

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ZACATECAS

“Francisco García Salinas”



UNIDAD ACADÉMICA DE FILOSOFÍA

TESIS

“Alteraciones de las geografías del sentido en un contexto capitalista: gastos de tiempo y generación Z”

PARA OBTENER EL GRADO DE:

MAESTRO EN PENSAMIENTO CRÍTICO Y HERMENÉUTICA

PRESENTA:

Luis Francisco García Miranda

ASESOR DE TESIS: Francisco Javier Serrano Franco

MORELIA, MICH. JUNIO 2025

“El tiempo no es oro, el oro no vale nada. El tiempo es vida”.

-José Luis Sampedro.

Índice

Introducción	6
1 Construcción de la problemática y contexto económico	8
1.1 Problemática.....	8
1.1.1 Preguntas de investigación:	13
1.1.2 Propósitos:	13
1.2 Paradigma, alcance y limitaciones	14
1.3 Antecedentes	16
1.4 Capitalismo, un breve esbozo.....	19
1.4.1 El capitalismo actual.....	28
1.4.2 Capitalismo y economía: un mapa entre neologismos	30
1.4.3 ¿Cuál es el principal interés del capitalismo en un mundo hiperconectado?	34
2 Economía de la atención, ¿forma de oportunismo psicológico cognitivo?	40
2.1 De la economía conductual a la economía algorítmica	41
2.2 El punto de inflexión: la disolución de la privacidad.....	44
2.3 El oportunismo cognitivo – psicológico: el caso de las redes sociales y plataformas digitales	49
2.4 La ciencia detrás del algoritmo	51
2.4.1 Ejemplos del mundo actual: persuasión, placer y personalización	52
2.5 Habilidad vs dependencia: La cuestión de la autonomía, ¿una cuestión bioética?	62
3 El sentido de la vida y el <i>modus vivendi</i>	65
3.1 Geografías de la vida con sentido y modelo normativo	69
3.2 Generación Z y gasto de tiempo en redes	71
3.3 Metodología y análisis descriptivo-documental.....	75
3.3.1 Ejemplos hipotéticos funcionales	82
Conclusiones	88
Referencias.....	95

Agradecimientos

Externo mi agradecimiento a las personas cuyo apoyo y orientación fue de gran valor para la realización de esta tesis. A Francisco Serrano, por sus recomendaciones acerca de la privacidad, aspecto crucial en la investigación. A Rocío Cázares, cuyas clases me introdujeron a las cuestiones referentes al sentido de la vida y las formas de pensarlo, por su apoyo a la realización de este trabajo. A Mónica Livier, por sus valiosas aportaciones sobre sesgos cognitivos. A ustedes, gracias por acompañarme en este desafiante camino del pensar. Sin olvidar a la maestría en Pensamiento Crítico y Hermenéutica, gracias por estos años de aprendizaje.

Introducción

El presente trabajo de investigación, aborda una problemática contemporánea que se considera de gran relevancia: el impacto de las redes sociales y las plataformas digitales en la vida cotidiana y cómo estas alteraciones afectan las estructuras de sentido de la vida en un contexto capitalista, centrándose en la generación Z. A través de un análisis crítico, el estudio se propone explorar las estrategias utilizadas por las plataformas digitales para captar y retener la atención de los usuarios, así como las implicaciones que esto tiene en la forma en que las personas gastan su tiempo y construyen su sentido de vida.

La investigación queda organizada en tres capítulos principales, cada uno orientado a un tramo distinto del problema. El primero, “Construcción de la problemática y contexto económico”, establece el andamiaje metodológico: delimita enfoque, alcances, preguntas y propósitos, y además recupera los antecedentes que permiten situar la discusión que aquí se presenta. Se reconstruye, en clave histórica y conceptual, el desarrollo del capitalismo desde sus etapas tempranas hasta sus expresiones actuales, caracterizadas por la conectividad y la digitalización masivas. Esa revisión incluye nociones como capitalismo cognitivo, de vigilancia y de plataformas, con el fin de mostrar de qué manera tales modalidades se articulan con el surgimiento de las redes sociales y con el poder que hoy ejercen sobre la cotidianidad.

El segundo capítulo “Economía de la atención, ¿forma de oportunismo psicológico cognitivo?”, se ocupa de la captura y retención de la atención dentro del entorno digital actual, con sus herramientas, leyes y contexto tecnológico. Ahí se examinan los procedimientos mediante los cuales las plataformas buscan prolongar la permanencia del usuario tales como personalización algorítmica, explotación de sesgos cognitivos y producción de hábitos de consumo que favorecen la incidencia. Se revisan, además, mecanismos vinculados con

persuasión, placer y personalización, sin perder de vista la dimensión ética del problema: La acumulación masiva de datos personales, junto con la aceptación rutinaria de términos y condiciones, aparece como una condición que no sólo habilita el uso del servicio sino también la cesión práctica de información, que después es utilizada con fines empresariales.

El tercer capítulo, “El sentido de la vida y el *modus vivendi*”, enlaza los anteriores tópicos con el concepto del sentido, particularmente desde la filosofía analítica expresado en la forma en que el agente distribuye gastos de tiempo inteligibles. Para ello se incorpora el término de “geografías del sentido”, para pensar la asignación de acciones, distribución del tiempo y fines dentro de un marco normativo de orientación con tendencia subjetivista. Con base en ello, el análisis se concentra en la generación Z y en la forma en que el uso intensivo de redes sociales y plataformas altera hábitos, rutinas y posibilidades de configuración de una vida con sentido, a lo sumo, como aterriza esto en el uso del tiempo expreso por tal generación. La descripción documental del tiempo destinado a estos medios permite pensar su impacto en el bienestar y la organización práctica de aquello que el agente, de la generación Z, considera valioso.

En conjunto, los tres capítulos permiten observar que el capitalismo contemporáneo, caracterizado por plataformas digitales como uno de sus elementos esenciales, no sólo ha reordenado dinámicas económicas, también ha incidido en la forma en que las personas viven, interpretan su tiempo y buscan orientar sus fines. La investigación menciona en la sección final de este análisis una pregunta de fondo: ¿los sistemas digitales contribuyen realmente a la realización de los fines primarios del sujeto o más bien interfieren con ellos? La discusión conduce a una revisión crítica del contexto actual; pensando la autonomía, la privacidad y el consentimiento en las condiciones actuales, digitales e interconectadas.

1 Construcción de la problemática y contexto económico

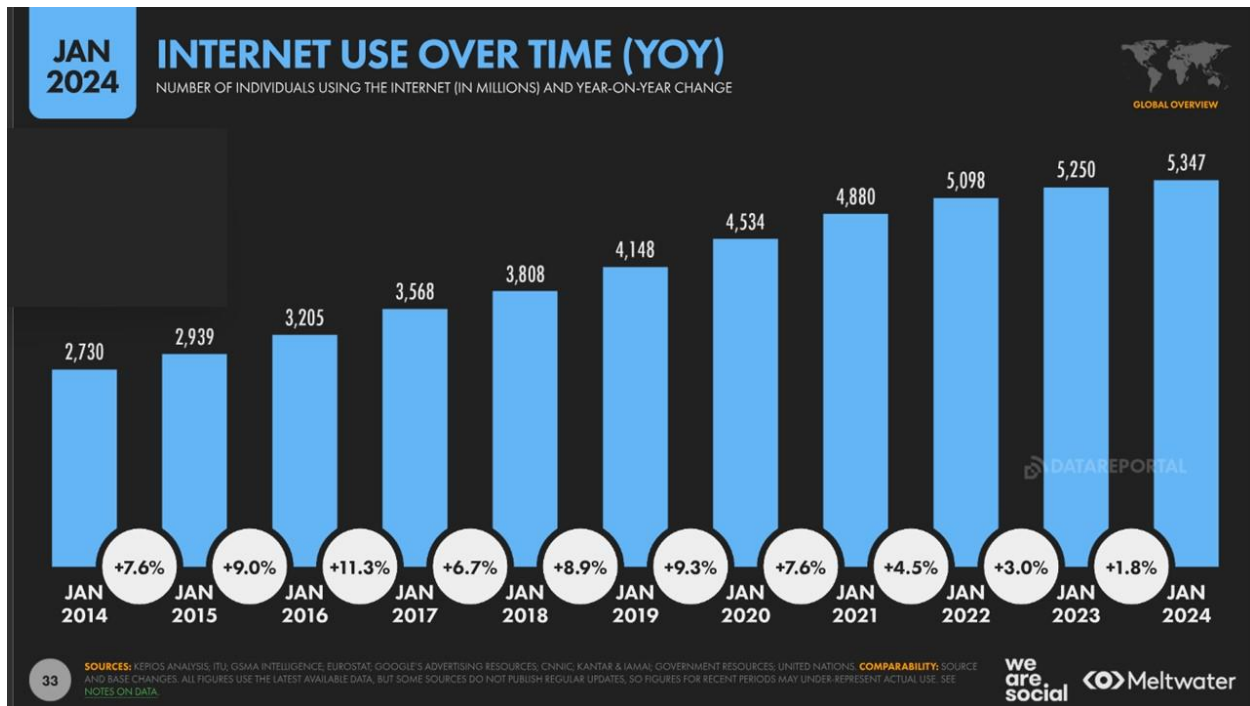
Según Izcara Palacios (2014), la importancia de problematizar radica en que su objeto de estudio debe tener relevancia social, utilidad práctica o representar una innovación en un campo de estudio, se debe delimitar dentro de un aspecto espacio-temporal, así como contextualizar para dar origen a las explicaciones de la relevancia y las relaciones que se establecen en los elementos a estudiar, esto origina las preguntas de la investigación, así como sus propósitos. Para esta investigación, la problemática surge de la observación de los espacios comunes compartidos: el transporte público, la escuela, las plazas y jardines, los lugares de recreación, la evidencia existente del uso de móviles, en relación con el fenómeno masivo acaecido por el surgimiento de internet y su crecimiento exponencial; espacio virtual donde se desenvuelve el fenómeno descrito.

1.1 Problemática

El internet, tras su aparición ha trastocado la manera en que los humanos se relacionan. Las plataformas digitales, elemento del internet del que se ocupa en este breve esbozo, son algo que llegó para instaurarse de forma permanente en el día a día, mediante el uso de los dispositivos que se han vuelto los fieles escuderos de este tiempo tales como el celular, el ordenador y demás aditamentos tecnológicos que se utilizan para conectarse y hacer la vida más fácil, o cuando menos, esa es la promesa que se hace. El crecimiento exponencial de su uso le ha torgado un papel central a escala mundial en el desarrollo contemporáneo. Dicha aparición ha mostrado un crecimiento que pocas veces se había visto en la humanidad, acompañado del fenómeno de que jamás habían existido tantos humanos coexistiendo en el planeta en el mismo momento histórico. En la figura 1, es posible apreciar el crecimiento de usuarios de internet en el tiempo transcurrido desde el año 2011:

Figura 1

Usuarios de internet a través del tiempo



Nota: Crecimiento de usuarios de internet, desde enero del 2014 hasta enero del 2024, expresado en billones.

