



La Trama de la Comunicación

ISSN: 1668-5628

latramaunr@gmail.com

Universidad Nacional de Rosario
Argentina

Gamen, Alejandro

La Red: dispositivo de control. Administración de subjetividades en la era del ciberespacio

La Trama de la Comunicación, vol. 10, 2005, pp. 1-8

Universidad Nacional de Rosario

Rosario, Argentina

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323927060012>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

La Red: dispositivo de control

Administración de subjetividades en la era del ciberespacio*

Por: Alejandro Gamen

Alumno del ciclo superior. Carrera de Comunicación Social, Facultad de Ciencia Política y RR.II. UNR.

Sumario

El objetivo de este trabajo es el planteo de ciertas cuestiones que son en general pasadas por alto en los estudios sobre los usos y efectos de la *Red* (Internet) en los sujetos:

- La falta de cuestionamiento de los modos sutiles de producción de subjetividad por parte de la Red y su carácter totalizante. Temas relacionados: Los efectos de luz que genera (régimen de visibilidad) y su rol como dispositivo de vigilancia/control, a través de la segmentación, la categorización y la acumulación de bases de datos. La promoción de la información al estatus de saber.
- Diferenciaciones sociales y competitivas en el acceso a la Red; la captura de expresiones culturales en el afán totalizador de la técnica.
- El entretenimiento y el consumo como objetivos. La creciente comercialización de la Red, la reducción de la interactividad en favor de la comodidad.
- Perspectivas futuras del desarrollo de la Red y de los sujetos.

Palabras claves: Internet, subjetividad, control, interactividad, cultura.

Summary

The objective of this paper is to put forward certain ideas that are generally overlooked when studying the uses and effects of the Net (Internet) on the subjects:

- The lack of critical awareness of the Net's subtle production of subjectivity and its totalizing nature. Related subjects: The light effects it produces (visibility regime) and it's role as a control/surveillance mechanism, through the segmentation, categorization and accumulation of databases.
- Social and competitive differences originated by the Internet access; the technology's totalizing nature and the capture of cultural expressions.
- Entertainment and consumption as objectives. The increasing commercialization of the Net, the decreasing interaction for the sake of comfort.
- Future outlook for the Net and the subjects.

Keywords: Internet, subjectivity, control, interactivity, culture.

* Trabajo presentado en el Seminario: "El impacto de las Tecnologías Comunicacionales en el campo de la comunicación"

1. ¿Qué es la Red?

Ante esta pregunta, la respuesta más común sería pensar en la World Wide Web, la red mundial de páginas web. Pero “la Red” (o Internet) es un término que se usa generalmente para abarcar un gran conjunto de interactividades y aplicaciones que no se reducen al formato de las páginas web. Incluye el correo electrónico, los File Transfer Protocols (FTP’s), grupos de noticias, el Internet Relay Chat (IRC), los mensajeros instantáneos (como ICQ, MSN Messenger o Yahoo Messenger), los servicios de telefonía y teleconferencia, los juegos en red y los programas para compartir archivos (filesharing). La Red es un entorno caracterizado por la descentralización multilateral, la flexibilidad, la interactividad y la interconexión. Por su misma naturaleza escapa a la lógica de los medios tradicionales, e incluso es discutible su pertenencia a la categoría de “medio de comunicación”.

Como plantea Ferrer¹, las *redes mediático-informáticas* forman una fuerza en creciente expansión, sin líderes, sin leyes trascendentes que honrar, sin fines, sin confines, sin centro, sin ejército, pero que solo quiere y puede extenderse hasta donde sus fuerzas lo permitan o hasta topar con un muro de contención. Pero esas cualidades de la misma son producto de su desarrollo, no son inmanentes.

¿No hay leyes? Muchos teóricos, políticos y empresarios han planteado ya la necesidad de establecer un orden normativo en la red, y las demandas y juicios que involucran material ilegal distribuido en la Red podrían acelerar ese proceso.

¿No hay fines? La creciente comercialización de la Red vuelve discutible esa afirmación.

¿No hay confines? La infraestructura tecnológica ciertamente presenta retos ante la expansión de la Red, especialmente en países atrasados.

¿No hay centro? No tiene por qué haberlo, si se llega al punto en que la Red sea el centro.

