



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD XOCHIMILCO

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

LICENCIATURA EN SOCIOLOGÍA

MODULO XII "SOCIOLOGÍA Y SOCIEDAD" TRIMESTRE

LECTIVO:

ASESOR: DR. DE LA MORA OCHOA ALEJANDRO JOSÉ

PRIVACIDAD EN LA INDUSTRIA CULTURAL

OCAMPO AGUILAR DAVID DANIEL

2173059108

12 OCTUBRE 2021

Agradezco a mi novia, quien, gracias a su ayuda, pude continuar mis estudios poder plasmar mis pensamientos en este proyecto, de igual forma, quiero agradecer a la UAM-X como institución por todo lo aprendido y por la oportunidad de estudiar mi licenciatura en esta maravillosa casa de estudios. Además, doy gracias a Dios, porque no habría sido posible estudiar sin su infinita misericordia y amor.

Dedico este escrito a Dios, a la ciencia, y a la universidad, como parte de mi aprendizaje como estudiante de las ciencias sociales.

Índice	
1. Metodología Fundamental.....	1
1.1 Objetivo general:.....	1
1.2 Objetivos específicos:.....	1
2. Introducción.....	2
2.1 Planteamiento del tema.....	2
2.2 Justificación.....	3
2.3 Metodología de la Investigación.....	4
2.4 Preguntas específicas:.....	4
3. Estado del Cuestionamiento.....	5
3.1 Cibercultura.....	5
3.2 La estrategia del internet.....	6
3.3 Problema de investigación.....	6
3.4 propósito de la investigación.....	7
4. Usos de la privacidad.....	9
4.1 La milicia: las agencias de inteligencia.....	9
4.2 Industria cultural: Entretenimiento.....	10
4.3 Mercadotecnia y el capital.....	12
4.4 Conocimiento instrumental.....	13
5. Cibercultura e internet: un intercambio de valores.....	15
5.1. Visión internacional.....	15
5.2 Sociología e internet.....	15
5.3 Una discusión sobre la privacidad.....	17
5.4 Industria cultural y privacidad.....	20
5. Conclusiones.....	21
Bibliografía.....	25

1. Metodología Fundamental

La problematización del tema

El tema que presento a continuación es la comprensión y problematización del significado de la *privacidad* en la *industria cultural*, así como los factores que interactúan con ella tal como la *cibercultura*, estos tres conceptos se explicarán para comprender este fenómeno que cada vez es más debatido. El punto central de la problemática radica en la comprensión de esa interacción y de la descripción de cómo cambia el significado de la palabra.

El problema que planteo es el siguiente, ¿cómo cambia, y de qué manera se usa el significado de la privacidad para la industria? Este cuestionamiento parte del hecho de que la gigantesca industria cultural vulnera el valor de lo privado, asimismo, los cuestionamientos que se pueden formular al respecto conducen no sólo a conocer, sino también al complejizar dichos conceptos y complementar opiniones.

1.1 Objetivo general:

Por lo que, el objetivo de esta investigación consiste en estudiar el fenómeno de la privacidad dentro de la Industria cultural, retomando el caso de la cibercultura, de manera que se pueda conceptualizar un paradigma macro y micro de la privacidad como un significado cultural cambiante ante esta nueva realidad social.

1.2 Objetivos específicos:

Parte necesaria del objetivo general, es la comprensión de lo que significa y entendemos por la cibercultura e Industria cultural, para poder ejemplificar de mejor manera esta temática. Es entonces que, los objetivos específicos son:

- Describir el fenómeno de la cibercultura y la industria cultural.
- Exponer los tipos de uso que tiene la privacidad: Milicia, mercadotecnia e industria.
- Describir y analizar la crítica de estudios sobre los conceptos anteriormente mencionados.

2. Introducción

2.1 Planteamiento del tema

Cibercultura: Privacidad en la era de la Industria Cultural.

Este trabajo está orientado hacia el análisis y comprensión de los fenómenos de la privacidad con relación con la cibercultura dentro de la llamada industria cultural, complejizando el tema de la información emitida y recibida en internet que se difunde con esta recreación cultural. Esta temática no es especialmente nueva, sino que ha sido el resultado de los estudios socioculturales en la academia sobre la llamada “sociedad de redes”, e inspirada en los debates sobre el problema de la privacidad ante la red.

Específicamente, el proyecto prioriza explicar sociológicamente la relación entre la privacidad, cibercultura, y la industria cultural con respecto a la sociedad, no entendiéndolos como términos separados, sino como conceptos coexistentes entre sí, analizando así, su relevancia sociohistórica y cultural.

Finalmente, hago la primera puntualización, y es que no intento hacer de esta investigación una opinión unidiscursiva, ya que no se trata de generar narrativas duales, más bien, este paradigma está orientado en describir cómo y de qué manera se está efectuando este fenómeno en la sociedad actual, tomando en cuenta el eje central que es la sociedad, no obstante, el objetivo es que el lector tenga su contraste al respecto con la perspectiva de los estudios que aquí se citan, y de igual forma con lo escrito en este proyecto.

Conceptos clave: Privacidad, agencias de inteligencia, algoritmos, tecnología, cibercultura, significantes, símbolos, industria cultural, privacidad.

2.2 Justificación

La importancia de la *privacidad* a modo de concepto y como característica humana, radica en vislumbrar cómo se ha concebido en los últimos años, haciendo énfasis en los últimos dos lustros con los cambios importantes de la tecnología, de manera que el significado de la palabra cambia dependiendo de la percepción. No obstante, el entendimiento de la privacidad no necesariamente cambia por la influencia de un solo factor como el tecnológico, existen diversos elementos que alteran la realidad social, más bien; lo tecnológico ha sido uno de los parteaguas en los años recientes, ya que su uso potencializa el cambio social, y, sobre todo, de la privacidad.

Esencialmente dentro de este estudio, me concentro en analizar y desglosar el discurso que pareciera ser el eslogan que se tiene respecto a la idea sobre el “progreso tecnológico, la innovación, la productividad y la creatividad”, conceptos tomados como parte de un discurso “del progreso”, inclusive por instituciones académicas tal como se verá más adelante. Por lo que, parte de este proyecto, reside en concebir cómo la política y la economía han tenido una tendencia a favor de este discurso (sobre todo en el siglo XX), tomando en cuenta la relevancia que tiene la *historia de la tecnología* para la sociedad actual.

