adelanto tecnológico que cada vez es mayor en cantidad y menor en tiempo de aparición, asimilación y obsolescencia. No obstante, es su inserción totalizante lo que origina el presente estudio debido a que se ha revestido como un campo de acción, de reivindicación e incluso de libertad, dejando de lado los efectos que derivan de las interacciones que emanan de su base económica, política, comunicativa y social. De allí que el presente análisis descansa en el cuerpo teórico de la Economía Política de la Comunicación (EPC), en tanto materializa la esfera digital, la analiza en sus partes constituyentes y ejerce una crítica contra la postura progresista que se la ha asignado a este mundo digital.

Palabras clave: Economía Política de la Comunicación; vida cotidiana; comunicación emergente; esfera pública; revolución tecnológica

Abstract: The digital world has been inserted into everyday life in an accelerated way compared to the development of media, such as the newspaper, radio or television, in the nineteenth and twentieth century. This digital world is emanating from the technological advancement that is increasingly greater in quantity and less in time of appearance, assimilation and obsolescence. However, it is their totalizing insertion that originates the present study because it has been covered as a field of action, of demand and even of freedom, leaving aside the effects that derive from the interactions that emanate from its economic, political, communicative and social base. Hence, the present analysis is based on the theoretical body of the Political Economy of Communication (EPC) as it materializes the digital sphere, analyzes it in its constituent parts and exerts a criticism against the progressive position that has been assigned to this digital world.

Keywords: Political Economy of Communication; everyday life; emerging communication; public sphere; technological revolution.

García, C., Olmedo, R. (2019). El nuevo opio del pueblo: apuntes desde la economía política de la comunicación para (des)entender la esfera digital. *Iberoamérica Social: revista-red de estudios sociales XII*, pp. 84 - 96. Recuperado en <https://iberoamericasocial.com/el-nuevo-opio-del-pueblo-apuntes-desde-la-economia-politica-de-la-comunicacion-para-desentender-la-esfera-digital/>

La esfera digital en cuestión: qué, cómo y para qué

La esfera digital se crea a partir de las revoluciones tecnológicas, la apropiación social y los cambios políticos derivados de la apertura a la inclusión y la pluralidad en la sociedad actual. Sin embargo, su abordaje teórico desde las ciencias sociales ha quedado reducido a una dicotomía de pensamiento entre los que Umberto Eco (1984) llamó los *apocalípticos* y los *integrados* y que Robert McChesney (2015) redefinirá como *escépticos* y *optimistas*. En ambos casos, se analiza de forma parcial el desarrollo de un cambio tecnológico tan radical como son los *blogs*, las páginas web, los buscadores, la internet y las redes sociodigitales, por mencionar algunos, que en su conjunto conforman ese mundo digital que está revestido por un cierto determinismo tecnológico proveniente de sus difusores, tal y como sucedió con los otros medios de comunicación (prensa, radio y televisión) en sus respectivas apariciones históricas.

Es por ello, que se requiere observar integralmente esa realidad fragmentada y dar atención a las interacciones que se desarrollan de manera interna y externa en dicha esfera, para repensar “la sociedad emergente que se vislumbra con la cibercultura de los nativos digitales aplicando nuevas herramientas y conceptos adecuados a las condiciones materiales objetivas” (Sierra, 2013, p. 10), y con ello establecer un diagnóstico más cercano a la realidad concreta.

La llamada esfera digital “reúne a los individuos en un contexto mediático abierto, lo que dibuja un modo distinto de colaboración en el espacio público creado por las redes de comunicación” (Contreras, 2013, p. 119-120), por lo que dicha esfera no sólo crea nuevos lugares no-físicos para el debate, sino que transforma las formas de interacción. En este sentido, la relevancia de este no-espacio-físico requiere un análisis de acuerdo con los efectos que se desarrollan allí y en la vida cotidiana de la sociedad.