¿No hay ejército? Pero sí hay una proliferación de milicias y mercenarios, desde batallas campales entre empresas discográficas y usuarios de programas para compartir archivos multimedia, guerra de guerrillas entre proveedores y usuarios por los costos de servicio, escaramuzas entre distintas páginas o foros, guerra psicológica por parte de grupos terroristas... La red es un campo de batalla, cargado de viejos conflictos que se actualizan en la Red, y nuevos antagonismos que surgen de su propia estructura.

La analogía de la Red

La Red parece ser el ideograma básico del paradigma actual.

Las investigaciones en física subatómica han demostrado que una partícula es capaz de afectar a otra por una forma de interacción no física sino *virtual*. Todo estaría interrelacionado en una gran red de energía, la misma red de Indra en la mitología hindú. Desde la física cuántica y el misticismo, pareciera que esa analogía se ha extendido a otros campos, influyendo a la filosofía, la sociología, la comunicación y la informática.

Pero el hecho que nadie ha planteado sobre este concepto es tan notorio que escapa a la atención: Una red (net) al igual que una telaraña (web) tiene, más allá de la intencionalidad de un pescador o araña hipotéticos que pueden no existir, el objetivo inherente de *capturar* algo. ¿Qué es lo que captura, entonces?

Subjetividades.

Dejando un poco de lado la analogía, ésta nos sirve meramente para inducirnos a una reflexión crítica sobre los modos de relación entre el sujeto y la red, la *interfaz hombre-máquina*.

2. La cuestión de la técnica

Heidegger, al abordar el tema de la técnica, plantea que su esencia no es nada técnico, sino su *estructura de emplazamiento*, la racionalidad que precede su empleo. Asimismo, sostiene que la técnica no es neutral: “cuando del peor modo estamos abandonados a la esencia de la técnica es cuando la consideramos

como algo neutral, porque esta representación, a la que hoy se rinde pleitesía de un modo especial, nos hace completamente ciegos para la esencia de la técnica.”²

Retomando aspectos de Heidegger, Galimberti entiende por *técnica* tanto el universo de los medios (las tecnologías), que en conjunto componen el aparato técnico, como la racionalidad que precede su empleo en términos de funcionalidad y eficiencia. “Debido al hecho de que habitamos un mundo que está técnicamente organizado en cada una de sus partes, la técnica no es más un objeto de nuestra elección, sino que es nuestro ambiente, donde fines y medios, objetivos e ideas, conductas, acciones y pasiones, e incluso sueños y deseos están técnicamente articulados y tienen necesidad de la técnica para expresarse”³.

Esta concepción de los efectos de la técnica en el sujeto coincide con la de Guattari. Para él, las TIC’s (Tecnologías de Información y Comunicación) no se limitarían a la transmisión de contenidos representacionales, también contribuyen a la fabricación de nuevos dispositivos de enunciación individual y colectiva⁴. La técnica no sólo actúa sobre la memoria o la inteligencia de un sujeto, también lo hace en el nivel de los afectos y sensibilidades.

El hombre ya no se siente “alienado” por la técnica, ya que la alienación implica la existencia potencial de una alternativa que la técnica, al volverse absoluta, no concede, y por ello, el hombre traduce su alienación en identificación con la técnica. En este mundo dominado por la técnica, los sujetos producen, consumen y reciben las mismas cosas que los demás, pero en soledad. Así, la *masificación* es consignada a cada uno, pero se oculta ese hecho mediante la ilusión de la privacidad y el aparente reconocimiento de la propia individualidad. Este reconocimiento parece darse por medio de un proceso de homogeneización universalizante y reduccionista de la subjetividad, en conjunto con un reforzamiento de su heterogeneidad y de la singularización de sus componentes.