Hablar sobre la privacidad no corresponde únicamente a la moral y a lo discursivo, sino que el debate es un parteaguas para comprender las implicaciones que repercuten en la sociedad contemporánea, sobre todo para hacer cuestionamientos pertinentes para la sociología.

Finalmente, la privacidad como un espacio íntimo se ve modificada por el avance tecnológico y cultural, convirtiendo este concepto en una amplia gama de significados, consecuencia de la evolución del término, y en este caso, es importante ver cómo se modifica esta privacidad, especialmente de la sociedad con su interacción con la cibercultura.

2.3 Metodología de la Investigación

La metodología en la presente investigación es de carácter documental, basada en desglosar el análisis de lo que los estudiosos han tratado de la temática, posicionándome en una evaluación de sus teorías para aportar una crítica complementaria del planteamiento del problema. Dicho de otro modo, la intención es construir una discusión académica con mis lectores, de manera que se puedan complementar aspectos relevantes del fenómeno aquí presente. Con respecto al primer punto, dentro de la investigación documental, retomo como base tres aspectos históricos para el contexto cultural, al igual elementos teóricos para hablar del papel que ha tomado sociedad en la era contemporánea del siglo XX y XXI.

En estos aspectos históricos se pueden encontrar casos como la milicia, la revolución cultural y la mercadotecnia, como parteaguas que orientan aún mejor la bibliografía presente.

Finalmente, dicha amplitud que busco para explicar el fenómeno de la industria cultural fue un propósito a cumplir para mis lectores, por lo que, me fue de suma importancia exponer el contexto sociocultural, brindando así, un panorama ligado al teórico conceptual.

Primeramente, las interrogantes de lo que significa cada concepto son las siguientes:

2.4 Preguntas específicas:

¿Qué se entiende por privacidad?

¿Qué es la industria cultural?

¿Qué se entiende por cibercultura?

¿Cuál es la relación entre la industria cultural, la cibercultura y la privacidad?

¿Cómo se entiende a la privacidad en la industria cultural?

3. Estado del Cuestionamiento

3.1 Cibercultura

La cibercultura tal como lo concibe Sánchez (2011), es un fenómeno procedente de la cultura y de la imagen cultural, entendida como aquella amplificación social de la personalidad y de las narrativas subjetivas a través de los mecanismos de virtualización, es decir, es aquella recreación sociocultural dentro del ciberespacio, en la que (inevitablemente) se sitúa una trascendencia en las concepciones arcaicas de la cultura.

Por consiguiente, la presencia social en el ciberespacio representa la extensión de la cultura, intensificando y reagrupando valores culturales para llevarlos a un escenario más abstracto y flexible, representando así, una transfiguración en los significados personales y colectivos, por lo que este evento, es conocido como la cibercultura.

La idea, es llevar la imagen cultural del mundo físico a un ciberespacio que permita reconfigurar un mundo para expresar, de manera que, “la riqueza de la cibercultura en su relación establecida con internet está del lado de esta resignificación de la cultura” (Sánchez 2011, p. 36).

Es preciso señalar que no se trata de concebir este fenómeno como una dicotomía sociedad-cibercultura, mucho menos una cultura-cibercultura, al igual que tampoco se trata de comprender este hecho como un elemento meramente técnico.

Finalmente, esta noción de cibercultura no necesariamente es una nueva definición por sí sola, sino que es un nuevo fenómeno y concepto al que se le atribuye el hecho de que la sociedad se vea inmersa en el internet. En definitiva, la cibercultura en sí misma no es un efecto independiente de la cultura, sino que es coexistente con la cultura del mundo físico para poder desenvolverse en lo tecnológico.

3.2 La estrategia del internet

Por otro lado, este evento sociocultural como lo señala la narrativa internacional ha sido en gran medida el resultado del desarrollo de la infraestructura en telecomunicaciones por parte de las naciones. Sin embargo, también conforme la sociedad ha ido tomando un papel importante como actor social en años recientes, el desarrollo de internet ha intensificado más el fenómeno de la cibercultura.

En este sentido, el postulado del *Informe del Grupo de Trabajo sobre el Gobierno de Internet*, llevado a cabo por la cumbre internacional (Cruz Diego 2006, pg. 77), ha sido la de un desarrollo social para la facilitación de las telecomunicaciones en las sociedades.

No obstante, tomando en consideración que cada nación tiene una administración gubernamental distinta el resultado de este plan es disímil, por consiguiente, el resultado depende de variables como las geopolíticas e inclusive históricas. Empero, concebir este disparate como una falta de desarrollo en los demás países por no considerarlos “desarrollados”, es erróneo, ya que el desarrollo en cierta forma depende de la perspectiva política o social, así como de las políticas de cada país.

Finalmente, una vez llevado a cabo el plan mundial y con los ciertos matices como resultados, surgen los primeros conceptos en la academia, como sociedad de redes o cibercultura, que directamente influyen en la sociedad actual, sobre todo si se menciona al siglo XXI, y en especial, a los últimos dos lustros, donde se agudiza más el fenómeno.

3.3 Problema de investigación

Como ya se ha señalado, este proyecto tecnológico según el discurso oficial prioriza la necesidad social de brindar conectividad a internet, sin embargo, los temas como la privacidad del cibernauta han fungido como uno de los problemas más importantes en la actualidad. Tal como lo expresa el ex diseñador de la empresa Google, Tristan Harris (2020), el problema no radica en la tecnología, sino

en lo que hacemos de ella, haciendo referencia a los debates en torno a la privacidad.

En este sentido, la privacidad a modo de valor se ha caracterizado por ser una cualidad humana históricamente hablando; en un primer entendimiento, es un distintivo íntimo de cada individuo que se identifica por la reserva de datos, que permea en lo privado y en lo confidencial. “El derecho a la privacidad, entonces, supone resguardar del conocimiento social lo relativo al hogar, el entorno laboral, expedientes médicos, documentos personales, conversaciones o reuniones privadas, correspondencia, convivencia familiar e intimidad sexual” (Martínez 2015).