Es por esto, que la finalidad del presente trabajo descansa en un cuerpo teórico con tendencia marxista; la Economía Política de la Comunicación (EPC) se convierte en la detonadora de la tercera pregunta que conforma el encabezado de esta sección: *para qué*. Es su función crítica la que permite deshebrar el discurso sobre este medio (no en su acepción de vehículo, sino de contexto) de comunicación e identificar las causas adyacentes que la originan en este sistema.

La Economía Política de la Comunicación

Las revoluciones tecnológicas que emanan de la sociedad se desarrollan a mayor velocidad y con mayor profundidad, en tanto el tiempo entre una y otra se hace cada vez más breve; sin embargo, los impactos que generan en la construcción del mundo de la vida se enraízan sobre prácticas, valores y hasta el sentido del mundo social.

Estos cambios, sin embargo, no responden sólo a un proceso de avance tecnológico derivado

de la búsqueda de mejoras en la humanidad, sino que responden a un proceso más profundo al de la especie, de hecho, es sistémico: el capitalismo. Esta primera base permite identificar que las revoluciones tecnológicas no sólo se dan en un tiempo y lugar determinados, sino en un contexto que condiciona, como se verá a lo largo de este trabajo, y se impone ante la sociedad (pos)moderna.

La Economía Política de la Comunicación (EPC) tiene orígenes interdisciplinarios entre la Sociología, la Comunicación y la Economía; de la primera se retoma la base teórica de la Escuela de Frankfurt; pensadores como Adorno y Horkheimer elaboran el concepto de industrial cultural para sustentar todo un proceso de análisis sobre la mercantilización de la cultura en el seno del capitalismo pujante en Estados Unidos y el mundo (Olmedo, 2016a; 2016b). Del lado de la Comunicación, este cuerpo teórico no sólo retoma los medios de comunicación, sino los efectos de las revoluciones tecnológicas en el propio acto comunicativo e informativo ya que se interconectan los individuos, pero también el capital (Sierra y Maniglio, 2016). Ambos aspectos enmarcados en las condiciones económicas y las relaciones sociales que de ellas emanan y por lo mismo, en formas de organización social y política.

Finalmente, de la Economía se recupera la tradición marxista en su sentido eminentemente productivo, mercantil y del conjunto de relaciones sociales de producción (burguesía/proletariado) que se crean y modifican conforme la dinámica del sistema capitalista lo exige y demanda.

Así, de esta manera la Economía Política de la Comunicación (EPC) atiende por un lado las determinantes tecnológicas y su base material encaminada por las empresas que las desarrollan, los fines que persiguen y, por tanto, las implicaciones en la vida social dentro del sistema capitalista, entendido en su proceso de producción-distribución-comercialización-consumo. De acuerdo con Mosco (2009) la EPC "se ha distinguido por su interés en describir y encaminar el significado de sus formas estructurales responsables de la producción, distribución e intercambio de las mercancías de comunicación por la regulación de estas estructuras, principalmente por el Estado" (p. 218); así su base marxista en el seno del sistema de producción de mercancías (y tecnologías) materializa lo digital en un mundo que se desarrollan entre la lucha de clases, la desigualdad social y la acumulación capitalista.

Por lo anterior, utilizar este cuerpo teórico para analizar la esfera digital permite vislumbrar cuatro esferas de acción que se interrelacionan y permiten que se produzcan y reproduzcan las condiciones del discurso imperante sobre la esfera digital. En la siguiente figura, se pueden identificar los cuatro campos de acción en los que la EPC tiene cabida y crítica.

Figura 1. Ámbitos de acción de la EPC en la esfera digital

Así, la crítica emanada de la EPC "evalúa los sistemas mediáticos y de la comunicación analizando cómo afectan al poder político y social en la sociedad, y si son globalmente, fuerzas favorables o contrarias a la democracia y al autogobierno efectivo" (McChesney, 2015, p. 88), por lo que a este cuerpo teórico le corresponde *a priori* una crítica al discurso predominante sobre la esfera digital y sus aparentes beneficios que descansan en una relación de explotación y acumulación de nuevas riquezas (informativas).