Este proceso es inseparable de la evolución actual de la técnica y las formas de organización que ésta impone, así como del paso de una lógica de consumo masivo extensivo a una de segmentación intensiva del público. La Red, más allá de los usos particulares que se le den, tiene como finalidad implícita la intensificación y extensión de la racionalidad técnica al interior del cuerpo social. Esta finalidad no es metafísica, y responde no sólo a su estructura informática, sino también a intereses monetarios, que impulsan el establecimiento de una economía-mundo. Como bien dice Ferrer, “Todo sistema técnico que se expande no lo hace a partir de una inocencia originaria —esto es bien sabido, especialmente en el caso de Internet— en ellos está incluido no sólo un programa autorreproductor sino un plan general de administración de la vida.”⁵

3. La administración de las subjetividades

Castells describe tres procesos que se llevan a cabo en el ámbito multimedia de la Red y que determinan un nuevo tipo de subjetividad:

“En primer lugar, *una extendida diferenciación social y cultural*, que lleva a la segmentación de los usuarios(...). Los mensajes no sólo están segmentados por los mercados que siguen las estrategias de los emisores, sino cada vez más diversificados por los usuarios de los medios, según sus intereses y aprovechando las capacidades interactivas de la Red”.⁶

Esta segmentación y personalización de los mensajes es por ahora imposible de implementar en los medios masivos tradicionales. El creciente uso de publicidades “pop-up” (ventanas que aparecen al navegar), el *spam* (mails en cadena con publicidades), si bien son prácticas nuevas, pueden compararse a las vallas publicitarias o las listas de correo. Por otro lado, los anuncios personalizados de acuerdo a las búsquedas del usuario en buscadores como *Google* o *Yahoo* constituyen un nuevo tipo de publicidad que no podría existir en otro ámbito que no fuera la Red.

“En segundo lugar, *una estratificación social creciente entre los usuarios*. No sólo se restringirá la elección de multimedia a aquellos con el tiempo y el dinero necesarios para el acceso, y a los países y regiones con suficiente potencial de mercado, sino que las diferencias culturales/educativas serán decisivas para utilizar la interacción en provecho de cada usuario. (...) Así pues, el mundo multimedia será habitado por

dos poblaciones muy distintas: los interactuantes y los interactuados, es decir, aquellos capaces de seleccionar sus circuitos de comunicación multidireccionales y aquellos a los que se proporciona un número limitado de opciones preempaquetadas.”⁷

[Este tipo de distinción es clara en los programas más populares de intercambio de archivos, como el *Kazaa* o *Bittorrent*. En ellos, la estratificación se da debido al conocimiento técnico y al ancho de banda de los usuarios. La gran mayoría de los usuarios de estos servicios únicamente se dedican a descargar archivos de otros usuarios y compartir los que ya tienen, pero no hay una producción de material. Los *productores* (o prosumidores según la tipología de Piscitelli⁸) son los que pertenecen a la élite electrónica, que poseen las habilidades y la capacidad técnica para generar los productos o contenidos. Es notoria esta diferencia de grado entre usuarios/receptores (interactuados) y usuarios/productores (interactuantes). De esta manera, se demuestra que la diferenciación económica, cultural y técnica determina el grado de participación e interactividad en la Red. Cada vez más, los usuarios de servicios dial-up (por módem hasta 56k y por línea telefónica) se encuentran en inferioridad de condiciones ante usuarios de banda ancha, cable módem, Internet satelital o inalámbrica. La igualdad y la libertad de los usuarios se convierte así en una formalidad ante la diferencia en la capacidad de producir y acceder a contenidos en la Red.]

“Por último, quizás *el rasgo más importante del multimedia sea que captura dentro de sus dominios la mayor parte de las expresiones culturales en toda su diversidad*.(...) Toda expresión cultural, de la peor a la mejor, de la más elitista a la más popular, se reúne en este universo digital(...) Es precisamente debido a su diversificación, multimodalidad y versatilidad por lo que el nuevo sistema de comunicación es capaz de abarcar e integrar todas las formas de expresión, así como la diversidad de intereses, valores e imaginaciones, incluida la expresión de conflictos sociales. Pero el precio que se paga por su inclusión en el sistema es adaptarse a su lógica, a su lenguaje, a sus puntos de entrada, a su codificación y decodificación.”⁹

Este proceso de captura de expresiones presenta dos caras: por un lado, la Red permite la aparición en su espacio de expresiones culturales que no encuentran alojamiento en los medios tradicionales, ya sea por su elitismo, su falta de medios de autopromoción, la discriminación mediática o la ilegalidad de sus prácticas. La Red lo abarca todo. Esa es su mayor fuerza y su punto débil. En la Red conviven páginas comerciales/publicitarias, grupos de música alternativos, minorías sexuales o étnicas, tribus urbanas, sectas, grupos de fans, pornografía de todo tipo, universidades, películas para descargar, juegos en red, grupos terroristas y el último CD de Britney Spears. Si parece una enciclopedia salida de la mente de Borges, es por su absoluta heterogeneidad. Pero estas paradojas de contenido de la Red no son cuestionadas en general. Se aceptan las reglas del juego.