Es entonces que, cuando esa privacidad coexiste con un fenómeno como la cibercultura, el tema se vuelve más difícil por concebir como un valor inalienable porque el internet funciona de manera que intercambia información constantemente, y debido a que existe mayor libertad para la transparencia, hay menor exclusividad en la información. Más allá de la moral del tema, se complejiza la problemática por esta conceptualización de la *nueva privacidad*, porque en internet, en el que todo es público, la idea tradicional de la privacidad como cualidad, queda obsoleta.

3.4 propósito de la investigación

Por su parte, *Der Institut für Sozialforschung* (IFS)¹, tenía ciertos estudios sobre la sociedad moderna, en la que se veían envueltos los temas de la industria cultural y la sociedad de masas, piénsese, por ejemplo, en *Dialéctica del iluminismo* (Horkheimer, M y Theodor, A. 1988), en la que se le dedica un estudio amplio a la industria cultural. Este instituto desarrolló una tendencia en la sociología y otras ciencias afines para estudios especializados derivados de la cultura y el capital, tales como *El interaccionismo simbólico* (Blumer, H. 1982), en el que se describe la acción social con base a principios simbólicos.

Por ende, el concepto de la industria cultural ha sido concebido como aquel sector del capital que se caracteriza por tener un significado en la cosa, con un símbolo en el producto, así como la música, los videojuegos, el deporte, la

¹ El Instituto de Investigación Social, ubicado en la ciudad de Fráncfort, Alemania.

tecnología, moda e incluso el estilo de vida del presente siglo, por lo que, el concepto que utilizaré en el presente trabajo será el de esta corriente de estudio.

Cabe resaltar que no hablaré de un capitalismo cultural en sí, sino del fenómeno dentro del fenómeno, es decir, la cibercultura con la privacidad. Dicho de otro modo, hablar de una sociedad que se encuentra dentro de un complejo de la privacidad por la llamada industria cultural. La sociedad en este sentido afronta una incertidumbre de extracción cultural en su recreación con la cibercultura, de manera que el primer cuestionamiento es: ¿qué entendemos por la privacidad de la persona?, y ¿cómo interactúa la privacidad con el fenómeno de la cibercultura?

Estas explicaciones son necesarias para poder lograr el propósito científico de la explicación de un fenómeno, además, parte de este propósito es poder llegar a crear una discusión sociológica y académica del tema, así como apoyar a investigaciones futuras, de manera que la contribución científica es el mayor propósito que tiene este escrito; otorgar más herramientas en la colaboración de una teoría general que explica los efectos de este fenómeno hacia la sociedad por las acciones de la industria.

Concluyendo con esta idea, el propósito personal es un deber social de estudiar y divulgar un tema que compete a todo estudioso de las ciencias sociales.

4. Usos de la privacidad

El uso de información depende de los intereses, ya sean por motivos políticos, militares, de entretenimiento o comerciales, lo cierto es que el uso de información se efectúa dependiendo de los motivos. En este apartado histórico se presentan ejemplos en la era actual de cómo se usa la información a beneficio de estos círculos, y en cierta medida, dar entrada al paradigma de la privacidad en el marco teórico de esta investigación.

4.1 La milicia: las agencias de inteligencia

La información como valor de intercambio político no es tema reciente, los reinos, países y sociedades en general han utilizado el método del espionaje por siglos para la obtención de información. Con el desarrollo tecnológico y militar a lo largo de los años, las estrategias han resultado ser más eficaces y sofisticadas en sus mecanismos de obtención de datos.

Ejemplo de este caso es la *guerra fría*; como un evento político, cultural, económico y meramente social, la guerra bipolar fue una evolución en la manera en la que los gobiernos espían a sus enemigos políticos, de manera que la información recabada orientaba a los gobiernos a tener ciertas acciones. Hobsbawm (2014) al hablar del evento remarca lo importante que es esta guerra para ambos bloques, liderados por la URSS y por E.E.U.U respectivamente.

El uso de datos en este caso trasciende el ámbito cultural, no obstante, quiero resaltar que la búsqueda sobre estos servicios de inteligencia (militares) en los navegadores tradicionales como Google, o en las bibliotecas de universidades, es limitada y difícil de consultar, ya que son temas estatales y con restricciones, respaldados por la protección de datos, sobre todo por tratarse de seguridad nacional. He de mencionar que aún en la academia, las universidades están en un complejo cuando se trata de búsqueda de datos sobre agencias estatales. Por lo que, no se sabe mucho sobre la historia militar, sin embargo, es un tema estudiado por política internacional, en la que hay ciertas menciones históricas como la doctrina Monroe y las intervenciones militares de la Agencia Central de Inteligencia (CIA) del gobierno estadounidense.

4.2 Industria cultural: Entretenimiento

No se puede hablar de la industria cultural sin referenciar a la revolución cultural como factor de cambio, puesto que la juventud como actor social de la era contemporánea es un parteaguas para comprender los fenómenos recientes de la industria. Eric Hobsbawm (2014), escribe un recuento del desarrollo cultural en el siglo XX, en el que menciona el auge del rock, la libertad sexual y el cambio de modas que empezaban a efectuarse como consecuencia de las modas de los 60. La ingeniería textil, por ejemplo, gozaba de un momento exitoso al considerar las vestimentas juveniles que marcaban tendencias, y que, además, fueron un símbolo para la juventud. El surgimiento de la juventud a modo de concepto y como actor social impactó en la cultura y la política, puesto que los estilos de vida se diversificaron aún más. En este sentido, la ascendencia del cine, las historietas y los otros elementos en los que los jóvenes se sentían identificados fueron un parteaguas en la revolución cultural que describe Hobsbawm.

Desde un punto de vista político, podríamos deducir que la juventud como actor social no tenía cualidad política, puesto que anterior a esta *revolución cultural* los niños salían de su niñez para convertirse en hombres, por lo que, la juventud es considerada proveniente de las luchas civiles por un espacio en la sociedad. Las luchas feministas, los movimientos estudiantiles y los grupos ecologistas fueron estandartes que remarcaban la necesidad de que el mundo entero necesitaba una visión diferente de la vida, que los jóvenes también tenían voz y podían participar en los problemas diarios de la sociedad, esta demanda tuvo sus frutos al conseguir relevancia en la toma de decisiones de una nación. Ciertamente esta parte de la historia la comenta Barry Carr (1996) en el caso específico de México, narrando como ejemplo los movimientos estudiantiles, el lombardismo y los disidentes políticos.