Bajo esta primera delimitación conceptual, se puede observar que las revoluciones tecnológicas responden a un proceso histórico y sistémico con objetivos tangibles que permiten establecer los criterios estructurales y operativos de la esfera digital. Por lo que en los siguientes apartados se analizan cada una de las bases inherentes a dicho espacio no-físico.

La base económica: el capitalismo cognitivo

A lo largo de la historia reciente, las sociedades han dirigido su desarrollo a transformar su espacio natural y social. Con el capitalismo, esta dirección desplazó la idea de la transformación para la apropiación con la finalidad de dar cabida a una nueva lógica: la transformación para la acumulación; no es sorpresa que esta resignificación esté concatenada a los grandes desarrollos tecnológicos de la historia moderna de Occidente. Por ejemplo, en la Revolución Industrial del siglo dieciocho, cuando la máquina de vapor no sólo incentivó la interconexión entre las diferentes sociedades, sino que incrementó la movilidad de las mercancías reduciendo costos materiales de producción y mano de obra.

Ya desde la Segunda Guerra Mundial el propio desarrollo tecnológico tuvo como propósito incentivar

estrategias militares que dieran paso a la reproducción de la guerra como un proceso de acumulación constante que Estados Unidos no duda en aplicar para evitar las crisis cíclicas del sistema, estos avances, como la tecnología de los satélites, se derivaron después en el uso doméstico y en los medios de comunicación tuvieron un papel preponderante en tanto sirvieron para incrementar su papel en el entretenimiento a domicilio y en la esfera de la ideología y la (re)producción de significados.

Actualmente, el capitalismo ya no sólo se basa en la idea de producción como eje rector, sino que está dando paso a una nueva forma a través del consumo y los servicios; allí es donde aparece el capitalismo cognitivo, que de acuerdo con Zallo (2016) da:

[...] protagonismo al capital financiero que pivota sobre la gestión del conocimiento y la innovación, con un modo social de regulación todavía inestable que se caracteriza por la desposesión, la flexibilidad y la individualización social, una expansión global de los mercados y la emergencia de nuevos países industrializados. (p. 29-30)

Esta forma emergente de explotación y mercantilización tiene una diferencia sustancial con las revoluciones tecnológicas anteriores; mientras que en la Revolución Industrial y en las Guerras Mundiales se direccionó el desarrollo hacia la materialización de mercancías y productos de uso, en el capitalismo cognitivo la direccionalidad del desarrollo está enfocado en la propia innovación. Es decir, ya no más la producción de mercancías, sino en el constante desarrollo sobre la propia tecnología; no es un producto, es más bien un servicio, uno tal que no sólo innova el propio proceso dinámico de explotación, sino que también innova el propio sistema y con ello las categorías de análisis como trabajo, salario y capital variable.

Por eso, como menciona Vercellone (2016) el capitalismo está en una fase “dentro de la cual se encuentra el crecimiento en potencia del rol del conocimiento y de la dimensión cognitiva del trabajo” (p. 18-19); ya no más un trabajo manual, sino intelectual y por tanto creador y transformador de los productos que nunca termina de desarrollar.

En esta fase, aunque nueva, sigue teniendo la esencia del desarrollo capitalista: la lógica creación-destrucción se matiza bajo la funcionalidad-obsolescencia; esta última de acuerdo con Lefèbvre (1972) está programada para incentivar el consumo, ya que nunca debe terminar el propio ciclo de producción. Marshall Berman (2011) profundiza al respecto:

[...] todo está hecho para ser destruido mañana, aplastado, desgarrado, pulverizado o disuelto, para poder ser reciclado o reemplazado a la semana siguiente, para que todo el proceso recomience una y otra vez, es de esperar que para siempre, en formas cada vez más rentables. (p. 95)

De esa manera, con una idea de lo inmediato y lo efímero, se puede entender cómo los procesos de producción se están dirigiendo de manera acelerada al mundo digital; industrias como Netflix, Spotify, Google y Amazon, entre otros representan empresas neofordistas (Zallo, 2016) que se insertan en el

capitalismo cognitivo y cuyos productos culturales se enclavan a través del acceso que se posee de la Internet.