Fuente: we are social. Disponible en: https://indd.adobe.com/content/2/8892459e-f0f4-4cfd-bf47-f5da5728a5b5/3416794841895/package/684r/publication-web-resources/image/2024-01_Internet_Timeline_10Y.png

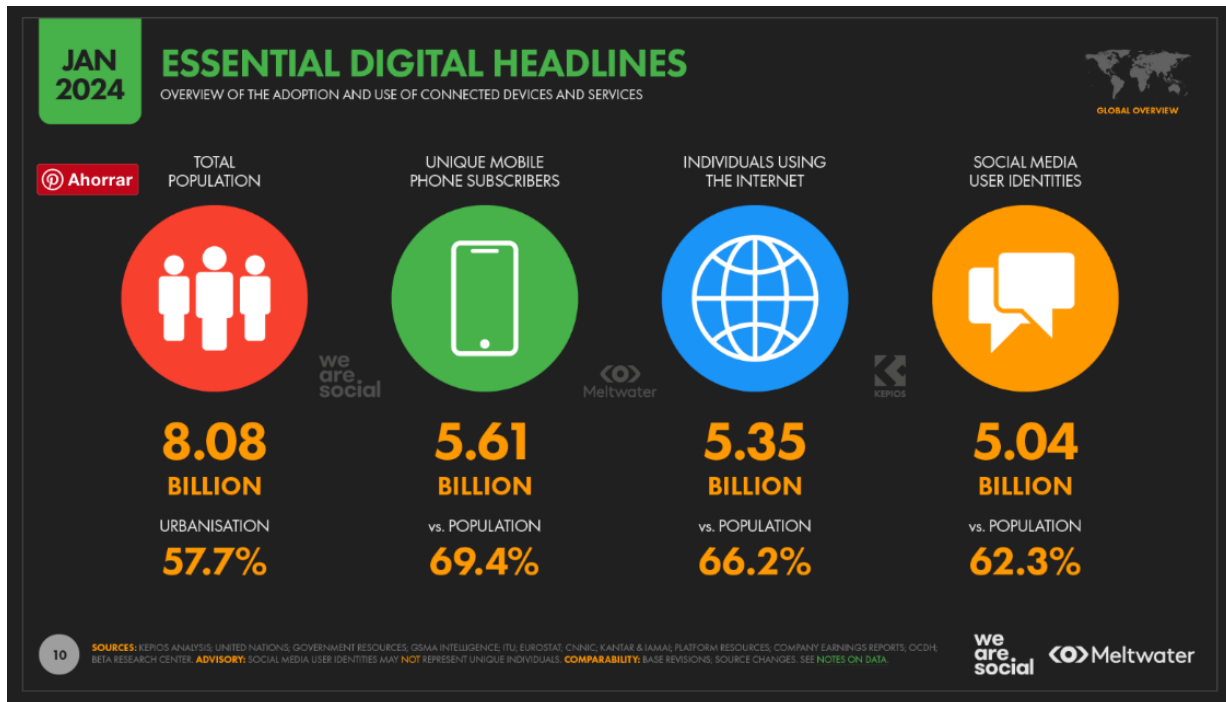
La aparición de esta innovación digital trastocó ciertas nociones previas: económicas y sociales, estableciendo un nuevo paradigma, o cuando menos, dando elementos para reconsiderar los esquemas teóricos vigentes. Hacer la vida más fácil, conectar a la población, mantenerla informada, entretenerla, son muchas adjetivaciones las que sugieren lo que el internet hace por las personas en el día a día y que explican su uso masivo.

La variedad de usos que pueden darse al internet, ha ocasionado que su uso se haya generalizado para labores en las que previamente no era necesario. Esto implica la aparición de diversos fenómenos que de igual forma son diferenciables; del total de la cantidad de personas que utilizan el internet, no todas lo hacen de la misma forma, ni hacen uso del conjunto completo

de sus herramientas. En la figura 2 se pueden consultar los tipos de usuarios digitales online, en su relación con el total de la población:

Figura 2

Principales usos digitales



Nota: la traducción literal sería “titulares digitales imprescindibles”, se opta por la traducción de la idea “principales usos digitales”. De izquierda a derecha: población total, suscripciones únicas a telefonía, individuos usando internet, e identidades en redes sociales. Todo expresado en billones. Fuente: We are social, informe 2024. Disponible en: https://lh7-eu.googleusercontent.com/mP31F64NZno4qe9KQ_IypVXliK8wwEN9wIdjWX8DFMiSNfEfQMaJwYT4roBM6xWQs6QYPIR9z8KRTOMQYBASuhdUpI3OQvFqS9ApUAJSdaaVFNK8Ikww3WrJ2Sa_OBd5PIArJCUwLHRZYb0-2cS73jM

Estas cifras demuestran el uso generalizado del internet, no obstante, también da cuenta de la realidad de un nuevo espacio para la interacción humana. Estas interacciones pueden ser de cualquier naturaleza y en el contexto capitalista del que se hablará adelante en este capítulo, es el espacio ideal para un mayor alcance en las sendas del consumo. Empero, las estrategias que llegaron depuradas hasta estos días, llevan años perfeccionándose y refinándose en su naturaleza,

en su capacidad de apelar, convencer, hasta cierto punto, encauzar los sentidos a lo que es requerido para la finalidad del sistema.

Celulares, gadgets, ordenadores de diverso tipo, ¿podría alguien decir la última vez que pudo percatarse que no había móviles dentro de la interacción? Dicha pregunta parece casi retórica, aunque no lo sea. Precisamente, la intuición de ser retórica sería un punto de partida adecuado. Suscita esa sensación puesto que, en la época actual, son parte del paisaje social, de las relaciones humanas, a lo sumo: son parte de la vida. La cuestión de su existencia como enunciado tautológico no genera nada especial hasta que se le acompaña de distintos elementos que componen el contexto actual de la existencia de los dispositivos electrónicos.

El sistema económico en que se insertan, las relaciones de poder y acceso a la información implícitas que se admiten en las cláusulas para el uso de los diferentes software y programas para mantenerse conectado, principalmente, la finalidad que tienen aquellos que facilitan de manera (¿gratuita?) el uso de diferentes programas y medios de entretenimiento digital tales como *Instagram, Facebook, tiktok, youtube*, entre otros, con y sin costo monetario.

Es dentro del aspecto del circunscribir, de recortar un trozo de realidad para llevar a cabo un análisis donde se sitúan los temas a tratar. Se puede comenzar a realizar cuestionamientos, ¿qué es eso que genera el *engage* (anclaje) que mantiene el *scrolling* (bajando) en la pantalla?, ¿de dónde surge esa presdigitación que puede mantener a alguien enganchado al móvil?, ¿cuánto tiempo se emplea con la atención fija en el celular, o fragmentada acaso, mientras se realizan otras actividades?

Este trabajo tiene la intención de encontrar la finalidad que tienen los organismos empresariales que dan sostenimiento a dichas plataformas, encontrar los medios por los cuales mantienen a los usuarios ligados a diversos dispositivos generando en ellos gastos de tiempo, la

información que se entrega tácitamente.

Se realiza el análisis con los datos existentes en diversas fuentes acerca del uso de plataformas digitales y redes sociales de la generación Z, para aproximar de manera crítica a los algoritmos que permiten el conocimiento de las personas, sus rutinas o la formación de las mismas por medio del conocimiento adquirido (¿de manera voluntaria?), para ofrecer siempre algo que sea de interés. Se hace énfasis para esta investigación en el componente esencial que permite ese conocimiento: el haber cedido la capacidad de conservar la privacidad, que ahora es compartida con emporios comerciales.

Se busca indagar dentro de diferentes aspectos tanto extrínsecos como intrínsecos al uso de redes, esto es: en sus manifestaciones e intención, así como sus mecanismos. La forma en cómo leen a los agentes humanos, el contenido que ofrecen y las técnicas de las que se valen para ello. Es de interés cuestionar si no es acaso esto una vulneración a uno de los elementos fundamentales de la bioética: la autonomía.

La cuestión de mayor importancia, y de relación directa con esta contemporánea modificación a los hábitos cognitivos en cuanto al uso del móvil es la cuestión del sentido de la vida, en relación a los gastos de tiempo inteligible del agente según Calhoun. Tomando en cuenta las estructuras de sentido, y fuera de las cuestiones nominales de “acercar a los que están lejos” y demás descripciones que no reflejan de manera fidedigna las acciones que promueven, ¿cuáles son las implicaciones en los hábitos de los agentes su uso en la cotidianidad de las redes sociales?, ¿modifican estas interacciones las geografías de sentido de la vida?

Es clara la relación entre las cuestiones económicas con la estructura de la vida cotidiana compartida con la tecnología y el uso que se le da, se resalta también de esta relación sus

derivaciones. La forma en como los hábitos son vulnerados ante el conocimiento y personalización de proceso cognitivos y psicológicos humanos, por medio de los algoritmos.

1.1.2 Preguntas de investigación:

Las preguntas de esta investigación buscan responder interrogantes que esclarezcan los principales puntos de interés descritos durante la problemática. Los propósitos se establecen en relación directa con las preguntas planteadas.

General:

- ¿Qué implicaciones tienen las plataformas digitales en el modo de vida de las generaciones nativas digitales dentro de un contexto capitalista?

Específicas:

- ¿Cuál es el objetivo de los comerciantes de la atención?
- ¿Qué efectos tiene el uso de redes sociales en línea?
- ¿Qué estrategias son utilizadas para mantener a los usuarios en la pantalla y cómo se nutre el algoritmo para la personalización del contenido?
- ¿Qué influencia puede ejercer en las geografías del sentido de la vida el uso de redes sociales?

1.1.3 Propósitos:

General:

Describir el modo en que los algoritmos de las plataformas digitales influyen en los gastos de tiempo inteligibles de los agentes y qué impacto genera en las nociones de sentido en el contexto capitalista.

Específicos:

- Describir la definición y las características del sistema económico donde se inserta la economía de la atención.
- Identificar el o los objetivos de los promotores de las plataformas digitales
- Identificar las estrategias o mecanismos que se emplean para capturar la atención de los usuarios.
- Realizar una revisión de la literatura existente en cuanto a gastos de tiempo en la generación Z y su posible incidencia o relación en las geografías del sentido.

1.2 Paradigma, alcance y limitaciones

Para alcanzar los propósitos, en un esbozo de respuesta a las preguntas de investigación, el diseño es una investigación mixta con un alcance exploratorio, que es el tipo de investigación que “[...] se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (Hernández y Sampieri, 2014, pág. 91), y documental, que se refiere a la revisión de la literatura sobre algún tema, al análisis de la información ya documentada con una perspectiva reconocible.

La documentación se realiza mediante la herramienta online *connected papers*¹, que permite enlazar por tema diferentes artículos, lo que permitirá una indagación dentro de revistas indexadas en el buscador Google académico. El criterio utilizado, fue enmarcar dentro de la generación Z la búsqueda de artículos que tuvieran 10 años o menos desde su publicación, para establecer un criterio de actualidad, también, utilizando la variable de gasto de tiempo en plataformas digitales o redes como criterio de elección para los artículos mencionados en el

¹ Página empleada para verificar la conexión entre diversos artículos indexados disponible en: <https://www.connectedpapers.com/>

apartado de la metodología, seleccionando aquellos que mencionen una forma explícita para la recopilación de sus datos, es decir, el modo de recopilación de la información y el número de participantes, para establecer un mayor rigor por medio de la verificabilidad.

Para Hernández y Sampieri (2014), los métodos mixtos son aquellos que combinan elementos de recopilación cuantitativa, con la naturaleza analítica de los métodos cualitativos. Las diferentes investigaciones consultadas realizan encuestas, método cuantitativo por excelencia, agregándose los elementos cualitativos partiendo del análisis de la documentación realizada.

Complementando la información, en Pereira (2011), el uso de métodos mixtos permite ejercer una visión ecléctica sobre las variables, utilizando conceptos, de ambos paradigmas. Se realiza esta investigación con dicho enfoque, debido a la necesidad de recopilar información en dos sentidos: en un análisis del tiempo presente, en cuanto a las relaciones económicas que se establecen entre diferentes actores sociales como en sus gastos de tiempo, enriqueciéndose con la información derivada de diferentes análisis previamente hechos, principalmente entre universitarios y sus gastos de tiempo en redes que ofrecen datos cuantitativos sobre tiempo empleado en la pantalla.

1.2.1 Supuestos teóricos:

Se maneja el término “supuestos teóricos” sobre el de “hipótesis”, debido a que la naturaleza de esta sección de la investigación no se basa únicamente en datos cuantitativos, sino en el análisis de los mismos en una cuestión discursiva y contextualizada, por lo que es de mayor pertinencia. Hay tres supuestos teóricos que serán revisados a lo largo del desarrollo de esta investigación:

- El uso de las redes sociales en línea realiza alteraciones de importancia en los gastos de tiempo de los agentes pertenecientes a la generación Z, modificando esto los hábitos de vida e incluyéndose en un alto porcentaje del gasto de tiempo inteligible.