Con respecto a la industria cultural, el mercado juvenil tuvo su inicio gracias a este avance sociocultural (entre otras cosas). Como un emergente hacia lo público y con la tecnología en progreso, la idea de expandir el capital hacia lo cultural fue

una propuesta viable, sobre todo tratándose de mercados emergentes, como los jóvenes.

Por supuesto que esta naciente tendencia cultural no sólo implicó jóvenes, sino también a infantes y adultos, creando diferentes significantes, siempre con diferentes reacciones, empero, una mayor fuerza era la juvenil. A este movimiento cultural y capital se le conoció como la industria cultural, *como aquella industria del capitalismo que enfoca su mercado en la cultura, vendiendo símbolos y revolucionando la manera de hacer negocio*. Esta premisa la señalé anteriormente con la escuela de Fráncfort.

Actualmente, las películas generan sentimientos encontrados en sus consumidores, los videojuegos crean historias cinematográficas para hacer personajes con los que una persona se pueda identificar, las composiciones musicales son importantes para la escenificación y la teatralización. La apertura social del nuevo actor social como en el sector industrial del entretenimiento revolucionó al medio de comunicación tradicional. En este sentido, considerando al “nuevo” actor social, los trabajos fueron cada vez ejercidos por gente más joven e ideas frescas.

El objetivo de la industria cultural es la venta del símbolo como el valor agregado a la cosa (el producto), en este tipo de industria lo que se ofrece no es la cosa en sí, sino el significado que brinda el adquirir un determinado producto. Si bien no se deja de lado a la cosa, ahora se le agrega un valor simbólico.

En los videojuegos lo que se compra es el programa y lo simbólico que representa el juego. En este sentido, al comprar dicho juego, el empaque que consta de la presentación del producto es válido para el marketing, y para generar una mejor experiencia al usuario, es decir, un agregado al símbolo del producto.

En este tipo de industria se intensifica el producto cultural sobre el físico, pensemos, por ejemplo, en las plataformas digitales que ofrecen servicio de cine y series, en todos aquellos servicios de internet, televisión por cable y servicios en

general. El significado de la cosa es la que tiene relación directa con la industria, de ahí deviene el nombre de este capítulo.

Ante esto, el concepto (mas no definición) que propongo de cultura es un análisis de lo que Bolívar Echeverría (2010) y John Thompson (2002) entendían por ésta; como una red de relaciones y un orden simbólico, por lo tanto, la maleabilidad de los valores culturales permite que la cultura (como parte de las relaciones humanas) sea una variable para el mercado, precisamente por los significados constantes que genera. *La cultura se recrea, se usa y se modifica continuamente.* Dicho de otro modo, la cultura al tener contacto constante con el entorno social es evolutiva y siempre cambiante, lo cual implica ser una herramienta para cambios materiales, por lo tanto, lo que caracteriza a la cultura es justamente lo contrario a lo estático.

En este sentido, entendamos a la cultura como aquella relacionalidad simbólica de toda sociedad, comunidad y grupos específicos, en la que se recrean pensamientos, acciones, actitudes y valores humanos.

Finalmente, la relación entre industria y cultura, significados y tendencias es innegable, y por supuesto es discutible, ahora, ¿qué relación hay entonces con la privacidad?

4.3 Mercadotecnia y el capital

Al mencionar la industria cultural, lo que se debe comentar es cómo se ejecuta tal industria al mercado, sobre todo, ¿cómo es la relación entre los consumidores con tal industria? La mercadotecnia en este sentido, como segmento del capital extiende su alcance a través de estudios estadísticos que recaban información de sus usuarios en su interacción con la red, es decir, de la cibercultura, de manera que, al analizar datos el mercadólogo conoce y corre patrones viables de negocio, tal como lo expresa Hartline (2012, pg. 90)

En términos simples, los datos son una colección de números o hechos que tienen el potencial de proporcionar información. Sin embargo, no se vuelven informativos sino hasta que una persona o proceso los

transforma o los combina con otros datos en forma tal que los haga útiles para quienes toman las decisiones.

Este concepto de dato, según lo indica Rodríguez y Pierdant (2011), “es un número o una medida que ha sido recopilada como resultado de una observación. Los datos puede ser producto de un conteo, una medición o una denominación”. Por consiguiente, algunos de los elementos metodológicos de la mercadotecnia son la estadística; como herramienta es un estudio de mercados, en el que se utilizan variables y pronósticos de ventas.

Aunque la matemática no es única de las finanzas y las áreas de ingeniería, es necesario mencionarlo, ya que el uso del conocimiento para razones simples impera en la industria cultural, sobre todo considerando que Hartline (2012) habla sobre la necesidad de seguir las tendencias socioculturales y aplicar mejor la mercadotecnia con lo social. Por lo que, la idea combinada con la industria cultural es mezclar la cultura como variable en el mercado, para que la sociedad se sienta atraída a los símbolos que presenta el capital. El trabajo de mercadólogo como profesión con la apertura del pensamiento juvenil (como lo mencioné anteriormente) trajo nuevas ideas.

Por lo tanto, ¿cuál es la correlación de la privacidad con la industria? Por supuesto, la privacidad es un valor transmutable, usado y entendido de muchas formas, y considerando el hecho de que estos datos recabados son de la persona, y a su vez de la sociedad, la cibercultura (y tendencias) usa el significado de la privacidad como referencia para mejoras en sus productos.

4.4 Conocimiento instrumental

La mercadotecnia como industria, comparte una alusión de que la tecnología y la técnica revolucionan la vida social y la manera en la que vivimos, lo cual es tan cierto como debatible, en el sentido de que se omite que la tecnología aparte de ser conocimiento social es también un fin lucrativo. Es decir, la era moderna se caracteriza por tener una particular orientación del conocimiento científico hacia lo industrial, creando estilos de vida y recreando la cultura, de manera que el conocimiento en los años modernos *obedece a fines y medios*.