En realidad, este proceso no es explícitamente material, ya que en la esfera digital los productos no se consumen hasta su extinción como ocurre por ejemplo con un CD de música, un libro, una casa, un reloj, por mencionar algunos, sino que está presente el servicio constante y totalizante de ver películas, escuchar música o leer libros en el momento en que se quiera y en (casi) donde se quiera (siempre que sea atendida la condición de acceso). No obstante, esos productos no se terminan, al contrario, se resguardan en esa esfera digital hasta que otra persona quiera satisfacer su necesidad temporal. Es la lógica de la repetición, ya no producción, sino reproducción.

Así, el soporte está siendo desplazado por este gran espacio digital, en donde todo se crea, pero no se destruye, sólo se almacena; y donde se pretende insertar todo aquello que no nació allí, como la cultura, la información y los individuos. Lo anterior genera en primer orden un proceso condicionante y por tanto, discriminante, ya que se debe tener acceso a internet (que implica un gasto económico casi imperceptible, pero que parte de la condición económica de poder pagar una conexión con capacidad y velocidad suficiente) y luego pagar para el acceso al servicio que el usuario desee. Aquí la acumulación ya no es el producto que se consume una vez y se deshecha, sino que es un servicio para acceder a la mercancía, la cual se reproduce al infinito para satisfacer la necesidad eterna del consumo.

La base social: el nuevo opio del pueblo

El mundo de la vida se enmarca en las interacciones intersubjetivas de los individuos que son objetivadas entre ellos para dar paso a una construcción social de la realidad aprehendida. Ella se establece en su sentido pragmático y aparentemente repetitivo, no obstante, su constante reconstrucción “no se agota por estas presencias inmediatas, sino que abarca fenómenos que no están presentes *aquí y ahora*” (Berger y Luckmann, 2015, p. 37). Es en la vida cotidiana donde se dan los procesos de inserción, asimilación, modificación y desplazamiento de acciones, actitudes, percepciones, ritos, subjetividades y estilos de vida, así como la manera de ver, interpretar y nombrar el mundo, por parte de las revoluciones tecnológicas emanadas del sistema capitalista.

La esfera digital es quizá, la innovación que ha generado más cambios en la vida social del colectivo y en las formas de comunicar entre los individuos. En ella se configuran redes de poder económico en un mundo digital que es concatenado con el discurso de la libertad, pero que en su praxis no es más que la forma revestida y actualizada que el capitalismo utiliza para someter a la sociedad y condicionarla a defender su propio sometimiento, ya que se anuncia la desaparición de la libertad de expresión cuando el Estado intenta regular tanto la acción como las bases de esta esfera nueva y compleja. Las empresas no requieren accionar alguna estrategia; son los propios usuarios quienes defienden este nuevo proceso de socialización y explotación digital.

Lo anterior adquiere importancia ya que modifica las propias concepciones de ser/estar en sociedad; si en la sociedad concreta se establecía un contrato social que de acuerdo con Jean-Jacques Rousseau (1975) se resume a:

[...] la enajenación total de cada asociado con todos sus derechos a toda la humanidad; porque, en primer lugar, dándose cada uno por entero, la condición es la misma para todos, y siendo la condición igual para todos, nadie tiene interés en hacerla onerosa a los demás.
(p. 46)

Es decir, el individuo cede su libertad a cambio de la seguridad en su vida y bienes que el Estado le garantiza; no obstante, la esfera digital requiere de un nuevo contrato, y con ello de un intercambio diferente: se cede la esencia del individuo a cambio de su existencia en dicho mundo. Ya no es la libertad que se intercambia por seguridad, sino la información y la seguridad a cambio de la existencia, de ser/estar en el mundo virtual.