- Existe un oportunismo psicológico-cognitivo basado en las deficiencias naturales que tiene la mente y la psicología ante ciertos estímulos, que es aprovechada para los fines comerciales de las plataformas y redes sociales.

- La evolución de las estrategias para el aprovechamiento psicológico-cognitivo puede ser rastreada y examinada de forma crítica.

1.3 Antecedentes

El estado del arte de este trabajo contiene información de diversas fuentes, entre las que se pueden encontrar artículos, libros, videos de YouTube o un documental de Netflix. Estas páginas crean una convergencia amplia en la que se relacionan los principales temas de esta investigación: capitalismo, uso de redes sociales y sus implicaciones en cuestiones relativas al sentido.

Para responder a las preguntas, se ha acudido a una gran cantidad de materiales dentro del estado de la cuestión, según lo consultado, aún no ha habido otra investigación que relacione directamente el gasto de tiempo en las plataformas con la cuestión de sentido, en cambio, existen abundantes trabajos acerca del contexto económico capitalista en el que se insertan; esto es, entre oligopolios y tendencia al internacionalismo y estudios que muestran la forma en que la generación Z interactúa con el móvil en sus gastos de tiempo. Se elige esta generación ante la necesidad de delimitar el objeto de estudio a un rango de edad, en este caso, el más cercano entre los adultos jóvenes con acceso al móvil, así como el ser la generación con mayor cantidad de datos disponibles en previas investigaciones.

Como ejemplos dentro de la difusión masiva, existe en Netflix (2020), un documental llamado “el dilema de las redes sociales”, o “*the social dilemma*”, por su título original en inglés. En él, muchos de los que fueran los principales colaboradores de Facebook, hablan de los mecanismos que empleaban para conocer e interpelar a las personas de manera constante, para poder acceder a su atención que es la moneda de cambio con la que la compañía comercia con los usuarios. La gratuidad del servicio, es únicamente por el pago que reciben de empresas a cambio de ofertar tiempo de exposición a empresas, basados en una super especialización en la oferta de productos a los usuarios.

Otro ejemplo que buscan traer esta conversación a un nivel masivo de información, es la *Tedtalk*, “¿cómo nos manipulan las redes sociales”, de Santiago Bilinkis (2019), habla acerca de las formas de manipulación que establecen las redes sociales y expresa un breve recorrido a través de ciertos datos estadísticos en los que menciona, por ejemplo, el aumento en los problemas de ansiedad, la vulnerabilidad de la autoestima adolescente, la estimulación inmediata de los likes o la constante necesidad de checar el móvil, con un promedio de 150 veces en que se desbloquea el mismo al día.

En el primer apartado, explorado dentro de este capítulo, se encuentra la literatura que versa sobre el sistema económico dentro del cual conviven los seres humanos. Se comienza entonces por contextualizar, ¿qué se entiende por capitalismo y por qué influye en el uso de redes y plataformas? En los materiales consultados, se tiene una primera finalidad: describir de donde proviene el concepto y a qué hace referencia, encontrado principalmente dentro del libro de historia del capitalismo de Kocka (2016). Se complementa con diversas denominaciones del capitalismo de diferentes autores según el resumen realizado por Streeck (2017). Posterior a ello, por medio de la consulta de diversas fuentes se da contexto a la cuestión económica y la

denominación de “liberalismo clásico” y las diferencias, así como el proceso que derivó en el periodo conocido como “neoliberalismo”. Se consideran percepciones decoloniales y poscoloniales, quienes por medio de su aparato crítico realizan una valoración de la sociedad y los estratos de ella que establecen ciertas reglas del juego capitalista (desde el elitismo), así como su idea de éxito o las prácticas que normaliza.

El recorrido se complementa con locuciones y calificativos asociados al término “capitalismo”, en especial tres, el capitalismo de vigilancia, útil para nombrar el modo en que los datos son explotados en el ecosistema de redes y servicios en línea, el capitalismo de plataformas, que tiene un análisis de la economía desde la idea y argumento de que son el nuevo fenómeno masivo, que moldea las relaciones económicas, y el capitalismo cognitivo, que hace referencia principalmente a un capitalismo de conocimiento, es decir, el valor de las ideas, innovaciones y creaciones en estos tiempos.

El desarrollo del contexto económico se da en el capítulo dos, el cual indaga en las estrategias empleadas por quienes diseñan estas redes para captar y mantener la atención del usuario. Se retoman, entre otras, las aportaciones de Véliz (2021), centradas en la vulneración de la privacidad, y Zuboff (2022), relevante por su introducción del término capitalismo de vigilancia y los mecanismos que emplea. Se indaga la situación legal actual en diferentes países, así como los escándalos que se han generado por un mal manejo de la información. Se hace un análisis de las estrategias que utilizan los programas de redes sociales. El estudio de esas prácticas permite mostrar que tales procedimientos se traducen, en último término, en diseños algorítmicos orientados a modular la conducta.

El último capítulo, se nutre de las ideas de diversos autores acerca del sentido de la vida, y se sitúa primero dentro de lo que se ha entendido coloquialmente como sentido y una idea general

del mismo en cuanto a conceptos morales, para posteriormente situarlo dentro de la filosofía moral y las teorías analíticas del sentido de la vida. Se retoman las ideas Calhoum (2015), quien, en su artículo de geografías de la vida con sentido, da pistas acerca de cómo la sustantivación del sentido no necesariamente corresponde a lo que sería deseable para los agentes y sus finalidades, si se somete a un análisis crítico partiendo del habitus y las consecuencias en la praxis de vida.

Para el vínculo con la generación Z resultaron particularmente útiles investigaciones similares a la elaborada por Giraldo Luque (2020), cuyo estudio se refiere al consumo digital en universitarios, conectándolo con la variable de economía de la atención y bienestar, tiempo de gasto en redes, su evolución en la pandemia. Hay en el discurso, un énfasis en la relación con los oligopolios informáticos, reflejando esto los hábitos de nuevas generaciones en cuanto al uso de redes.

Los análisis de la generación Z, remiten a estudios expuestos en diversos artículos en los cuales se encuentran bancos de información actuales, en los cuales se informa, tras la recopilación de datos en ciertos universos específicos, el consumo y el gasto de tiempo promedio por persona, generalmente estudiantes. En esta sección, se encuentran artículos como el realizado por Tejedor, Cervi, Martínez y Tusa (2021), quienes realizan una exploración de los usos a redes en universitarios de Colombia, Ecuador y España. La búsqueda realizada se apoyó de herramientas como Google académico, así como el establecimiento de patrones de relación entre las variables principales de capitalismo y economía de la atención; gasto de tiempo, sentido de vida y generación Z.

1.4 Capitalismo, un breve esbozo

En las siguientes secciones se indagará acerca de la necesidad que existe de establecer la relación que tienen el surgimiento de las plataformas en un contexto capitalista con su funcionamiento y

finalidad. Dicha relación, representa también uno de los momentos de inflexión de la sociedad contemporánea que adhiere elementos a la teoría ya existente de las formas de interpretación del sistema, que varía en relación con el acento que se da dependiente del punto de vista desde el que se lleva a cabo el análisis. La búsqueda lleva a explorar diferentes significados que se le otorgan al capitalismo. En un intento por ser interdisciplinario en la forma que se explora y tomando en cuenta las percepciones de diversos autores, se busca una convergencia que lleve a un sentido amplio que permita comprender el contexto actual, así como las formas en que este mundo se recrea y configura.

Se comienza esta breve vista al capitalismo por ubicar donde está el acento de esta búsqueda. Para esta investigación, se establece una primera línea en la que se aclara, el análisis aquí descrito está circunscrito a las necesidades de la presente investigación: el capitalismo como sistema económico y su delimitación, el tipo de relaciones que se establecen entre los entes sociales en la interacción dentro del mismo, así como su evolución dentro de la cual surgen tanto las plataformas digitales y redes sociales; así como el contexto del que surgieron las condiciones que lo llevaron al momento actual de su desarrollo.

Es necesaria una delimitación acerca del término “capitalismo”, a lo que se refiere y en qué manera se entiende desde el inicio, (en un contexto histórico, y la forma en que se percibe para este trabajo). Se realiza una indagación de las diferentes definiciones que se le da al término dependiendo de los énfasis que se le puedan atribuir y la percepción que se tenga del mismo. El estudio aquí presentado no pretende dar una respuesta unívoca o final a la definición y sus percepciones, sino combinar elementos de diferentes perspectivas, principalmente aquellas que apuntalan el estudio de la digitalizada etapa actual.

Remitiendo al origen del concepto, su uso es en veces tildado de sujeto a la controversia en su historicidad. Kocka (2016), relata el contexto en que el término comenzó a ser usado, originándose primero del alemán, del vocablo *kapital*, que hiciera referencia al dinero en sus múltiples variantes e inversiones: prestamos, títulos de propiedad, mercancías, entre otros, en virtud del beneficio económico que pudiera otorgar. Emerge dentro de la teoría económica europea, esto, por el surgimiento de la etapa industrial del capitalismo principalmente dentro de dicho continente. Su empleo se da en un contexto de crítica contra el sistema, por parte de los teóricos de diferentes países: Francia, Alemania e Inglaterra.

El término capitalista, se usaba de forma común durante el siglo XVIII, se refería a las personas con una gran cantidad de dinero y bienes, que le permitieran vivir de rentas y créditos: banqueros, rentistas, intermediarios. Dicho término evolucionó para adherir la característica de la acumulación de los excedentes de ganancias para reinversión. Para finales del siglo XVIII e inicios del siglo XIX, en el contexto inglés se fue ligando al antagonismo de clase ante las consecuencias negativas de la industrialización y la clara diferenciación entre las personas. Es en tal contexto, cuando desde finales del siglo XIX en Francia ya se utilizaba el término principalmente para realizar una crítica a los abusos de la sociedad industrial para con la base trabajadora.

Kocka (2016), realiza un viaje a través de las obras de crítica que dieron origen al término: desde Alemania ante la influencia de las obras marxistas que hacían referencia a los modos de organización social, surgiendo la noción de capitalismo-sistema, ya sea como posición ante el socialismo y colectivismo, o como forma de organización social que se vería finalmente reflejado como acuerdo conceptual en “[...] la *encyclopaedia britannica*, el concepto se mencionó brevemente... en la que se lo definía como un «sistema» en el que los medios de

producción pertenecían a propietarios particulares, que contrataban a gerentes y trabajadores para la producción” (Kocka, 2016, pág. 8).

El surgimiento del concepto de capitalismo evoca a ciertas condiciones históricas de la producción material del mundo y las relaciones económicas que se establecen en él, de origen. Puede ser esto concebido en dos facetas principales: la ideología de la cual emanan y puede bien llegar a tener incidencia política; esto es: en la sociedad donde se insertan y los valores que se promueven en ella, en otro sentido las relaciones económicas en cuanto al modo de producción en el tiempo histórico.

Tomando en cuenta la ideología de la que emana, es posible identificar en Hernández, (2007) como puntos centrales *el individualismo y el racionalismo*, que nutren el origen ideológico-económico, derivado de las corrientes liberalistas surgidas durante la ilustración de la burguesía, un tiempo de cambios que terminó con la tiranía monárquica que ejercía su yugo sobre la Europa preindustrial, originándose posterior a las revoluciones inglesa y francesa. Al emanar de estas cuestiones, obvian un sentido de virtud ante la acumulación de los capitales. El primer liberalismo económico, surge de la mano de Smith, David Ricardo y Thomas Robert Malthus, quienes basaban su idea del proceso económico en el ahorro, el trabajo y el libre comercio, sobre una base de pensamiento que sostiene un egoísmo fundamental entre los pares humanos, que origina un proceso de intercambio de bienes materiales, bajo la motivación de un beneficio propio. Este liberalismo origina las primeras tesis sobre lo que es el capitalismo, adhiriendo de facto un elemento de moralidad a la pertenencia y acumulación.