Horkheimer (2010) escribió una crítica al respecto, a lo que denominó como “razón instrumental”, esta concepción del razonamiento en la era moderna y ahora contemporánea es mecanicista, técnica y meramente instrumentalista. Particularmente, una de las críticas hacia la privacidad como un uso, es que el conocimiento que ha llevado a las empresas a utilizarlo es inhumano, con fines de lucro y meramente por intereses económicos.

En universidades (particularmente en institutos) estadounidenses, la educación a partir de las nuevas industrias como la computacional y el diseño fueron incentivadas en una dirección mecánica, con la intención de tratar el conocimiento en números, es decir, cuantificable. Las licenciaturas que han ido en aumento son las carreras prácticas, considerando el enfoque del mercado actual. Áreas como la computación, la mercadotecnia y las finanzas, enfocan sus esfuerzos en mejorar los procesos industriales, de manera que se toman por “productivas e innovadoras”.

Barry Carr (1996), dentro de sus descripciones, expone un contexto nacional en el que germina el ascenso industrial como parte de los proyectos económicos del siglo XX (continuando con el caso de México), y dentro de las aspiraciones, surge un cambio con la educación en México, y en específico, es curioso ver a la superior privada, ya que surge el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), así como la Universidad Panamericana (UP), entre otros. Evidentemente, estos centros educativos fueron fundados en años distintos pero continuos, compartiendo la característica empresarial de ser parte de un consejo empresario con la finalidad del desarrollo en educación para el progreso industrial de sus economías, personajes tales como Eugenio Garza Sada y Raúl Baillères fueron impulsores de este cambio en la educación.

Además, el propósito del cambio en esta forma de educación superior es también un modelo adquirido por la educación estadounidense del siglo XX, consustancial a fines económicos y políticos, por consiguiente, la teoría de la educación mecanicista y técnica ha tenido su relevancia cuando se habla de la mercadotecnia en lo cultural.

5. Cibercultura e internet: un intercambio de valores

5.1. Visión internacional

El texto que presenta Cruz Diego (2006) sobre las sociedades de la información es (particularmente) descriptivo, el autor hace una cronología con una posición ciertamente gubernamental sobre el internet con respecto al deber de la información para con la sociedad. El propósito de los proyectos que se plantean en las cumbres parecieran ser el discurso político y predecible del “progreso” que mencioné anteriormente. Este discurso sobre el progreso humano y la innovación creyera ser un pensamiento actual que marca la tendencia del *progreso tecnológico*.

Dentro de esta tendencia podemos ubicar el ejemplo de las *redes sociales*, (y en general el discurso de la tecnología como solución a los problemas de educación), respecto a que son herramientas que deben aprovecharse para divulgar el conocimiento y acercar a la gente (culturalmente hablando). Esto representa una falacia en sí, ya que es verdad que la divulgación del conocimiento por medio de herramientas tecnológicas es útil, empero, no se considera la visión social, de manera que se sustituye por un discurso únicamente político y en cierto punto, dogmático.

Es decir, no es que la información en internet no funcione como facilitadora y desarrolle telecomunicaciones, sino que dentro de esos planes que describe Cruz Diego (2006), también se diversifican las problemáticas sociales.

Por consiguiente, considero que todo indicaría una posición deslindada, en el sentido de que no se considera el factor social como problemática, de manera que esta posición legal y gubernamental se queda limitada en el análisis.

5.2 Sociología e internet

Por otro lado, Sánchez (2011) hace una puntualización respecto a los posestructuralistas (como Jacques Derrida), ya que, según el autor, “aportaron mayores senderos de complejidad” en los significados, contrario a la visión estructuralista. Lo importante es que la visión sociológica de Sánchez permite discernir un panorama amplio (con la referencia de los posestructuralistas), en el que podemos entender las medidas en las que la privacidad se vería afectada por

la interacción con internet. Además, me parece relevante más la visión ampliada que la oficial, ya que toma en cuenta muchos más significados de lo que implica internet.

Sobre este argumento, la cibercultura tiende a tener distintos significados y consecuencias (impactos) dependiendo del círculo social, los adultos en su recreación con la red tienen una ~~distinta~~ percepción distinta de la que los jóvenes tienen de internet, por lo tanto, en este caso, la privacidad es entendida distinta. Los símbolos que describe Blumer (1982) son un referente a esto, ya que, dependiendo del sector social, surgen significantes (los íconos).¹

Ahora, como bien se sabe, la cibercultura es la recreación sociocultural de internet, sin embargo, dentro de esta concepción de interacción social, y partiendo del hecho que este ciberespacio es una red fluida de convivio, debemos tomar en cuenta que esto implica un intercambio de valores e información. En este sentido, este capítulo está en torno al discernimiento de las críticas sobre lo que significa internet con relación a la información.

Primeramente, internet como red, es en donde “se trabaja y se gana dinero, se conoce gente, se compran productos, se comparte información, se cometen delitos” (Gómez, D. y Ramos, D, 2020, pg.274), por lo que, la premisa es que internet es un intercambio de valores políticos y sociales. Sobre este punto, internet es el centro por excelencia de aprendizaje del presente siglo para la sociedad de la información, en el que dicha sociedad tiene una constante interacción con las redes, las cuales resultan indispensables.

Lo interesante es la perspectiva de dichos autores nombrados, conceptualizando el internet como un territorio, argumentando la inevitable movilidad social y política, que “afecta y produce territorios efectivos y a la vez se puede considerar un ciber territorio, en la medida en que se producen relaciones humanas y se da una cultura (o muchas)” (Gómez, D. y Ramos, D, 2020, pg. 290). Asimismo, Sánchez (2015) supone una recreación sociocultural, como un entendimiento más allá del ocio, como la resignificación de la cultura. Además, en cuanto a la política, es evidente que Sánchez (2011) concibe a la imagen mediática

como parte de una narrativa unidiscursiva, aludiendo a aquella comunidad de la cibercultura que se “plantean una virtualidad construida por una esfera particular con intereses discursivos propios” (Sánchez, 2011, pg. 35). Es decir, tanto Sánchez como Gómez y Ramos, están considerando al internet como el centro no sólo de recreación cultural, sino como uno de movimiento social, por supuesto, la descripción sociológica toma en cuenta a la cibercultura, y la internacional lo define como sociedad de la información.