Así, las redes digitales en particular y la internet en general, se han convertido en el nuevo opio del pueblo ya que su fascinación es la fuerza que ata a los sujetos y los condiciona a ingresar en ese nuevo mundo. Esta es la otra cara de la libertad digital: *la acumulación de información del individuo para fines comerciales y políticos*. Es decir, un individuo cede su propia condición (la libertad en este caso del anonimato analógico) para ser insertado en el nuevo espacio público, donde la única libertad que posee es ser parte del conjunto de individuos que sólo están allí, existiendo en la esfera digital. Es por ello que como afirma Han (2014) "somos programados de nuevo a través de este medio reciente, sin que captemos por entero el cambio radical de paradigma" (p. 11) y en consecuencia, no se vislumbran los efectos potenciales y ni los orígenes subyacentes.

El proceso de fascinación que acompaña a las industrias culturales, en esta etapa digital, se magnifica y se refleja en procesos existenciales donde, a pesar de las posibilidades de doble vía para producir contenidos y recibirlos, el sujeto adquiere rasgos contemplativos ante la magnitud y la imposibilidad de acceder a la infinitud de la red.

Al volverse digital, el individuo identificado en sus rasgos más básicos (nombre, edad, fecha de nacimiento, entre otros) comienza a ser analizado y después de ser segmentado a través de su interacción digital pasa a formar parte de los bancos de datos que son vendidos al mejor postor. Se ha pasado del *Big Brother* al *Big Data* en el que "la entrega de datos no sucede por coacción, sino por una necesidad interna" (Han, 2018, p. 21), la cual es interna tanto para el individuo en su intento por adaptarse al nuevo mundo virtual, como para el sistema capitalista en su proceso de transición al capitalismo cognitivo.

Esa es la primera falacia digital; no sólo es la conformación de un nuevo espacio, sino la contribución a la hipersegmentación del mercado para las empresas que intentan incrementar sus ventas ante consumidores que son cada vez más intolerantes a la publicidad, que de acuerdo con García (2014) "es un asunto que rebasa la esfera económica y que patrocina el entretenimiento en nuestras sociedad

(...), a esto se agrega en los últimos años, la incursión en internet y en las redes sociales” (p. 11)

Así, la esfera digital se vuelve un mundo donde la información se vuelve mercancía y donde la identidad se asume como un conjunto de variables que al conocerlas en su interacción podrán dinamizar el capitalismo en su proceso de producción/consumo.

La base política: entre la no regulación, la regulación y la desregulación

El devenir histórico de los medios de comunicación ha oscilado en un vaivén entre la estatalización y la privatización. Dicho movimiento responde en cada Nación a su propio proceso de interacción con otras naciones a través de la globalización, por un lado, y al propio desarrollo del capitalismo en su territorio, población y legislación, por otro.

Tanto la prensa, la radio y la televisión han pasado, al menos en el caso mexicano, de la no regulación, a la regulación y posteriormente la desregulación. El primero responde a la falta de un cuerpo normativo que establezca medidas de acción, reacción y sanción por parte del gobierno en un campo donde influye el interés comercial, la vida social y los fines del Estado. El sistema normativo siempre estará en rezago ante los cambios sociales y las innovaciones tecnológicas debido a que actúa sobre la marcha, es pragmático.

Se habla de regulación, cuando se crea un cuerpo normativo que regula la actividad en dicho campo tanto en su estructura como en su operación. En este proceso puede que haya intervención de la industria privada a través de procesos de coacción como el cabildeo, *looby*, o de presión a través de las asociaciones que representan los intereses del sector privado. En cualquiera de los casos, hay una clara intervención del Estado ante la libertad total del capital en un sector.