Respecto a las relaciones de producción que se establecen y la forma de interpretarlas, es necesario primero acudir a la definición de capitalismo y sus características, puesto que existen muchas percepciones acerca de lo que este sistema capitalista es, dicho de forma general: como

organizador de toda la producción de materias primas y su encauce hacia otras zonas de conversión donde darán productos de calidad terciaria y de consumo, como el modo en que se regula y e influye en todas las decisiones de la macroeconomía y microeconomía, o como el ente abstracto que, sin existencia física, existe en la forma que moldea de manera implícita las relaciones que se establecen entre las personas en un contexto económico. Al recurrir a las fuentes se pueden encontrar sus características y definición, que sirven como referencia constructiva. Para definir *capitalismo*, en la sección 4 de la entrada sobre *neoliberalismo*, la enciclopedia en línea de Standford describe:

Podemos entender capitalismo como un sistema económico donde el rango de bienes y servicios en oferta es guiado en concordancia con un fuerte sentido de propiedad privada y un sistema en donde los precios son establecidos por organizaciones privadas. La gente es libre de intercambiar bienes y servicios bajo cualquier término que acuerden, con pocas restricciones. (Vallier, 2022, s.p.)²

En continuación de la labor definitoria en la obra de Streeck (2017), se realiza un recorrido en el cual las definiciones abundan, muchas de estas, las cuales serán mencionadas a continuación, pueden tildarse de liberales, o pro-capitalistas, ya sea en un sentido reformista o explicativo, asumiendo el hecho de que este sistema es el más adecuado o el más posible de prevalencia, a lo sumo, el sistema más adecuado, realista o posible. Se puede denominar para estos autores al capitalismo como a favor del mismo desde la perspectiva de “mejor sistema concebible”.

Bajo la premisa de “mejor sistema concebible”, se hace un repaso por las aseveraciones que hacen diversos autores, haciendo una sucinta exploración de los motivos que pueden originar los diferentes modos de percibir a este sistema: Sombart, habla del capitalismo como un satisfactor de necesidades materiales apoyado en uso del capital en cuanto a su posibilidad de producir la

² En el original: “We can understand capitalism as an economic system where the range of goods and services on offer is governed in accord with a strong right to private property and a system in which prices are set by private organizations. People are free to exchange goods and services under whatever terms they contract for, with few restrictions” (Vallier, 2022: s.p.).

técnica para tal fin; Weber, habla de la satisfacción de una necesidad industrial de la sociedad por medios empresariales, manteniendo una contabilidad moderna y balanceada; Schumpeter, se basa para su definición en la creación de crédito por medio de deuda, situación que origina innovaciones. Esto genera ciclos económicos que requieren de las innovaciones para mantener su fluctuación. Keynes habla de un impulso por ganar dinero de los individuos como principal motivación del ente económico.

Las conceptualizaciones previas, a pesar de ser muy breves, ejemplifican algunas de las percepciones que se tienen de asumir al capitalismo y enfatiza lo que para ellos caracteriza el capitalismo, es decir, los diferentes acentos que cada autor otorga al término. Cada uno de ellos, carga de veracidad sus argumentos prestando atención a elementos distintos del capitalismo-sistema y su desarrollo. Otorgando atención a diferentes aspectos: innovación, organización contable y gestión de recursos, intenciones volitivas de los agentes económicos individuales o la satisfacción por medios productivos.

. En el análisis Streeck (2017), da una definición general refiriéndose a la forma de establecer las cualidades básicas de lo que se puede llamar sociedad capitalista, que se describe como:

Una sociedad que ha acoplado su <<progreso>> a la generación y acumulación continua e ilimitada de capital productivo efectuada mediante una conversión, gracias a la mano invisible del mercado y la mano visible del Estado, del vicio privado de la codicia material en beneficio público. (Streeck, 2017, pág. 15)

Las definiciones previas a la de Streeck y posteriores a Vallier, prestan especial atención al funcionamiento de la creación de riqueza dentro del aspecto capitalista y la forma en que el dinero, el capital y sus poseedores interactúan. Falta indagar las percepciones que hablan de las relaciones que se establecen entre las personas dentro de dicho sistema, de dónde surgen y cómo se configuran.

Dentro de las conceptualizaciones mencionadas, cada una de las de las perspectivas que dan los autores se enfocan del momento histórico que presenciaron y del que fueron partícipes, señalamiento no omitido dentro de la obra del autor. Se puede alargar más la evolución de aquel capitalismo naciente, que se ha continuado modificando en cada etapa histórica con sus avances técnicos, así como las innovaciones que moldean la forma en que los partícipes del sistema se relacionan de manera pasiva o activa, consciente o inconsciente, con el capital. Empero, dentro de estas definiciones, en el nacimiento del término, es identificable la carga geográfica de contextos europeos, lo cual podría sesgar las condiciones del capital-mundial, y las condiciones que originan las posiciones de los países llamados “en vías de desarrollo”, generalmente ubicados en el sur geográfico.

Los teóricos en desacuerdo con el capitalismo como “mejor sistema concebible”, emanan de las contradicciones del sistema, tales como la caída de ciertas características del liberalismo o el *welfare state* (que se verá adelante en este capítulo), la acumulación de capital que trajo la industrialización, la obtención de ganancias por medio de la plusvalía del trabajo ajeno o la generación de estigmas raciales o símiles para justificar la posesión diferenciada del capital, son críticos que buscan la abolición del sistema o sus condiciones. Se percibe las relaciones dentro del contexto económico como resultado de:

[...] la colonialidad del poder global, con su jerarquía etno-racial mundial, [que] asignaba formas de trabajo coercitivas a los pueblos no-europeos y formas de "trabajo asalariadas y libres" a los obreros europeos. Los monopolios y la dominación del capital financiero han estado presentes como formas dominantes desde el siglo XVI y las relaciones centro-periferia fueron constitutivas del capitalismo global ya desde ese entonces. (Grosfoguel, 2007, pág. 19)

Dado que las principales plataformas han surgido dentro de los “países desarrollados”, estas percepciones de las ventajas, y la forma en que la acumulación de capitales originada de la interacción de los entes económicos digitales termina por ser plusvalía de esta diferencia

geográfica, es decir, transferida al capitalismo global en una acumulación claramente identificable:

[...] las transformaciones cualitativas de los sistemas de acumulación entre una fase y otra de su historia construyen las formas sucesivas de la polarización asimétrica centros/periferias, es decir, del imperialismo concreto. El sistema mundial contemporáneo seguirá siendo, en consecuencia, imperialista (polarizante) para cualquier futuro posible, en tanto la lógica fundamental de su despliegue siga estando dominada por las relaciones de producción capitalistas. (Amir, 2007, pág. 2)³

En el enfoque de esta discusión los análisis más relacionados con el tema en cuestión son las plataformas digitales y redes sociales, desde los lugares de su fundación (países con capitalismo originario y desarrollo primigenio), que terminan por mostrar parte de los privilegios y los lugares donde surgieron estas etapas del desarrollo capitalista. Se retoman algunas de las más relevantes para la comprensión del fenómeno estudiado: en las nuevas configuraciones económicas y su relación con nuestro uso de las tecnologías emergentes, esto es, en que transformaciones del sistema mismo surgen estas innovaciones tecnológicas.

Dentro de las fases más recientes, la etapa de desarrollo⁴ designada como Fordista/Keynesiana es de crucial importancia para este estudio, por ser la inmediata anterior al desarrollo de las nuevas tecnologías y en cierto modo, su conformación es el origen de la misma.

Tras la finalización de la segunda guerra mundial, la organización del mundo capitalista proyectó nuevos imaginarios nacidos al amparo de los Estados de bienestar keynesianos, a producción fordista, el consumo masificado y la estructuración corporativa de ciertos principios

³ No es de extrañarse que dichas condiciones materiales del mundo tomaran el rumbo aquí descrito. Marx lo mencionaba desde el manifiesto comunista, la tendencia al internacionalismo que es apreciable en todos los aspectos de la producción material, que beneficia a los poseedores originarios del capital, en primera instancia. Se menciona que “al explotar el mercado mundial, la burguesía ha conferido un carácter cosmopolita a la producción y al consumo de todos los países... en lugar del antiguo aislamiento y de la autarcía local y nacional, se introduce el tráfico universal y la interdependencia de las naciones... (La burguesía) fuerza a adoptar, so pena de sucumbir, los métodos de producción burgueses. Y las obliga a aceptar la civilización, es decir, hacerse burgueses.” (Marx, 1948: 18)

⁴ Aunque es común utilizar el término “fases de desarrollo”, los teóricos poscolonialistas, como Grosfoguel en su artículo “las fases superiores del eurocentrismo”, consideran este término de fases, eurocéntrico, una denostación de la realidad de los países llamados en vías de desarrollo, tercer mundo, y otros que no enfatizan la relación geopolítica imperialista. En este trabajo se utiliza el término en cuanto a fases para dar pie a la explicación del surgimiento de redes en un contexto temporal. Las fases comúnmente mencionadas son: capitalismo mercantil, industrial, terminando en el (neoliberalismo) capitalismo actual que recibe múltiples denominaciones, estas denominaciones pueden ser consultadas en Fases del capitalismo, de Luiz Carlos Bresser Pereira, (2011).

básicos de socialización con particular centralidad de la relación salarial. (Trucco, 2012, págs. 5-6)

Etapla caracterizada según Ordoñez (2004), por un “welfare state”, principalmente en Estados Unidos de Norteamérica, que establece el *american way of life* y también origina mitos de bienestar provenientes del flujo económico originado por la producción en serie. Entre las características puntuales que menciona el autor se encuentra en la figura 3 el siguiente compendio con las principales:

Figura 3

Fase de desarrollo Fordista Keynesiana

CARACTERÍSTICAS DE LA FASE DE DESARROLLO FORDISTA KEYNESIANA	
Base tecnológica	Motor de combustión interna y electricidad
Forma de producción y crecimiento económico	Fordismo keynesianismo
Sector articulador y dinamizador del crecimiento	Complejo industrial automovilístico, metalmecánico y petroquímico
Forma de organización y solución de los conflictos entre clases y grupos sociales	Corporativismo social con solución del conflicto social en la distribución del producto
Ideología	El estilo de vida americano (<i>the american way of life</i>)
Cultura	Cultura de masas, consumo de masas
Forma de Estado	Estado social o benefactor
Fuente: elaboración propia.	

Nota. El gráfico expresa las principales características del estado de bienestar. Ordóñez, S. (2004). La nueva fase de desarrollo y capitalismo del conocimiento: elementos teóricos. *Comercio exterior*, 54 Página 2

Las etapas de desarrollo del sistema tienen un límite que se alcanza dependiente de los procesos de estancamiento o acumulación, necesitan de cierto dinamismo⁵, que se encuentra en las reformas y creaciones materiales o de técnica que se llevan a cabo para fomentarlo. En este sentido, suceden transformaciones sociales derivadas de modificaciones en el enfoque económico cuando hay periodos de estancamiento. Es probablemente eso lo que sucedió a la

⁵ Los ciclos descritos, han sido previamente mencionados dentro de la definición de capitalismo para Schumpeter, por la necesaria existencia de innovaciones.

etapa fordista keynesiana cuando agotó su modo de producción masificada y necesitó de un nuevo estímulo para su transformación, que se dio principalmente desde las modificaciones en los aspectos financieros y posteriormente, digitales.