Ahora, es necesario concebir que Internet funciona tal como su significado lo indica (y como lo he explicado anteriormente), como una extensa red de información e interacción, de manera que es indispensable que haya conectividad; esta “conectividad denotaría la creciente proximidad espacial del mundo” (Tomlinson, J. pg.3), es entonces que, internet es la herramienta que permea en la vulnerabilidad de la información para sus usuarios, de tal modo, que se pueda brindar el servicio para la mejor cercanía entre cibernautas. Tal como lo señala Tomlinson, la proximidad tendría la cualidad de condición sociocultural.

Hasta este punto, es necesario retomar al sujeto del fenómeno, es decir, la sociedad, no el internet como tal, ya que el sujeto que está inmerso en el fenómeno del internet y la cibercultura es el ser humano como sociedad. No entendamos al internet como el ente maligno o como un ser, más bien invito al lector a que tengamos la idea de que internet es el fenómeno que está inmerso en nuestro sujeto de estudio, y que de ahí se deriva la problemática de la privacidad.

5.3 Una discusión sobre la privacidad

La discusión sobre el intercambio de información que vemos en internet gira en torno a la privacidad, ya que lo que se discute, es el alcance que tiene la información cuando se es pública e ilimitada, así como las contradicciones sociales que puede tener y los usos que se le da, situación en la que lo público impera sobre lo privado.

Según Sánchez, “lo público no es sólo dejar de ser íntimo, sino que también es el resultado de crear una nueva intimidad y un nuevo ser público” (Sánchez, 2015. Pg. 169). Es decir, de la evolución de la concepción de la privacidad y la intimidad hacia una exposición cultural en internet. En cuanto a la privacidad, el significado que retomaré es el que la Real Academia Española (2020) define en su sitio web, como aquella “cualidad de lo privado”. Entendiendo así, la privacidad como la cualidad cultural humana, que radica en lo privado que un individuo puede desarrollar en su vida, y que, por lo visto, ha sido declarado tal como un derecho universal inalienable.

Por consiguiente, es pertinente preguntarse en qué medidas la información trae consecuencias (respecto a lo privado), sobre todo si se menciona que es pública e ilimitada para el usuario. En cierto sentido la respuesta nos conduce a una respuesta sencilla pero compleja, ya que al abrir acceso a la información hay riesgos como el uso ilícito e ilegal de la información, que se presta a lucrar con la seguridad de un dato.

Con respecto a la discusión de la privacidad, el tema conlleva al activismo sobre la defensa de los derechos humanos debido a la preocupación de algunos académicos y escritores como Mariana Celorio (2016), quien tiene un estudio crítico ante esto, ya que considera que es “necesario hacer un esfuerzo de análisis crítico respecto al enfoque tradicional de la omisión; [...], un ejemplo de ello para entornos digitales es el espionaje” (Celorio, M. 2016. Pg. 295). Exponiendo así un caso necesario para debatir.

“Ahora bien, se entiende por violación de DH al acto que realiza un agente estatal que transgrede o va en contra de cualquier DH consignado en la Declaración Universal de Derechos Humanos” (Celorio, M. 2016. Pg. 294). Cabe destacar que esta concepción de violación de derechos humanos además de ser la exposición ante lo estatal se debe de tomar en cuenta que también es la vulnerabilidad del cibernauta ante la misma sociedad, ya que hay ciertos círculos que transgreden ese derecho como los delitos, dicho de otro modo, no sólo el aparato estatal transgrede derechos humanos, sino la misma criminalidad diaria de la sociedad. Por lo que la

privacidad, así como el entendimiento de los derechos universales son históricos y, sobre todo, contextuales, justamente lo complejo de definir a la privacidad se debe mayormente a las interpretaciones individuales.

Considero que el vaivén de la privacidad es lo que genera conflicto entre los debates, puesto que su interpretación se presta a diferentes acciones, por ejemplo, Celorio, tiene una visión un tanto política, y en este sentido su argumento es comprensible, y es que la privacidad entendida con el internet pareciera “desaparecer”. En definitiva, concuerdo con que el internet no siempre es “beneficioso” para la sociedad, ya que en ciertas ocasiones obedece a intereses particulares como el caso de las vigilancias.

Por consiguiente, ¿en qué medida se transgrede la privacidad? (como derecho humano) Primeramente, la violación de derechos que describe la autora es perceptible a nivel macro y micro, piénsese, por ejemplo, en organizaciones de extorsión, o el hacktivismo (tema mencionado por Gómez y Ramos). Inclusive, habría que mencionar las relaciones de pareja cuando hay revisión de sus dispositivos, por lo que, *la privacidad se transgrede en la medida en que interfiere con la integridad privada del usuario*, basándome en lo que entiende Celorio por la transgresión de un ser humano, y considerando las variables que Sánchez (2011) postula con los posestructuralistas, siendo así, un sinnúmero de maneras en las cuales un individuo o colectivo trasgredan el derecho.

Celorio (2016) toma en cuenta varios tipos, considerando las redes sociales o el espionaje ilegal, “un ejemplo de ello es el sistema operativo Windows 10, que tiene funciones asociadas para espiar a sus usuarios” (Celorio, M. 2016. Pg. 295). Respecto a esta situación, considero que es importante destacar que no necesariamente la extracción de información se debe a la recopilación directa, porque en cierto sentido, un cibernauta otorga información (cultural) como en redes sociales.

Considero que hay señalamientos pertinentes en la postura anterior, aunque una observación a tomar en cuenta es que no se puede vivir en “privacidad” dentro de internet, ya que el internet depende de la apertura de información para poder

operar. El propósito es que no haya barreras en cuanto a la información, como lo he señalado, es derecho de la sociedad para el libre acceso. Por otro lado, tampoco se trata de un control que tiene sujeta a la sociedad, o una situación estática de la cultura, puesto que, como lo comparte Sánchez (2010), internet es un escaneo de información, no una vigilancia, más bien, de lo que se trata internet es de la cuantificación y registro de la privacidad, es decir, de los datos, por lo que concuerdo en el sentido de que simplemente se trata de otro entendimiento de lo privado, tal como los posestructuralistas entienden a los significados (como el significado de los significados). Estamos ante un fenómeno que cambia constantemente, así como su significado y su uso.