El dilema no planteado es qué significa existir en la Red. Que una empresa tenga una página web no implica que vaya a vender más, lo importante es *estar*, de la misma manera que en los medios tradicionales. Establecer una presencia, ubicarse bajo el régimen de visibilidad dominante parece imprescindible. De esta forma, cualquier grupo que sostenga una causa puede mostrar su existencia más allá de sus limitaciones geográficas y sin invertir grandes sumas de dinero. Así, las expresiones culturales que se niegan a ser absorbidas por los medios tradicionales se ubican gustosamente en la Red, ya que les permite llegar a un público enorme pero segmentado por sus intereses. Pero esta traducción a la lógica de la Red, homogeneiza las expresiones heterogéneas. Todo se convierte en equivalente al nivel del significante. Como veremos más adelante, las consecuencias de este relativismo son determinantes en el desarrollo de las nuevas subjetividades.

La privacidad y las bases de datos

Pero el punto esencial respecto al carácter omnívoro de la Red es su potencialidad controladora. El idealismo tecnofílico es insostenible ante los ejemplos del mal uso de información y bases de datos por parte de empresas o Estados. El *spam* (bombardeo de mails publicitarios compulsivos) no es un fenómeno menor, revela un proceso de acumulación de información sobre los usuarios por parte de empresas e individuos que hacen negocios con datos personales. La gran mayoría de las ediciones digitales de diarios o revistas, por ejemplo, exigen registrarse en su base de datos virtual para acceder a sus contenidos. Este proceso implica

habitualmente llenar un formulario online con datos como dirección de mail, edad, ocupación, nivel de ingresos, áreas de interés, etc. Una vez registrados los datos, se puede acceder a los contenidos, pero al costo de renunciar en cierta medida a la privacidad de la cuenta de correo del usuario, que se ve invadida regularmente por mensajes publicitarios personalizados según los datos suministrados.

Si bien se puede argumentar la responsabilidad del usuario al suministrar sus datos, la tendencia creciente de muchas páginas web y programas de exigir el suministro de datos para otorgar sus servicios hace difícil no acceder a esta invasión contractual de la privacidad electrónica. Esta tendencia es un efecto de la necesidad empresarial de obtener recursos mediante el comercio electrónico, debido a la caída de ingresos por publicidad después de la crisis de la cotización en bolsa de las empresas de Internet (la crisis de las “.com”) del año 2000.

Pero éstas no son las únicas fuentes de datos personales, hay otras de menor visibilidad y generalmente ilegales. “El *Ad-ware* es un tipo de programa de comportamiento virósico, que en general ingresa a las computadoras personales mediante programas descargados o e-mails, y que permite visualizar banners publicitarios diversos. Este tipo de publicidad infecciosa es la que subvenciona económicamente a muchas aplicaciones y servicios, a pesar de ser prácticas factibles de ser sancionadas legalmente. El *Spyware*, por otra parte, se instala la mayoría de las veces sin el consentimiento del usuario, funcionando en segundo plano al conectarse a Internet, monitoreando y capturando información de las actividades de los usuarios y enviándola a servidores que la recolectan. Allí se clasifican los datos recabados y se venden a terceros con fines comerciales”¹⁰. Pero este tipo de software puede ser creado y utilizado por cualquiera, desde alguien que quiera espiar a su vecino o averiguar su número de cuenta bancaria, hasta empresas multinacionales o Estados, con objetivos menos claros.