El origen de lo que hoy acaece respecto a redes, ocurre siendo consecuencia del desarrollo de nuevas tecnologías se dio por modificaciones:

[...] en las fases previas al desarrollo actual del capitalismo, lo que dio paso a la economía predominantemente digital, informática, algorítmica, se sucedió de forma tal que permitiera fundar las bases para el surgimiento de algo distinto a la forma en que la economía se había sucedido, esto es, el surgimiento del neoliberalismo ubicado con Thatcher y Reagan... Posterior, en la década de los 70s con la depresión inflacionaria, se culminó con la finalización del sistema monetario *Bretton Woods*, dejando de lado la convertibilidad del dólar. Esta situación, agregó un detrimento de fordismo, la burocratización de instituciones keynesianas y la dificultad ante la inflación que incidió en una caída de la tasa de rentabilidad de un 8.3% a un 5.5% en 1973. (Dabat, 2015, s.p.)

Este cambio en la economía marca el surgimiento de estos elementos capitalistas que se dan en los espacios de mayor desarrollo tecnológico, en los que florecen nuevos emprendimientos que tienen como finalidad el aprovechamiento de las facilidades que otorgaba el incipiente internet y la masificación de sistemas de otorgamiento crediticio. Esta creación, quizá originada de los cambios en la macro economía, da la pista de donde está su origen, que determinó un nuevo tipo de interacción dentro del sistema, que se vuelve el más notorio, de alguna forma, el más presente y preponderante por el alcance y crecimiento exponencial que se dio del internet.

1.4.1 El capitalismo actual

Hay varias características que pueden describir al modelo económico-político-social vigente del capitalismo. En las características básicas que pueden ayudar a identificar el capitalismo, Comin y Gervasoni (2009), incluyen:

- Propiedad de los medios de producción y el papel principal de las empresas dentro del sistema-mundo. Las empresas pueden ser dirigidas por personas que no las poseen, y

pueden manejar de manera libre su capital en cuanto a compra, venta, inversión de sus productos.

- Acumulación de capital, lo cual moldea ciertas conductas para los integrantes del sistema orientándose de igual forma a tal fin.
- Mercado libre de compraventa, competencia por el consumo entre entes empresariales.
- Mercado libre de compraventa de la fuerza de trabajo. Los trabajadores ofrecen sus servicios, en teoría, bajo el amparo de la ley.

Se puede agregar a estas características la mencionada por Vallier (2022), referente al neoliberalismo, donde menciona que el estado tiene relativamente poca injerencia ante la existencia de un limitado estado de bienestar, y de Fumagalli (2010), la característica intrínseca del capitalismo como una economía monetaria, crediticia y financierizada:

Puesto que el objetivo de la actividad de acumulación es la generación de plusvalor y no de plusproducto, es decir, la generación de un beneficio monetario, que se concreta a través de la fase de realización, la economía capitalista es también una economía intrínsecamente monetaria. La caracterización de la economía capitalista como «monetaria» deriva también de la función desarrollada por la moneda en tanto moneda-crédito. (Fumagalli, 2010, pág. 34)

Son reconocibles varios de los elementos indispensables, previamente descritos para la existencia del capitalismo, como lo son: la preponderancia de la técnica para la producción y el uso del capital para llevarlas a cabo, ya sea por medio de dinero habido o generado por medios crediticios. Al tiempo, comienzan a aparecer características que psicologizan el término desde la volición y las predisposiciones humanas del acto en función de una finalidad. Natural es que dichos elementos sirvan como predisposiciones para la acumulación de la riqueza.

Se moldea una realidad económica que tiene implicaciones en las relaciones sociales que se establecen cotidianamente. Derivando también en realidades político económicas que no siempre son las más deseables, al menos no para la mayoría de la población que no forma parte de los

senderos de riqueza que acarrea la acumulación, esa que necesariamente implica un sistema económico como este en el que actualmente se desenvuelve la realidad social.

Los componentes descritos se insertan dentro de un contexto cambiante de la economía global, las transformaciones que han llevado a un periodo de creciente mundialización, financierización y digitalización de varios aspectos de la vida. Son transformaciones que bien pueden ayudar a describir el mundo de hoy puesto que cada innovación en el sistema supone un punto de quiebre en él.

1.4.2 Capitalismo y economía: un mapa entre neologismos

En épocas recientes en ciencias sociales, ha surgido una ola de distintas denominaciones a fenómenos semejantes. Sociólogos, filósofos, historiadores, buscando acrecentar y mejorar las herramientas discursivas emiten nuevas posibles denominaciones a los diferentes fenómenos que acaecen en el mundo. Así, logrando quizá de manera indirecta un mar teórico del cual hay que ser atento para tomar lo más pertinente de cada uno de los puntos de importancia dependientes de la investigación en turno.

Cada nuevo trabajo de investigación se encuentra ante un reto doble: el primero, encontrar las herramientas y teorías que permitan armar su engranaje teórico, segundo, comprender la forma y las relaciones que se dan entre ellos y dar sentido a los diferentes discursos en una forma coherente. Lo importante, es donde se colocan los acentos, siendo así varios los nombres que se le otorgan, en este caso, al capitalismo y el calificativo que se le adhiere. Esto sucede también para los tiempos que estamos viviendo, en un mar de denominaciones o como se menciona en el título del apartado, navegar entre neologismos. También aplica para los tipos de “economía” que se dan dentro del sistema.

Ya se han definido en términos históricos el capitalismo y sus características actuales. Lo posterior, es situarlo dentro del contexto de este trabajo y sus necesidades, existiendo muchas otras percepciones que no se consideran indispensables para este tratado, por ello, se toman las de mayor relación y relevancia con el tema y enfoque expuesto. Se considera el sistema capitalista como un ente integrador, que incorpora las tendencias actuales no como un método válido para nombrar sus fases y desplazar nociones previas, sino como un elemento de importancia para analizar las vertientes en las cuáles se desenvuelve el sistema. Dentro del capitalismo actual, vigente, siguen conviviendo todas sus características independientemente de las “fases”, prestando especial atención a aquellas denominaciones que mejor explican los fenómenos actuales en su relación con el objeto de estudio presentado; en los engranajes teóricos que aporten al entendimiento del surgimiento de las nuevas tecnologías, principalmente informáticas en donde conviven plataformas y redes sociales dentro del internet.⁶

La primera línea es el capitalismo cognitivo, una percepción surgida tras las innovaciones que acompañaron a la creación de los ordenadores y demás innovaciones tecnológicas. En esta percepción del capitalismo Vercellone (2016), reconoce una modificación parcial en los patrones de acumulación del sistema, puesto que la producción ahora se apoya sobre consumos inmateriales y materiales que aseguran su reproducción, basados en el conocimientos, ya no el modelo de antaño de mercancías estandarizadas para el consumo. Esto se basa en la privatización, transformando esos nuevos consumos en propiedades y convirtiendo el conocimiento en mercancía y capital ficticio.

⁶ Hay una gran cantidad de locuciones adheridas al capitalismo, no obstante, se presta especial atención a las relacionadas con este trabajo, esto es, el desarrollo de plataformas y redes sociales en línea. Ordoñez, (2008) en su artículo *La nueva fase de desarrollo y el capitalismo del conocimiento*, hace mención a otras denominaciones como: *sociedad red*, *sociedad posindustrial*, *economía digital*, *economía del conocimiento*. Se hace alusión de la invención del transistor y el uso de bulbos, su paso a microprocesadores y su culminó en las computadoras como base material de este cambio económico basado en avances electrónicos y el desarrollo de nuevas tecnologías.

El capitalismo actual da un viraje que implicaría otorgar un peso de importancia a la creación y a la propiedad intelectual susceptible de crear valor monetario. Esto aplica para todo tipo de invento, material como productos, o inmaterial, como software.

El término capitalismo designa [...] la permanencia en los cambios de las variables fundamentales del modo de producción capitalista – en particular el papel motriz de la ganancia y la tendencia a transformar el conjunto de los bienes en capital y mercancías ficticias. (Vercellone, 2013, pág. 3)

No toda labor de creación se manifiesta de forma material tangible, sino dentro de un aspecto relativamente abstracto en el cual es posible encontrar muchas de las innovaciones más recientes, inclinadas al medio digital y su relación con las empresas nacientes y las modificaciones en el modo de consumo, o modificaciones en los mercados como las que menciona Sierra (s.f.):

La fragmentación de las cadenas productivas de bienes y servicios creativos en economías de escala configurando mercados globales y redes de intercambio, producción y distribución que afecta incluso a las formas de acceso y consumo cultural (hipótesis *Netflix*). La intensificación de la movilidad, competencia y apropiación privada de los mercados culturales cautivos en el marco del Estado-nación (lógica *Amazon*). La mercantilización y uso instrumental de la cultura en procesos de especulación del capital rentista como por ejemplo el proceso de modernización de los territorios (tipo *Google*). (Sierra, s.f., pág. 1)

El capitalismo cognitivo da una pista importante sobre los procesos que llevaron a cabo la transformación de ideas a creaciones, en este caso, haciendo referencia a los software y las demás empresas que surgieron de las creaciones digitales posteriores a la década de los noventa con el crecimiento masivo del internet. Es de importancia para este análisis, puesto que, de las denominaciones de trabajo, es la más enfocada al trabajo y producción inmaterial, como lo son los software que dan origen a las plataformas digitales.

El *segundo término es el capitalismo de vigilancia*, donde encontramos teóricos como Zuboff (2020), quien enlista las siguientes definiciones para esta locución, como “[...] jerarquía económica[...] que reclama[...] la experiencia humana como materia prima gratuita[...] para una serie de prácticas comerciales de extracción, predicción, ventas[...] en que la producción de

bienes y servicios se subordina a una nueva arquitectura global de modificación conductual” (Zuboff, 2020, pág. 9).

El trabajo titánico de Zuboff (2020), es una recopilación de las características de lo que denomina capitalismo de vigilancia, en el cual es de vital importancia la recopilación de datos que se lleva a cabo por medio de la entrega pasiva de datos, esto permite moldear ciertos aspectos del *feed* (actualización de contenido), que permite una personalización del contenido que se ofrece, basado en los algoritmos y el conocimiento de los diferentes gustos y patrones, apelando al modo de funcionamiento fisiológico del cerebro, propiciando una mayor entrega de datos y teniendo múltiples referentes desde los cuales analizar, predecir y moldear comportamientos y hábitos.

El tercer término capitalismo de plataformas. Sobre sustento teórico de este término, su origen “[...] es que, con una prolongada caída de la rentabilidad de la manufactura, el capitalismo se volcó hacia los datos como modo de mantener el crecimiento económico y la vitalidad, de cara al inerte sector de producción” (Srnicek, 2018, pág. 13). Se mencionan dos fases del proceso, la recolección de datos, posterior, el análisis de los mismos. Amarilla (2019) relata sobre las tesis de Srnicek que:

[...] presenta las *plataformas* como un tipo de empresa que se caracteriza por proporcionar la infraestructura para mediar entre diferentes grupos usuarios, desplegar tendencias monopólicas impulsadas por efectos de red, hacer uso de subvenciones cruzadas para captar diferentes grupos usuarios y por tener una arquitectura central establecida que controla las posibilidades de interacción. (Amarilla, 2019, pág. 220)

El capitalismo de plataformas se muestra como una perspectiva que abona a la teoría basada en los diferentes emprendimientos surgidos de manera digital. Se pueden mencionar las redes sociales, tales como *Facebook* o *Instagram*, pero también plataformas con costo como *Amazon*, *Netflix*, *Youtube*, *Spotify*. Todas aquellas que representan el nuevo tipo de interacción económica con el algoritmo y su naturaleza digital.

Como un cuarto elemento, se considera la economía de la atención, elemento que será tratado a mayor profundidad en el segundo capítulo. La atención, hace referencia a la creciente importancia dentro del ente económico del tiempo de gasto de los usuarios en diversas redes sociales (otrora en periódicos, televisión y radio), el modo en que esta categoría de lo mental se utiliza para generar ganancias económicas, designa a uno de los elementos centrales del presente trabajo.