5.4 Industria cultural y privacidad

Como último punto, considero que, el fenómeno que debiera ser el englobante de esta discusión es la *industria cultural*. Pienso que la magnitud de la privacidad toma más relevancia cuando se explica que la industria de la cultura es el elemento macro y micro de este paradigma, del que se puede observar a la cibercultura tanto como al internet como un ejemplo.

En definitiva, la discusión sobre la privacidad ya no sólo debe tomar a internet y la cibercultura como una referencia de la privacidad y el tráfico de datos, sino al resto de elementos que utilizan y recrean información, tal como la robótica, la milicia o el entretenimiento, por esta razón, retomo a la mercadotecnia y a la industria en general, porque tal como estas cosas, los demás elementos que llegan a modificar el entendimiento de lo privado pueden no sólo recodificar el significado, sino que pueden originar nuevas problemáticas.

Cada área de esta industria interactúa con la sociedad, con su información y su privacidad. Razón por la que propongo englobar el fenómeno, ya que no es que lo micro esté en discusión con lo macro, sino que, si queremos comprender lo privado, debemos entrar en un razonamiento global. Además, en estos años, el acceso y la interacción que tenemos con las industrias es cada vez más frecuente, más amigable (en cuestión a la interfaz) y, sobre todo, más fácil, por lo que, no

disgrego del concepto de sociedad de la información en lo macro y micro por esa razón.

5. Conclusiones

La cibercultura es entendida como la amplificación de la cultura en el ciberespacio (internet), esta ampliación cultural se caracteriza principalmente por ser una forma de recreación social en la red, un lugar donde la acción de recodificar las imágenes culturales del mundo físico es frecuente. En este sentido, la cibercultura es el espacio sociocultural del internet, que permite que las sociedades tengan interacción entre sí, y en el que se toquen temas en común, de manera que existan comunidades de todo tipo de intereses, por lo que el propósito es nada menos que llevar a la representación de cultura al espacio tecnológico.

Por consiguiente, se define a la sociedad de redes como aquella comunidad que es parte, y que interactúa continuamente con las nuevas tecnologías de la información. Por supuesto, la red es también un proceso cultural, no necesariamente tecnológico, sin embargo, el papel técnico es de igual importancia cuando se habla del desarrollo de las telecomunicaciones mundiales, ya que el avance que han generado la computación y los organismos internacionales han hecho posible que la red sea global. Ambos factores (tanto técnico como cultural) han sido un parteaguas para que la llamada sociedad de redes se desarrollará en este ámbito, además, el encuentro entre la cultura y la industria originó que las sociedades tuvieran mejor relación con lo tecnológico.

Ahora, el problema que se tiene al respecto es el cuestionamiento que se le hace a la privacidad que un individuo tiene cuando entra a la red, tomando en cuenta que internet funciona como un constante flujo de información y se deja de lado la concepción tradicional de lo privado, en este sentido, el internet vulnera datos en el contexto de que cuando se entra a un mundo de interacción virtual la información es compartida. Adicional a esto, no es solamente un problema de privacidad ante la red, sino a toda la industria cultural debido a que el significado de la privacidad cambia constantemente y se transforma en un multiuso.

En consecuencia, la crítica es hacia el uso lucrativo que tiene la privacidad, ya que en la evolución del significado permite que surjan intereses (transformados en usos), ejemplos como el uso en la milicia, la mercadotecnia, y en general cualquier industria cultural. Por lo que se observa, esto se vuelve un producto registrable y cuantificable, de tal forma que se permite la intervención de información.

Por esta razón, considero que la privacidad desprende más la idea de una ilusión que un valor de lo íntimo, porque da la impresión de que se ha convertido en una cualidad más valorada y discutida debido a la sensación moral de que se ha perdido tal como se conocía. Cabe mencionar que, aunque la visión “moral” parece partir de una postura limitada, sí describe la problemática del fenómeno ya que se narra la mutación y la “transgresión” de la privacidad.

Por ende, este acercamiento social es conjunto a los elementos teórico-conceptuales, ya que el problema también deviene de la vulnerabilidad de la sociedad de redes ante la industria, la dependencia vulnera aún más la información por la necesidad que se tiene ante la tecnología, es decir, lo privado es fácilmente manipulable cuando se existe una codependencia. Hoy en día, la pauta del problema se comprende en el siguiente ejemplo: la red facilita funciones, pero tener acceso a la red no significa que haya conocimiento, y, además, se cuenta con una limitada acción en cuanto a la conservación de privacidad, como negar el acceso a quien no autorice la captura de información personal.

Lo social es entonces una consecuencia del fenómeno, porque ha generado que nadie sea independiente por sí mismo, toda la industria tiene el acceso total de la información y se utiliza. Honestamente, entre la experiencia personal y la colectiva es más visible aún más que no hay cualidades privadas cuando se trata del mundo actual

Ahora, una de las particularidades de la temática es que la privacidad depende de la percepción, no se puede afirmar que sea necesariamente por razones socioeconómicas, como el caso de que la población en pobreza sea única en sufrir de ello, sin embargo, sí es verdad que la percepción de este significado

depende de la población, es decir, de cómo percibe el mundo según cada grupo social.

Por lo tanto, pienso que debido a ello radican las posturas que se tienen al respecto ya que no siempre se ve una problemática en ello. Aquí lo importante es preguntarse en qué medida afecta o interviene el nuevo fenómeno de la privacidad en los diferentes grupos sociales, ¿cómo se está percibiendo este paradigma? Sobre todo, considerando la diversa opinión pública.

Es entonces, que la privacidad se experimenta a diferentes niveles y en diferente medida, por ende, para algunos círculos puede significar un inconveniente, para otros todo lo contrario, y finalmente, a otros grupos les es indiferente. Con respecto a este último grupo surge una peculiaridad, ya que al modo que avanzan las redes sociales más personas perciben el fenómeno como algo imperceptible y nada afectante a sus vidas, siempre y cuando la privacidad no afecte en lo personal o colectivo no es tomado como un problema social, por lo que, momentáneamente, pareciera que sólo se le considera un problema cuando interviene en lo político. Actualmente, las generaciones, por ejemplo, disfrutan de esa herramienta en la cual se graban y suben sus respectivos videos y contenido en general a las redes sociales en son de entretenimiento, aunque reitero, no se toma en cuenta el problema sino hasta que se ve palpable.