4. El dilema de la regulación

“Todo el mundo puede proveer la red de información: nadie lo controla. Pensamos en los proveedores como virtuosos y honestos, desprovistos de toda voluntad de perjudicar, y en los usuarios, iguales que aquellos, nobles y realidades de racionales. ¡Las informaciones son verdaderas porque están en la Red!. Nunca un sistema técnico ha creado de tal forma su propia legitimidad, suprimiendo de un solo golpe el conjunto de poder, desigualdades, mentiras y relaciones de fuerza que, desde siempre, ha rodeado la información.”¹¹

Esta cita de Wolton plantea sucintamente el quid de una cuestión que es discutida desde la creación de la Red: *¿Es necesario instaurar algún medio de censura o regulación de la información disponible en la Red?*

Wolton plantea que para proteger la libertad de información la misma debe ser protegida, filtrada por intermediarios que garanticen ese ideal. No coincido porque: a) ya hay una evidente diferencia de credibilidad entre los medios tradicionales en sus versiones en Internet y otras páginas; b) la instauración de “intermediarios” crearía la posibilidad de la censura, no solo por parte de gobiernos, sino por las corporaciones, que podrían “orientar” a los usuarios en vistas al consumo. Es la responsabilidad del navegante cuestionar la credibilidad de las fuentes a las que recurre vía Internet.

Uno de los argumentos esgrimidos es la necesidad de proteger a los niños de material violento o pornográfico en la Red. Ante estos argumentos sostengo la misma posición que ante la televisión: es responsabilidad de los padres lo que sus hijos vean. Existen programas que permiten a los padres filtrar los contenidos a los que pueden acceder sus hijos según palabras claves, como sexo, drogas, etc. Pero la implementación de ese tipo de filtros en bibliotecas o lugares de acceso público a Internet generan un tipo de censura para los demás usuarios. En los Estados Unidos, la Corte Suprema estableció la libertad de expresión en Internet, al mismo nivel que libros, revistas y diarios, pero muchas bibliotecas públicas utilizan programas de filtrado¹², violando la constitucionalidad bajo el argumento de la protección de los jóvenes. Como dice Ferrer: “las técnicas de vigilancia visual ingresan en las prácticas sociales mediante coartadas “humanitarias”¹³. La censura siempre es la solución más fácil.

La solución más difícil pero más efectiva es educar a los usuarios para desarrollar su capacidad de pensamiento crítico respecto a los sitios que visitan o las fuentes a las que recurren, y el uso de la Red por parte de los niños en el colegio debería limitarse a usos escolares.

Eliminar la responsabilidad de los usuarios respecto al uso que hacen de la información en la Red por medio de la censura sería un grave error que anularía los aspectos más positivos de la Red, a la vez que subestimaría a los usuarios, eliminando la capacidad de desarrollar un pensamiento crítico hacia sus contenidos.

Un pensador acrítico de la Red, Nicholas Negroponte, plantea una Red de contenidos regulados y personalizados, favoreciendo la comodidad por sobre la interactividad. Cito textualmente:

“La respuesta está en crear computadoras que filtren, clasifiquen, prioricen y manejen los multimedios por nosotros: computadoras que lean los diarios y miren televisión por nosotros, actuando como editores cuando se lo pedimos”¹⁴.

¿Quién creará esas computadoras? ¿Según qué criterios? ¿Deberíamos convertirnos en receptores semi-pasivos, aislados del mundo y recibiendo únicamente las informaciones que se ajusten a nuestros intereses, editando contenidos para nuestra comodidad y en pos de nuestra pereza cognitiva? No creo que sea necesario ni conveniente, aunque sí posible, si los intentos de controlar el flujo de información en la Red son exitosos.

Coincido con la postura de Piscitelli¹⁵ a este respecto. A él no le preocupa la conversión de la misma en un medio netamente comercial, pero sí el hecho de ahogar la posibilidad de la multiexpresión efectiva de multitudes de personas. El sueño de un multimedia regulado de Negroponte, Gates y compañía va en contra de las potencialidades de la Red como ámbito de libertad para convertirla en un medio de recepción y no de interacción.

Dijo Foucault una vez: “sueño con una nueva era de la curiosidad... sufrimos por la estrechez de los canales, por su insuficiencia. No tiene sentido adoptar actitudes proteccionistas para prevenir la mala información y separarla de la buena. Mas bien deberíamos multiplicar los caminos y las posibilidades de las idas y venidas”¹⁶.