La economía algorítmica o del algoritmo, este quinto término, hace referencia a dos partes de un mismo fenómeno, el mecanismo y la acción, esto es: los algoritmos que hacen funcionar el “capitalismo de vigilancia”, estudiando el comportamiento, personalidad y gustos de los usuarios y su finalidad, que es optimizar el gasto de tiempo en plataformas sociales para generar valor ante posibles compradores, o vendedores de publicidad.

Ambas referencias económicas, son dos denominaciones que hacen referencia a un mismo fenómeno. Complementarias en su modo de aplicación, siendo más abarcativa la referente a la economía de la atención, que termina en aplicarse por medios algorítmicos.

1.4.3 ¿Cuál es el principal interés del capitalismo en un mundo hiperconectado?

Para realizar la pregunta, ¿cuál es el principal interés del capitalismo en un mundo hiperconectado?, primero se debe responder a la pregunta, ¿cuál es el principal interés del capitalismo? Los datos sugieren la intención general del sistema de la acumulación de riqueza en una élite empresarial que no está relacionada con los estratos más bajos de las diferentes clases sociales. Dicha clase, busca maximizar las ganancias de su engranaje de producción y propiedad que puede tener varios orígenes.

La acumulación de unos implica necesariamente la creación de una brecha de desigualdad difícilmente sorteable. En palabras de Pikety, (2014):

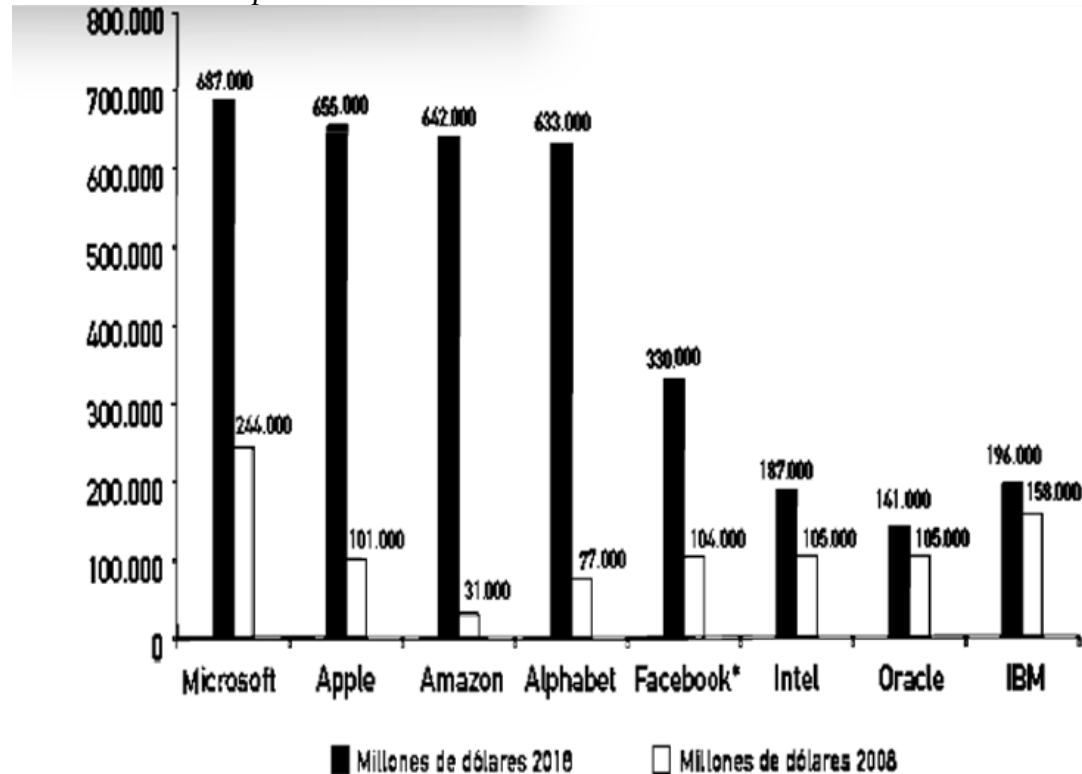
Por definición, en cualquier sociedad la desigualdad en los ingresos resulta de la suma de estos dos componentes: por una parte, la desigualdad en los ingresos del trabajo y, por otra, la desigualdad en los ingresos del capital. Cuanto más desigualmente están distribuidos estos componentes, mayor es la desigualdad total. (Pikety, 2014, pág. 237) ⁷

Un indicio del tremendo crecimiento que las modificaciones de la economía han traído, es el aumento en el capital que se concretó en tan solo 10 años (visible en el ejemplo gráfico de la figura 4), con la acumulación implícita que estos procesos acarrearán. Dentro de este nuevo paradigma económico: digital, tecnológico, informacional y de atención, las ganancias han tenido un crecimiento exponencial en las empresas que se dedican a labores relacionadas con estos ámbitos tecnológicos.

⁷ En los apuntes sobre acumulación originaria de Galafassi, (2014), toda creación de plusvalor necesita materializarse también como posible valor acumulativo y de inversión. Es esta una finalidad económica de los grandes participantes del sistema. La acumulación privilegia la permanencia de una élite como los poseedores de los grandes capitales.

Figura 4

Crecimiento de empresas de reciente creación del 2008 al 2018



Nota. La imagen refleja el amplio crecimiento económico de empresas de creación relativamente actual. Albino, P. Crítica al hiper capitalismo digital. (2019) Pág. 16.

La situación actual no difiere mucho y los datos parecen indicar hacia donde se encausa todo el aparato capitalista. Incluso, hay factores de riesgo que terminan por ser benéficos para los capitalistas mayores, en este caso, los relacionados con entes de plataformas. En el informe de OXFAM (2022), acerca de las desigualdades, el panorama no beneficia de la misma forma a los diferentes grupos de personas. Entre los datos es posible identificar que incluso los periodos de estancamiento social, o crisis pueden ser benéficos para los grandes poseedores del capital. La pandemia, sirvió a ciertos entes empresariales para maximizar sus ganancias, esto se afirma a pesar de las modificaciones en el modo de vida que implicó el proceso de encierro parcial o total. En el informe se menciona de las dificultades enfrentadas por la mayoría de la población:

[...] mientras que, según se estima, más de 160 millones de personas han caído en la pobreza. Mientras tanto, se calcula que cerca de 17 millones de personas han perdido la vida a causa de la COVID-19, una magnitud de muertes sin precedentes desde la Segunda Guerra Mundial. (OXFAM, 2022, pág. 8)

Estos informes que se realizan de manera periódica, muestran que la situación no parece tener una salida hacia una economía solidaria y responsable. En cambio, las cifras muestran que hay un aumento en la desigualdad, producida por la acumulación originada de las prácticas monopolísticas que se realizan de manera cotidiana en el mundo. El informe OXFAM (2024), da cantidad de ejemplos y cifras que confirman la situación descrita:

[...] el enorme aumento de la riqueza extrema observado desde 2020 se ha hecho patente. La riqueza de los multimillonarios se ha incrementado en 3,3 billones de dólares (es decir, en un 34 %) desde el inicio de esta década de crisis; una fortuna que crece a un ritmo tres veces mayor que la tasa de inflación. Esta riqueza se concentra en el Norte global. Si bien solo el 21 % de la humanidad vive en países del Norte, estos albergan el 69 % de la riqueza privada y el 74 % de la riqueza multimillonaria del mundo. (OXFAM, 2024, pág. 5)

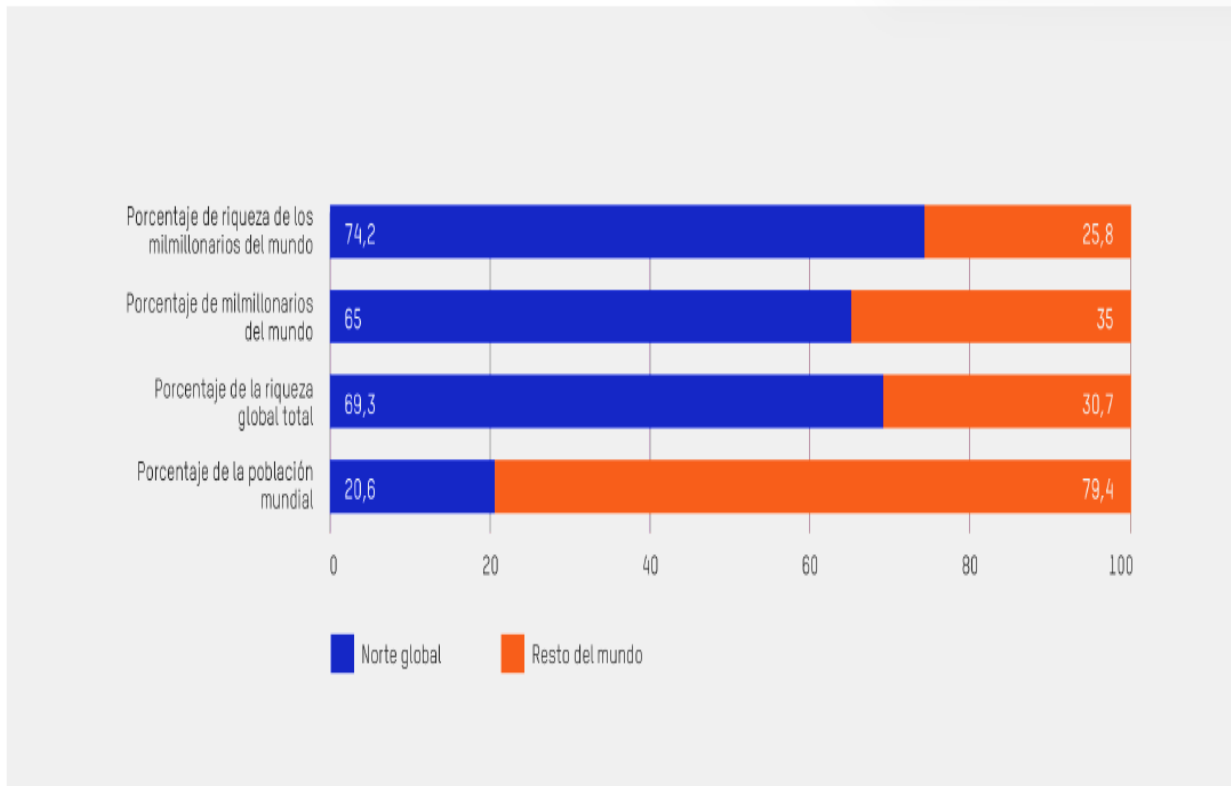
La concentración no se da solo atendiendo a entes empresariales, sino también atendiendo a cierta posición geográfica que les privilegia. Se mencionan 4 principales motivos que fomentan la aparición de prácticas monopolísticas y acumulación excesiva de riqueza: privilegiar la ganancia del empresario sobre la remuneración de los trabajadores, evasión fiscal, privatización de bienes y servicios públicos y la promoción tácita del cambio climático. La figura 5, muestra el siguiente gráfico del informe:

Figura 5

Representación de concentración de riqueza en el norte global

GRÁFICO: LOS RICOS DEL NORTE GLOBAL SIGUEN SIENDO LOS DUEÑOS DEL MUNDO

Concentración de riqueza en el Norte frente al resto del mundo (%)



Fuente: Cálculos de Oxfam a partir de datos de la lista de millonarios de Forbes⁷⁴ y el *Global Wealth Report 2023* de UBS.⁷⁵

Nota: Este gráfico muestra de forma comparativa la distribución de la riqueza entre el norte global y el resto del mundo. Oxfam, (2024) Desigualdad S.A.