Estas percepciones pueden significar una acertada iniciativa de continuar investigando más acerca de, ya que el impacto social es diverso y es necesario seguir conociendo qué otras problemáticas puedan surgir, sobre todo evaluar la manera en cómo seguirán afectando a la sociedad en años posteriores. Llegados a este punto, la temática que debiera continuar este proyecto es el estudio de las consecuencias de la *nueva privacidad*, ya que, una vez planteada la teoría de la mutación del significado, es oportuno dar continuidad a los estudios de impacto en lo social, considerando variables distintas, como el uso de datos para lo político (como el caso de las agencias de inteligencia). Esto implica, por ejemplo, evaluar que, debido al incremento de personas en la cibercultura, la vida privada (como se

conoce) no existe y se normaliza esa exhibición en la vida habitual, y que, por ende, no se le considera atención fuera del círculo académico.

Por lo que observo, toda la industria cultural apunta a un discurso de progreso, sin mencionar que el mayor problema al que se afronta la sociedad no es vivir en un mundo con información compartida, sino que, paradójicamente hablando, la información en sí misma es el problema. Además, considerando que sí existe una restricción de la libertad individual y colectiva, no se ve el discurso “progresista” y prometedor, ya que no se puede hacer mucho sin que el mundo y las instituciones lo sepan.

Como última consideración a mi proyecto, remarco un incentivo a la indispensable experimentación social, es decir, el trabajo de campo. La estadística como herramienta metodológica sería una buena opción para resaltar efectos sociales, sin dejar de lado la etnografía como método descriptivo de la vivencia diaria. Lo que hace falta es, como bien he dicho, estudiar los efectos en la sociedad por medio de la experimentación, puesto que, el fin de todo proyecto científico es develar el fenómeno por medio de la experimentación, la replicación y exposición de hallazgos. Sin duda alguna, las ideas complementarias no cesan y lo que continúa y hace falta es estudiar el comportamiento del paradigma privado; la privacidad no sólo se observa como el fenómeno de la red, sino que aplicando lo anterior dicho, lo que falta, es observarlo en vida propia, considerando tanta población conectada a la red y su vulnerabilidad.

Bibliografía

- Blumer, H. (1982). *El interaccionismo simbólico: Perspectiva y Método*. Madrid. Hora, S, A.
- Bolívar, E. (2010). *Definición de la cultura*. Ed. Fondo de Cultura Económica. México
- Carr, B. (1996). *La izquierda mexicana a través del siglo XX*. Ed. Era. México
- Celorio, M. (2016). “Derechos humanos en internet en México: violación y desposesión”. *Cotidiano-Revista de la Realidad Mexicana*. 32, pg. 293-305. Disponible en: <https://webebsco2.uam.elogim.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=7bf88549-0655-4279-9fd1-721aa4bfe847%40sdc-v-sessmgr02> [Consultado 3-septiembre-2021].
- Cruz, D. (2006). “La cumbre mundial sobre la sociedad de la información”. *Revista de Contratación Electrónica*. 71, pg. 65-92. Disponible en: <http://libros-revistas-derecho.vlex.es/vid/sociedad-informacion-plan-avanza-330764> [Consultado 23-agosto-2021].
- Gómez, D. y Ramos, D. (2020). “¿Es Internet un territorio? Una aproximación a partir de la investigación del hacktivismo en México”. *Revista Economía, Sociedad y Territorio*. XX, pg. 273-301. Disponible en: <https://eds.uam.elogim.com/eds/detail/detail?vid=8&sid=273b60c8-561d-4d7a-b4a6-59ed4d18b6b3%40sdc-v-sessmgr03&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZSZzY29wZT1zaXRl#AN=141743982&db=edb> [Consultado 6-septiembre-2021].
- Hartline, M. (2012) *Estrategia del marketing*. Ed. Cengage Learning
- Hobsbawm, E. (2014) *Historia del siglo XX*. Ed. Crítica. México.
- Horkheimer, M. (2010). *Crítica de la razón instrumental*. Ed. Trotta. Madrid
- Horkheimer, M. y Theodor, A. (1988) *Dialéctica del iluminismo*. Ed. Sudamericana. Buenos Aires.

- Martínez, O. (2015). "Derecho a la privacidad, en medio de tres aguas". *Revista Mexicana de Comunicación*. 1, pg. 44-49. Disponible en: <https://eds.uam.elogim.com/eds/detail/detail?vid=14&sid=22e94f1d6cc94b44975b6cfa9de472ff%40sessionmgr4008&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZSZzY29wZT1zaXRl#AN=118577305&db=a9h> [Consultado 27-agosto-2021].
- Orlowski, J. (2020). *The social dilemma*. [Película, video online]. Netflix Originals.
- Pierdant, I. y Rodríguez, J. (2011). *Elementos básicos de estadística y probabilidad para ciencias sociales*. Ed. UAM
- Real Academia Española (2020) *Diccionario de la Lengua Española*. Disponible en: <https://dle.rae.es/privacidad> [Consultado 13-septiembre-2021].
- Sánchez, A. (2010). "Internet y la vigilancia de sí: morphing y post-imagen en el siglo de las cámaras y pantallas". *El Cotidiano*. 161. pg. 23-28. Disponible en: <https://uam-xochimilco.academia.edu/Jos%C3%A9AlbertoS%C3%A1nchezMart%C3%A9nez> [Consultado 14-septiembre-2021].
- Sánchez, A. (2011). "Cibercultura: semiótica del avatar y los mundos virtuales". *Veredas. Revista del Pensamiento Sociológico*. 22, pg. 33-34. Disponible en: <https://uamxochimilco.academia.edu/Jos%C3%A9AlbertoS%C3%A1nchezMart%C3%ADnez> [Consultado 23-agosto-2021].
- Thompson, J. (2002) *Ideología y cultura moderna*. Ed. UAM-X. México
- Tomlinson, J. (1999) *Globalización y cultura*. Ed. Oxford. Inglaterra.
- Winocur, R. y Sánchez, A. (2015). *Redes sociodigitales en México*. Ed. Fondo de Cultura Económica. México.