Con el dinamismo del mercado y bajo las condiciones de la globalización, el propio sistema capitalista incentiva tarde o temprano la desregulación, es decir, un proceso de modificación del cuerpo jurídico que permita que el capital se dinamice, lo cual se puede presentar mediante la no intervención del Estado, la privatización del sector, la disminución de aranceles o sanciones, por mencionar algunos. En suma, pugna por abreviar restricciones y tiende a un proceso pretendido en la era global de la autorregulación por los propios empresarios y capitales.

Este proceso de desregulación se presenta entonces como parte de la dinámica de expansión, contracción y crisis del sistema. Aquí la presión se da por parte de la industria privada que ve mermada su tasa de ganancia; en este proceso es donde la intervención de la sociedad organizada resulta crucial no sólo para minimizar el impacto de dichas modificaciones, sino incluso para evitarlas completamente.

Mientras que la regulación se realiza con un Estado fuerte, la desregulación se hace presente con la

asimilación del neoliberalismo en el plano social, económico y político. No obstante, resulta necesario indicar que el caso de la esfera digital, dicho proceso no se ha dado de manera uniforme, más bien ha sido irregular en tanto existe un Estado fuerte y una sociedad organizada.

En algunos países existe una regulación fuerte (Unión Europea), en otros se está llevando a cabo un proceso de desregulación (América Latina), y en otros más, existe una no regulación de este nuevo espacio (Corea del Norte), lo cual genera cuestionamientos sobre lo que se debe regular en internet: por un lado, la base económica que subyace en los *señores de la red* que define Zallo (2016) ya que ellos ven internet como “un gigantesco negocio para operadores, buscadores, informática, suministradores, aplicaciones, etcétera” (p. 55), o por otro lado, el uso que le dan los usuarios, es decir, la apropiación y potencialidad en el mundo de la vida.

La base comunicativa: un mundo caótico e hipercomunicado

Los medios de comunicación se han entramado no sólo como vehículos en donde fluye la información del espacio público, sino en parte de dicho espacio. La esfera pública es entendida por Mosco (2009):

[...] como un conjunto de procesos sociales que desarrollan la democracia, es decir, que promueven la igualdad y la participación más completa posible en la variedad completa de la toma de decisiones económicas, políticas, sociales, culturales. (p. 249)

De hecho, esta esfera más que reducirse por los medios se amplió y con la llegada del mundo digital se extrapoló a un grado tal que absorbió la esfera privada y del tiempo libre de los individuos en tanto el medio digital “*privatiza* la comunicación, por cuanto desplaza de lo público a lo privado la producción de información” (Han, 2016, p. 14). En dicha esfera pública, se ha prescindido del lugar geográfico para dar paso al lugar comunicativo; aunque, en la esfera digital sucede un cambio más profundo. Ella misma deja de ser espacio comunicativo y vehículo para dar lugar a un espacio/contexto donde emana la sociedad virtual y la hipercomunicación.

Este nuevo espacio se caracteriza por una sobrecarga de información de diversas (y a veces dudosas) fuentes en las que fluye un nivel tan amplio de datos, fechas, hechos y acontecimientos que dejan de ser información y se vuelven ruido (Han, 2016), lo que evita escuchar la otredad ya que “*la tormenta digital* de datos e informaciones, nos hace sordos para el callado retumbar de la verdad y para su *silente poder violento*” (Han, 2017, p. 15). La apertura de la esfera digital como un conjunto de medios que permiten el flujo de comunicaciones dan como resultado la proliferación al infinito de información y la acumulación de la misma comunicación. Ese ruido deriva de la pluralidad; todos los individuos quieren ser parte de la esfera pública, aunque no posean un tema a tratar en dicho lugar, por lo que ellos mismos se vuelven el tema, es decir, se desdibuja la división entre el espacio público y privado para dar cabida al espacio digital.