Las razones, implicaciones y resultados aquí expresados terminan por promover la acumulación de ganancias y capital sobre el bienestar de los ciudadanos. En resumen, el mayor motivador del sistema actual es la ganancia económica reflejada en valor monetario. Esto aplica para las empresas de origen capitalistas, en cualquiera de sus fases, incluidas aquellas con las que la sociedad vive en este siglo, con el desarrollo de nuevas tecnologías:

El capitalismo del siglo XXI no puede negar los extraordinarios avances en materia de ciencia; sin embargo, en términos de bienestar social, el capitalismo no ha cumplido con el cometido fundamental de mejorar las condiciones materiales de nuestra existencia, la superación de la miseria y el aumento en la esperanza de vida. Por el contrario,

solamente ha producido bienestar en pequeños sectores de la élite mundial. (Vázquez, 2017, pág. 4)

2 Economía de la atención, ¿forma de oportunismo psicológico cognitivo?

La atención, es un fenómeno cerebral que se refiere a los mecanismos y zonas cerebrales que se activan dependientes del lóbulo frontal, donde se desarrollan realizan actividades mentales de orden superior conocidas como funciones ejecutivas, es decir, que son “[...] responsables directas o indirectas de todas las funciones que realiza el lóbulo frontal, ya que supervisan y coordinan las actividades relacionadas con inteligencia, atención, memoria, lenguaje, flexibilidad mental, control motor y regulación de la conducta emocional” (Portellano, 2005, pág. 103), convirtiendo a la sección del lóbulo frontal en el centro de la persona, de su humanidad. La atención, es una de las actividades cerebrales clave en la regulación de la persona. McCallum (2024), menciona la atención como la capacidad de tener conciencia en el aquí y en el ahora, tener conciencia en la cual se focaliza la conciencia sobre algún fenómeno. Sin embargo, es reconocible que, a pesar de tener un componente volitivo, no es posible controlar la totalidad de los estímulos a los alguien se pueda sentir atraído.

Lo que en este capítulo se designa como “economía de la atención”, se refiere al término creado por Herbert Simon en la década de los ochentas, en palabras del autor en su blog personal en 2006:

Por economía de la atención me refiero entonces a un sistema que gira principalmente en torno a pagar, recibir y buscar aquello que es intrínsecamente más limitado y no reemplazable por nada más, es decir, la atención de otros seres humanos. (Simon, 2006: s.p., traducción propia)⁸

Myllylahti, (2018), menciona la conexión necesaria que se hace entre economía y empresas interesadas en ampliar su alcance:

En esta economía, la atención se considera un recurso escaso, una mercancía o una forma de capital, y por lo tanto se considera valiosa[...] las plataformas de redes sociales ofrecen a las empresas un valor monetario al brindarles atención como un recurso:

⁸ En el original: “By the Attention Economy, then, I mean a system that revolves primarily around paying, receiving, and seeking what is most intrinsically limited and not replaceable by anything else, namely the attention of other human beings” (Simon, 2006: s.p.).

ofrecen una exposición al máximo número de “ojos” que luego pueden venderse a los anunciantes y monetizarse. (Myllylahti, 2018, pág. 5, traducción propia)⁹

La economía de la atención responde a lo que se denomina dentro de esta investigación como oportunismo cognitivo-psicológico. La economía capitalista, a lo largo de su historia ha tenido una relación cercana con la búsqueda de “anzuelos”, que se traducen como estrategias de ventas que permitan a las diversas empresas llevar sus productos a la mayor cantidad de personas posibles. Esto es, apelar por los medios disponibles, la historia del cómo se ha continuado su desarrollo y la forma en que interpelan, desde su evolución, puede ser una guía adecuada para entender el modo de vida actual, de las nuevas generaciones nacidas en un entorno completamente digital.

2.1 De la economía conductual a la economía algorítmica

Comerciantes de la atención, de Tim Wu (2020) tuvo un amplio reconocimiento por lo titánico y amplio de su análisis de las características del modelo de negocios basado en la captación de atención. Realiza un interesante recorrido que permite identificar las principales corrientes y la forma en que en las diferentes etapas se ha utilizado mecanismos para captar la atención de los usuarios. Se verá a lo largo de este breve resumen, cada etapa apela a una vulnerabilidad humana, ya sea dentro de un aspecto conductual, o meramente de respuesta automática ante estímulos placenteros. Dicho sea, todos los siguientes son considerados comerciantes de la atención, ya que más allá de lo interesante o innovador su finalidad sigue alineada con el sistema: generación de ganancia por los medios disponibles, en este caso, la captación de la atención y su reventa.

⁹ En el original: “*In this economy, attention is seen as a scarce resource, a commodity or a form of capital, and therefore it is regarded as valuable... social media platforms offer news companies monetary value by providing them attention as a resource: they offer an exposure to the maximum number of ‘eyeballs’ which can then be sold to advertisers and monetised*” (Myllylahti, 2018, pág. 5).

Wu (2020), describe que en una primera etapa (a finales del siglo XIX), se comenzó desde los periódicos que emitían noticias sensacionalistas, que tenían la finalidad de captar de forma masiva la atención del público. Estos primeros comerciantes de la atención, que también coinciden con ser un medio de comunicación e información masivos, apelaban a la necesidad humana de entretenimiento. A un nivel de estado básico, de novedad, así como espectáculo, o el morbo característico de sucesos poco comunes. Esta es la primera aplicación intencional de la captación de la atención: mediante titulares escandalosos y apelaciones sensacionalistas.

La segunda etapa, describe Wu (2020), se dio principalmente entre las décadas de 1920 a 1950, pertenece a la radio, el nuevo gran paradigma de comunicación. Emergiendo como un medio gratuito, pudo sostenerse gracias a la publicidad. Aumentando la capacidad de retención de lo otrora adquirido por los periódicos, ofrecía también música y entretenimiento además de las noticias o polémicas escritas habituales. Para retener usuarios, adhirió la sensación de compañía al hogar y aprovechando un terreno fértil: el tiempo libre, estableciendo una conexión emocional con los programas y usuarios.

Como una tercera etapa, relata Wu (2020), se reconoce entre las décadas de 1950 a 1980 aproximadamente (pudiéndose extender hasta inicios de los 2000 dependiendo de la posición geográfica de acceso a internet), se encuentra a la época dorada de la televisión, cuando se dio la mayor cantidad de *engage* (enganche) y relación dentro del espacio. Poco a poco se conquistaba el terreno de los sentidos, entrando ahora al campo visual. Se convirtió prontamente en el principal medio de entretenimiento, tanto por su contenido como por lo innovador de su publicidad. Cadenas como la NBC y la CBS dominaron el mercado emergente y en su consolidación.

En la década de 1990, comenta Wu (2020), comienza a expandirse el que en épocas recientes se convertiría en el principal medio de comunicación y entretenimiento. El cambio del entretenimiento se dio de forma radical, plataformas como *yahoo!*, así como otros motores de búsqueda ofrecieron alternativas a los medios antes vistos: la televisión, la radio y los periódicos, que se consideran los “tradicionales”. La búsqueda de gratificación inmediata fue la gran aliada para ingresar al terreno de la atención humana, así como la cantidad de información disponible, entretenimiento, así como el acto de emerger en su conexión social, apelando al deseo de interacción, así como a la necesidad de respuesta rápida.

A partir del 2000, argumenta Wu (2020), comienzan las redes sociales y el *big data* como predominantes, dentro de internet, otrora controlado principalmente por motores de búsqueda. *Facebook*, *Instagram* y *Twitter* comienzan la monetización mediante publicidad hipersegmentada, alimentada en gran medida por la cantidad de datos personales disponibles. Haciendo uso de los modos de apelación básicos, continua con el uso de la gratificación inmediata, agregando botones de “me gusta”, notificaciones y comentarios. Se centran en recompensa variable, el deseo de pertenencia y socialización, así como el denominado “*FOMO*” (“*fear of missing out*, miedo de quedarse fuera”).)

Para Wu (2020), es a partir de la década de 2010 a la fecha que, por medio de algoritmos avanzados, diferentes plataformas, incluidas las antes mencionadas de redes sociales, pero agregando nuevas como *TikTok*, servicios de *streaming* y *Youtube* ajustan el contenido para ser ofrecido completamente adaptado a los intereses y hábitos de los usuarios, aumentando esto el tiempo de uso de las diferentes plataformas. La búsqueda de placer a un nivel cognitivo, básico, elemental, es la principal medida en la que se optimiza a los usuarios. Esto no es difícil de lograr,

siendo un contenido elegido específicamente para la persona que usa las plataformas sin una necesidad de esfuerzo, más allá que la interacción con los algoritmos.

Hay una necesidad previa al esclarecimiento de estas cuestiones de admitir que los avances tecnológicos derivados del internet, así como sus medios de comunicación a través de redes sociales: llegaron para quedarse. En las últimas tres décadas (basado en la temporalidad descrita por Wu previamente), las personas han asistido de manera pasiva o activa, a la modificación de las formas y los medios en que se solía comunicarse, con la normalización del uso de los diferentes dispositivos móviles. Es un cambio que influye también en los hábitos de consumo, parte de estos cambios, derivaron en eventos tremendamente notorios como la caída de la televisión y el radio como los medios predilectos para la información y el esparcimiento. Los nuevos hábitos están anclados al internet.

El fenómeno de la búsqueda de la atención, es una larga concatenación de eventos que primero apelaban a los sentidos más básico que al volverse más compleja, inicia la economía conductual para el aprovechamiento de debilidades cognitivas, psicológicas y que ahora se conforma como tecnología de la personalización. Teniendo como principal diferenciación entre la manifestación de sus procesos, en su etapa más reciente, el surgimiento de internet y el desarrollo empresarial que se ha dado en el ciberespacio con las plataformas digitales y las redes sociales en línea.

2.2 El punto de inflexión: la disolución de la privacidad

No es un tema de reciente preocupación la cantidad de información y datos recopilada por las redes sociales y plataformas en línea, en las cuales los datos pueden ser usados por ellas. Son los usuarios, quienes posibilitan a las plataformas realizar análisis tan detallados y refinar sus herramientas para ofrecerles contenidos personalizados. En la forma en que se manejan

actualmente los datos, las plataformas utilizan medios evidentes, y al tiempo, confusos para convertir el tiempo de vida en una mercancía.

Se comienza por la aceptación de los términos y condiciones que permitirán hacer uso de algún servicio, los cuales, terminan por acceder a grandes cantidades de información para predecir futuros movimientos de los usuarios. La vigilancia de los espacios donde sucede la vida, se ha convertido en una norma en esta nueva economía.

En Vercelli (2018), hace referencia en su conferencia a uno de los ejemplos más populares de la última década, el escándalo dado a conocer por medios internacionales de habla inglesa acerca del manejo de datos con fines electorales, el denominado “Cambridge analítica”. Este acercamiento, aunque extremo, da una pista de las posibles implicaciones que tiene la entrega que de forma pasiva los usuarios permiten que se aplique sobre sus datos, esto es, en los términos y condiciones (en algunas páginas mencionado como términos y política).¹⁰

Los datos se recopilan de diversas formas. El primer gran aliado de los emporios digitales, son las denominadas cookies. Estos acompañantes irrenunciables de la red, sirven como pequeños rastreadores, radares de la actividad en línea con una eficiencia sorprendente. Williams (2020), realizando una descripción de las cookies, describe:

[...] eran solo un modo de seguirle el rastro al usuario mientras navegaba por las páginas de un mismo sitio web. No tardaron en emplearse además para rastrear el tránsito de usuarios de una web a otra y, en definitiva, para establecer sus itinerarios a lo largo y ancho de la red. (Williams, 2020, pág. 30)

Iniciando de esta forma, posteriormente se comenzaron a utilizar cookies de “terceros”, que usan la información del usuario de manera externa a la página visitada, al punto de sofisticación que en 2014 podían calcular si un cliente había asistido a una tienda tras ver algún anuncio.

¹⁰ Se hace mención al caso específico de filtración de datos en *Facebook* por ser el que cuenta con una mayor documentación y alcance exponencial, así como ser la empresa con más casos conocidos de uso indebido de información de los usuarios o cambios en sus términos y condiciones.