5. Control y exclusión

La Red se postula como una estructura total, que todo lo abarca. No existe nada por fuera de la Red. Lo que queda afuera es el mundo no integrado, las zonas atrasadas del mundo y los guetos de las urbes.

Como *mirador orientado hacia el panorama interno*¹⁷, genera efectos de luz sobre los usuarios: ilumina sus acciones e intereses, los clasifica y monitorea. Pero también crea tipologías de delitos informáticos y establece medios de control y castigo para los mismos. La persecución de *hackers* y creadores de virus pretende proteger los bienes de la sociedad informatizada, pero también codifica conductas, determina lo normal y lo patológico¹⁸ según términos biológico-organicistas (virus, contaminación, contagio, infección, etc). Así se patologizan conductas y comunidades virtuales, los *hackers*, los *geeks*, los distribuidores de material con copyright, etc. Lo que molesta es su anonimato, no ajustarse a la “normalidad informacional” que cada vez más parece reducirse al consumo y al tráfico dirigido.

La rápida penetración cultural de la Red, así como su creciente comercialización, es indudable, pero no se debe únicamente a la apropiación que ha hecho el público de las nuevas tecnologías, está asimismo vinculado a un proceso de mundialización económica y cultural que requiere de la intensificación del consumo al interior del sistema, ante la falta de horizontes de expansión territorial capitalista. Y esta expansión va estableciendo nuevas exclusiones a su paso.

La Red se diferencia de los medios masivos, que se dirigen siempre a una audiencia que se pretende universal, más allá de las diferencias en el “target” de cada medio. La información está dirigida a todos por igual, aunque cada uno la integre de acuerdo a su personalidad o situación social. Por ello, dice Wolton, “el acceso es menos discriminador que en la Red”¹⁹. Más allá de que ciertos medios apunten al “mínimo común

denominador” de la sociedad y otros a sectores más “cultos” o de mejor posición económica, la distinción se da generalmente al nivel del contenido, pero la forma, la lógica de funcionamiento del medio, es comprendida por todos. Lo que plantea Wolton es que “el acceso directo (ilimitado) a la información no sustituye la jerarquía del saber y de los conocimientos”²⁰, como parece sostener la retórica de los utopistas. Pero no es menos cierto que el desarrollo de las habilidades requeridas para desenvolverse en la Red puede ayudar a reducir esa brecha de saberes, siempre y cuando el acceso y la instrucción lleguen a un nivel “masivo”. La invención de la imprenta requirió de un fuerte proceso de alfabetización, sin el cual no habría existido un mercado para libros y diarios. De la misma manera, la Red necesita extenderse a través del acceso irrestricto y la informatización de sus futuros usuarios.

Castells critica el proceso de expansión de la Red, ya que éste se da en oleadas concéntricas, insertándose primero en las élites culturales y económicas, que determinan mediante su uso la forma que adoptará la misma²¹. No obstante, los usos que puedan darle posteriormente las clases de menores recursos pueden invertir o subvertir los usos previos, aunque siempre se encontrarán en inferioridad, en posición reactiva o pasiva ante el formato de comunicación determinado por las élites. Si no se dan rápidamente procesos de expansión de la Red en los sectores bajos, la brecha actual se acentuará aún más. Si pensamos que desde la invención de la imprenta, y a pesar de la expansión de su racionalidad técnica, el analfabetismo aún alcanza a 861 millones de adultos, el 20% de la población mundial²², especialmente en el “Tercer Mundo”, la exclusión social será aún mayor en el futuro.

6. Sujeto v2.0

En la superautopista de información de la Red navegan o naufragan agrupamientos de singularidades categorizadas y reducidas por intereses. ¿Podrá generarse una sociabilidad que escape a los controles mercantilistas y que cumpla el sueño de los pioneros de una sociedad virtual utópica, sin jerarquías ni diferenciaciones? Probablemente no. Pero en la inmensidad de la Red existen, mueren y cristalizan diariamente muchas multitudes, en las que, si bien se reproducen las malas conductas de nuestra sociedad, prevalece en general un ambiente de camaradería basado en la comunidad de intereses o experiencias. Navegantes que se encuentran y amarran lado a lado para comunicarse, para reducir en lo posible la inmensidad que los separa y los inmuniza al contacto del otro. Mientras existan los ámbitos de discusión y reunión, mientras los muelles no sean comprados o subarrendados por fuerzas económicas, el sueño de una verdadera aldea global (o mejor, muchas pequeñas aldeas globales) es posible en alguna medida.