El ejemplo de esta situación son las redes sociodigitales, en las que existe un proceso de socialización replicado de la realidad social, en donde se expresan los procesos de la vida cotidiana, aunque en un modo narcisista en el que se busca la atención (Bauman y Leoncini, 2018) llegando a la pornografía de la comunicación y a la inanición social ya que “la interconexión digital total y la comunicación total no facilitan el encuentro con otros” (Han, 2017, p. 12).

Así, la aparente socialización que se da en la esfera digital es, de hecho, su segunda falacia toda vez que no es comunicación, sino interconexión. Es decir, no es el intercambio de mensajes o códigos lo que caracteriza la comunicación en lo digital, por el contrario, la comunicación se condiciona a una conexión, reduce la acción a una vigilancia pasiva entre los individuos y se inhibe el sentido humano por el afectivo que emana del narcisismo.

Finalmente, la tercera falacia se encuentra en las redes sociodigitales ya que la movilización social, la protesta, la ruptura, la lucha reivindicativa se inhiben ante la simulación de participación en lo virtual, porque “la indignación digital *no puede cantarse*. No es capaz de acción ni de narración. Más bien, es un *estado* afectivo que no desarrolla ninguna fuerza poderosa de acción” (Han, 2016, p. 22) en tanto dicha acción no alcanza una incidencia en el plano de la realidad social concreta. Sólo se limita a la reproducción al infinito de la simulación. Por esto las redes sociodigitales en particular y la esfera digital en general responden a la misma acción de los medios de comunicación tradicionales: la simulación de la participación y consecuente (in)acción de los individuos. Una baja participación, con una simulación a partir de asentir con un *like*, o con la brevedad de los caracteres de *twitter*, generalmente recubierto con la replicación de contenidos más que con la generación de un diálogo. Es, de acuerdo con Byung-Chul Han (2018) el espacio del *me gusta*, donde la explotación no reprime, sino que genera consenso y dependencia.

A manera de conclusión: Reconceptualizar la esfera digital

A lo largo del presente trabajo se realizó un análisis desde la Economía Política de la Comunicación sobre la esfera digital que surge de una revolución tecnológica; bajo este cuerpo teórico, se deconstruyeron argumentos dentro del discurso que promueve esta esfera con un enfoque basado en el determinismo tecnológico. Así, se materializó la esfera digital a través de las empresas neofordistas que están formando parte del capitalismo cognitivo.

Esta nueva dinámica del capitalismo es un ejercicio de acumulación que se da en el seno de la innovación tecnológica; ya no más el conocimiento y su aplicación a máquinas o mercancías, ahora es el conocimiento aplicado sobre el propio conocimiento lo que abre un nuevo campo para la (auto) explotación e incremento de la tasa de ganancia y al consumo.

Esta esfera digital, en comparación con los medios de comunicación, posee un mapa regulatorio desigual, derivado de la presencia de una sociedad organizada ante el embate comercial y lucrativo,

por un lado, y de un Estado fuerte que garantiza la protección de datos e información de sus habitantes, por otro. Por ello, a nivel mundial, puede existir no regulación, regulación o desregulación de la esfera digital, lo cual es un factor que refleja la lucha de intereses que yace en su materialización económica y política.

En este nuevo contexto, el contrato digital se enarbola bajo tres falacias revestidas de determinismo tecnológico a saber: la *falacia de la libertad* (ceder la información del individuo para generar el *big data* que se vende a empresas), la *falacia de la socialización* (que más bien es una latencia derivada de la interconexión como condición a priori para los individuos) y la *falacia de movilización* (en tanto su actividad digital es una simulación de participación en la vida real concreta, ya que no incide en la esfera política, ni en el mundo de la vida).