Los efectos de la Red en la subjetividad quizás no sean fácilmente detectables debido a nuestra inmersión en ella, en este presente continuo en que parece imposible vaticinar el futuro. Pero una posibilidad, que no es producto únicamente de la Red sino también de la coyuntura histórica y de la “muerte del sujeto”, es el surgimiento de nuevas subjetividades, capaces de reconocer en el otro a un igual, más allá de las distancias, las diferencias económicas, culturales, étnicas, religiosas, coyunturales.

“En cuanto cae la idea de una racionalidad central de la historia, el mundo de la comunicación generalizada estalla en una multiplicidad de racionalidades “locales”(…) que toman la palabra, al no ser, por fin, silenciadas y reprimidas por la idea de que hay una sola forma verdadera de realizar la humanidad, en menoscabo de todas las peculiaridades, de todas las individualidades limitadas, efímeras y contingentes. (...) El sentido emancipador de la liberación de las diferencias y los dialectos está más bien en el efecto añadido de extrañamiento que acompaña al primer efecto de identificación. (...) Si profeso mi sistema de valores – religiosos, éticos, políticos, étnicos– en este mundo de culturas plurales, tendré también una aguda conciencia de la historicidad, contingencia y limitación de todos estos sistemas, empezando por el mío.” ²³

Notas bibliográficas

1. FERRER, Christian. *Mal de ojo. El drama de la mirada*, Ed Colihue, Buenos Aires. 1999. p 26-27.
2. HEIDEGGER, Martin. “La pregunta por la técnica” en HEIDEGGER, M., *Conferencias y artículos*, Ediciones del Serbal, Barcelona, 1994, pp. 9-37.
3. GALIMBERTI, Umberto. *Psiche e techne. L'uomo nell'età della tecnica*, Feltrinelli, Milán. 1999.
4. GUATTARI, Félix. “Regímenes, vías, sujetos”, en *Incorporaciones*, Ed. Cátedra, Madrid. 1996. p 16.
5. FERRER. Op Cit.. p 45.
6. CASTELLS, Manuel. Capítulo 5, en *La Era de la Información: Economía, sociedad y cultura, Volumen 1: La Sociedad Red*, Siglo Veintiuno Editores, México, 1999. p 404.
7. Idem.
8. PISCITELLI, Alejandro. Capítulo 18 “Marketing, publicidad y consumo en la web” y Capítulo 19 “Del pull al push. Marketing en Internet modelo 98”, en *Post/televisión*, Ed. Paidós, Argentina. 1999. p 252.
9. CASTELLS. Op Cit.. p 405.
10. Fuente: <http://www.perantivirus.com/sosvirus/general/spyware.htm>
11. WOLTON, Dominique. *Internet ¿y después?*, Ed. Gedisa, Barcelona. 2000. p 119.
12. Fuente: “Censorship in a Box”, en <http://archive.aclu.org/issues/cyber/box.html>
13. FERRER. Op Cit.. p 81.
14. NEGROPONTE, Nicholas. “El ADN de la información”, en *Ser Digital*, Ed. Atlántida, Buenos Aires. 1995. p 27-28.
15. PISCITELLI, Alejandro. Op. Cit..
16. ABRAHAM, Tomás. Prólogo de *Foucault y la Ética*, Ed. Letra Buena, Buenos Aires. 1992.
17. FERRER. Op. Cit.. p 41.
18. FERRER. Op Cit.. p 127.
19. WOLTON, Dominique. Op Cit.. p 106.
20. WOLTON, Dominique, Op Cit.. p 97.
21. CASTELLS, Op. Cit..
22. Fuente: UNESCO, en <http://portal.unesco.org/>
23. VATTIMO, Gianni, “Posmoderno: ¿una sociedad transparente?”, en *La sociedad transparente*, Ed. Paidós, Barcelona. 1990. p 84 -

Registro Bibliográfico:

GAMEN, Alejandro.

“La Red: dispositivo de control”, en *La Trama de la Comunicación* Vol. 10, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario. Argentina. UNR Editora, 2005.