En estos casos, el otorgamiento de la información del individuo a cambio de la existencia en el plano digital resulta medular, ya que es ella la primera condición para la atadura y el sometimiento del individuo en el mundo digital. La aparente libertad del modo analógico se ve diezmada por la presión de ser/estar, de existir, en la nueva esfera.

Finalmente, el campo de acción donde esta revolución tecnológica provoca cambios más profundos es en la comunicación y en la vida cotidiana. En la primera toda vez que la inserta en el circuito capitalista, lo que modifica el significado y por ende, "más comunicación significa más capital. El círculo de comunicación e información conduce al círculo acelerado del capital" (Han, 2016, p. 60).

Mientras que en la vida cotidiana, la enajenación provocada por la *moda* que lo digital provoca, seduce gobiernos e individuos para insertar todo aquello que no nació en lo digital, particularmente la cultura y la identidad. Por esta razón, sus cambios no sólo se dan en lo cotidiano, sino en la forma de socialización y en la movilización ya que, como se mencionó, el sujeto se aísla en las redes y simula su acción política y social a través de la repetición de información y la acumulación de la comunicación.

Así, la Economía Política de la Comunicación se presenta como un cuerpo teórico-conceptual que da herramientas de análisis crítico para reconceptualizar la esfera digital en general y los procesos que se van generando en ese espacio, habrá que esperar en qué medida dicha evaluación puede trascender lo académico para dar paso a la reestructuración política y a la verdadera apropiación social.

Referencias

Bauman, Z., & Leoncini, T. (2018). *Generación líquida*. México: Paidós.

Berger, P. L., & Luckmann, T. (2015). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

Berman, M. (2011). *Todo lo sólido se desvanece en el aire*. México: Siglo XXI.

Contreras, F. R. (2013). La colaboración en la esfera pública digital. En F. Sierra Caballero, *Ciudadanía, Tecnología y Cultura* (págs. 119-149). Barcelona: Gedisa.

Eco, U. (1984). *Apocalípticos e integrados*. España: Lumen.

García Calderón, Carola (2014). El poder de la industria publicitaria en México. México: Comunicación y Política Editores.

Han, B. (2016). *En el enjambre*. Barcelona: Herder.

Han, B.-C. (2017). *La expulsión de lo distinto*. Barcelona: Herder.

Han, B.-C. (2018). *Psicopolítica*. Barcelona: Herder.

Lefèbvre, H. (1972). *La vida cotidiana en el mundo moderno*. Madrid: Alianza Editorial.

McChesney, R. W. (2015). *Desconexión digital. Cómo el capitalismo está poniendo a Internet en contra de la democracia*. Barcelona: El Viejo Topo.

Mosco, V. (2009). *La economía política de la Comunicación*. Barcelona: Bosch.

Olmedo Neri, R. A. (2016a). Enajenación en y liberación desde los medios de comunicación. *Razón y Palabra*, 1030-1042.

Olmedo Neri, R. A. (2016b). *La apropiación social de los mass media. Estudio de caso de la radio comunitaria Teocelo, en Veracruz*. México: UACH: Tesis de Licenciatura.

Rousseau, J.-J. (1975). *El Contrato social*. Madrid: Austral.

Sierra Caballero, F. (2013). Introducción. En F. Sierra Caballero, *Ciudadanía, tecnología y cultura* (págs. 9-16). Barcelona: Gedisa.

Sierra Caballero, F., & Maniglio, F. (2016). Introducción. En F. Sierra Caballero, & M. Francesco, *Capitalismo financiero y Comunicación* (págs. 9-13). Quito: CIESPAL.

Vercellone, C. (2016). Capitalismo cognitivo y economía del conocimiento. Una perspectiva histórica y teórica. En F. Sierra Caballero, & F. Maniglio, *Capitalismo financiero y Comunicación* (págs. 17-50). Quito: CIESPAL.

Zallo Elgezabal, R. (2016). *Tendencias en comunicación*. Barcelona: Gedisa.