Véliz (2021) describe la situación de la interacción usuario-plataforma. Un ejemplo primordial son los condicionamientos para iniciar el uso de las diferentes plataformas cuyas "[...] configuraciones de todos los productos y servicios son, por defecto, poco amigables con la privacidad" (Véliz, 2021, pág. 205), puesto que "[...] las compañías cambian sus términos y condiciones continuamente" (Véliz, 2021, pág. 206). Posteriormente, relata la forma en que oportunistamente las plataformas modifican los términos y condiciones a modo. Se da otro ejemplo sucedido en Facebook; un estudio de "contagio emocional" que se llevó a cabo durante un tiempo, el cual se realizó sin consentimiento explícito. La finalidad de tal estudio era analizar si el estado emocional podía ser contagioso, mostrando a un grupo de participantes publicaciones positivas, y al otro, negativas. Después "... Facebook publicó un estudio sobre contagio emocional... no había incluido entre sus términos hasta cuatro meses después de que realizara el mencionado estudio la posibilidad de que se usaran datos a efectos de sus propias investigaciones" (Véliz, 2021, pág. 271).

La función de los términos y condiciones, o términos de uso y políticas es la de informar a los usuarios la reglamentación para el uso del servicio. No obstante, han sido utilizados como un respaldo legal, con uso ventajoso de la ambigüedad para ampararse en el uso y comercialización de los datos de los consumidores. Parte del problema, son las lagunas legales aprovechadas por las plataformas para realizar diferentes acciones. La autora menciona que "No tienes margen para negociar los términos y las condiciones, que pueden, además, cambiar en cualquier momento sin previo aviso" (Véliz, 2021, pág. 27).

La situación y los ejemplos otorgados son especialmente preocupantes puesto que el ofrecimiento opaco de los términos y condiciones, no puede considerarse dentro de los términos rectores como la transparencia, el consentimiento informado y un verdadero control sobre el uso

de los datos. A esto se agrega la opacidad con la que funcionan las modificaciones que se van dando sobre la marcha y en el uso de los servicios que ofrecen. Otra cuestión, es que no hay una verdadera accesibilidad, puesto que está supeditada a únicamente un clic sin una verdadera opción accesible para los usuarios de queja aclaración, aceptas o estás fuera, la opacidad del sistema entre en tensión con exigencias básicas como transparencia y consentimiento informado.

van den Hoven, Jeroen, Martijn, Wolter y Martijn (2024), mencionan las características mínimas que son requeridas para un tratamiento moralmente adecuado de la privacidad y los datos personales en principios básicos como el consentimiento informado, que proporcione cierto control de posibles efectos adversos y mencionan, aunque sea solo de inicio. Además, debería ser posible saber la finalidad de su uso, notificando a sus usuarios y se pueda rendir cuentas ante las autoridades competentes. A esto se agregan principios básicos como la transparencia y la accesibilidad.

Según Legislación sobre protección de datos y privacidad a nivel mundial, (2024), ya se cuenta con regulación en la mayoría de los países según informes de la ONU (Organización de las Naciones Unidas): 71% países cuentan con legislación, 9% países con proyectos de ley, 15% países se encuentran sin legislación y solo del 5% países sin datos. A lo largo del informe de la legislación, hay una gran presencia palabras como “consentimiento” y “voluntario”, respecto de las regulaciones en el mundo.

En consulta al manual Leyes de protección de datos en el mundo, por DLA Piper, (2024), se hizo revisión de varias de las leyes relacionadas a este fenómeno digital en las plataformas, encontrando muchas de las leyes fueron realizadas previo al auge de las plataformas digitales. Las leyes tienen como predecesora central la presentada en la Unión Europea, conocida como GDPR por sus siglas en inglés (en español: Reglamento General de Protección de Datos, 2020),

que es una de las normativas más estrictas a nivel mundial, busca entregar a los ciudadanos un mayor control sobre sus datos en esta creciente interacción con plataformas digitales. Sus sanciones incluyen retención de porcentajes de anuales de las empresas.

Se tiene como ejemplo central a California, la CCPA por sus siglas en inglés (en español: “Ley de privacidad de consumidor de California”, 2020); la cual fue pensada para regular el fenómeno específico de la recopilación de datos de datos por medios digitales y por entes empresariales derivados de los mismos, tales como las plataformas o las redes sociales, algo no sorprendente, dando la presencia del Silicon Valley en dicho estado, así como ser sede de varias de las mayores empresas de internet, tales como Google, Facebook y X. Estas leyes han creado un parteaguas a nivel mundial.

Según el mismo informe, China, ha comenzado la legislación a estos temas, ante la creciente integración a los mercados económicos en 2021 con su “Ley de protección de información personal”, en la que busca proteger los datos de sus nacionales así en este entorno digital, así como la transferencia de datos internacional y asuntos vinculados para su seguridad nacional.

En la legislación local, según el informe, México se encuentra entre los países que regulan la cuestión de los datos de manera implícita dentro de sus leyes, siendo para esta nación la “Ley federal de protección de datos personales”, publicada el 2011, misma que se establece bajo los mismos principios de consentimiento, transparencia, agregando derechos arco respecto de sus datos pudiendo tener: acceso, rectificación, cancelación y oposición respecto de y en la forma que se manejan los mismos.

A pesar de existir regulaciones en el contexto internacional en dicha materia de recopilación de datos, como se ha explorado en los previos párrafos, todo parece indicar que algunos términos como el “consentimiento informado” y la “transparencia” aún permiten la suficiente ambigüedad

como para utilizar los datos de manera que se cumplan los fines de recopilación de datos de las empresas. No obstante, los escándalos como el Cambridge analítica han permitido tener una mayor conciencia de la importancia de la claridad en los servicios y la forma en que se ofrecen, aunque los términos y condiciones se actualizan constantemente, dando por sentado (por parte de las empresas) que el uso de los servicios tras sus modificaciones implica su aceptación.

2.3 El oportunismo cognitivo – psicológico: el caso de las redes sociales y plataformas digitales

Se considera que hay una notoria vulnerabilidad que no está siendo evaluada con el potencial que tiene en cuanto a sus implicaciones en la sociedad contemporánea. La relación de este tema con lo previamente expuesto, es la necesidad de explorar los cambios que se han llevado a cabo en las percepciones de lo que es el ser humano y a la luz de las ciencias cognitivas, psicología y neurociencias, se llevan a cabo nuevas consideraciones que permiten esclarecer muchas de las limitantes humanas, que vienen otorgadas desde la evolución y configuración biológica, así como la potente influencia del entorno, que llega a ser condicionante.

Existen una considerable cantidad, por ejemplo, de predisposiciones psicológicas que llevan a el uso de redes sociales, cuestiones que pueden dar una guía acerca del tipo de características personales que pueden tener un mayor riesgo; entre estos elementos se menciona por ejemplo la existencia de los 5 grandes de la personalidad, que son “[...] la apertura a nuevas experiencias, tu preferencia por la planificación frente a la espontaneidad, tu grado de extroversión o introversión, tu nivel de afabilidad y tu propensión a experimentar emociones negativas como la ira y el miedo” (Veliz, 2021, pág. 74),¹¹ su uso para la clasificación de personas, influye en la forma en que los contenidos son presentados, debido a que pueden ser detectados los diversos

¹¹ El ejemplo del uso de los 5 grandes en el libro de Veliz, habla del modo en que los científicos recopilaron datos de los usuarios para predecir sus tendencias de voto dentro del escándalo de Cambridge analítica. Entre los pasos que se mencionan (parafraseados): predicción de personalidad, tendencia a ser votante, gasto de tiempo y muestra de contenido diseñado para ti, y análisis de las respuestas en áreas de vulnerabilidad psicológica.

factores y peculiaridades del individuo, que moldean su uso de las redes en línea y los matices de las diferentes personalidades, su reactividad. Es la primera muestra del oportunismo en plataformas y redes, conocer las debilidades de las personas a nivel psicológico y utilizarlo como apoyo y espejo de uso. Emplear esa información para saberles susceptibles de su uso repetido.

No solo existen los factores que predisponen al uso de redes, sino también las repercusiones psicológicas que puede tener su uso en diferentes rangos de edad. Esto es: las predisposiciones de personalidad o ánimo que pueden facilitar o hacer “blanco” de las técnicas de estos entes digitales y la finalidad última en términos de tiempo, así como las consecuencias que esto tendrá en la psique.

Sheldon, Rauschnabel y Honeycutt (2019), realizan en su libro *The dark side of social media* un interesante mapeo y ruta bibliográfica o de consulta, que sirve como medio orientador de los padecimientos que pueden surgir respecto del uso de redes sociales. Por ejemplo, en cuanto a la ansiedad se menciona a Labrague (2014), quien investigó la relación entre Facebook y la presencia de ansiedad y depresión, existiendo una correlación entre la presencia de síntomas de dichos padecimientos en su universo de estudio y la cantidad de tiempo usado en dicha plataforma. Por su parte, Vannucci, Flannery y Ohannessian (2017), dan información acerca del uso de tiempo de redes sociales. El resultado fue que las posibilidades de experimentar ansiedad aumentaban de manera correspondiente con el tiempo de uso de las mismas.

Hay situaciones relacionadas con el modo de vida que llevan a las personas al uso de redes. Por ejemplo, en su análisis Stevens, Humphrey, Wheatley y Galliher (2011), argumentan que el uso de Facebook puede ser un modo de reducir el estrés. Esto, originado de la posible cantidad de amigos que ofrecen soporte social y aportando al bienestar. No es sorpresivo, tomando en cuenta que su uso está diseñado para otorgar placer. Sin embargo, otras investigaciones como la

realizada por Bevan, Gomez, y Sparks (2014), muestran una relación entre el mayor tiempo de uso de las plataformas y el incremento del estrés, esto también relacionado al tipo de información compartida en redes, si hay predisposición y se comparten noticias negativas, el impacto a su vez es del mismo tono de dichas notas en la vida de las personas de tal estudio, realizado en el rango de edad entre los 18 y los 70.

Los tiempos y los ciclos de sueño, son alterados por el uso constante de redes sociales, Sheldon, Rauschnabel, y Honeycutt (2019), mencionan que la interacción con información interesante antes de acostarse desencadena respuestas tanto emocionales como hormonales que pueden reducir la capacidad de conciliar el sueño y permanecer en el ciclo de sueño, refiriéndose al modo en que la luz de los dispositivos afecta a los ciclos circadianos de la corporalidad.

La ambigüedad de algunos momentos de la vida cotidiana, así como la satanización contemporánea de los momentos de aburrición son un terreno fértil para el aprovechamiento de estos buscadores de la atención. Distrae el enfoque que se otorga a otros espacios de la vida, aprovechándose de los gustos, la autoestima y la interacción social. Se han encontrado nuevos espacios donde es fácil vulnerar las necesidades humanas. Las plataformas digitales y redes sociales, cuando se realiza un estudio sistemático de su conformación, así como de su modus operandi y resultados, evidencian ser la implementación de un sofisticado sistema de conocimiento e ingeniería social.

2.4 La ciencia detrás del algoritmo

Los antecedentes de la utilización de las vulnerabilidades cognitivas no son recientes, ya lo decían los conductistas; el cerebro, en su realidad conductual y la manifestación de diferentes patrones de comportamiento, pese a la complejidad de la conformación del ente subjetivo, sigue teniendo aspectos que reaccionan desde una realidad endocrinológica,

neurológica y psicológica de estímulos y respuesta. Esos fenómenos, explorados desde el aspecto cognitivo de los comportamientos y su incidencia previo a aplicaciones masivas como las actuales. Es decir, lo que en algún momento fueron pequeñas trampas y hacks del marketing, han evolucionado ante el avance de las ciencias a un sofisticado modo de conductismo al que, con la información disponible, se tratará de desvelar y aproximar en los siguientes párrafos.

Estas cuestiones tienen varias dimensiones, por lo que se han desarrollado una cantidad grande de términos que denominan estos fenómenos que en este trabajo de investigación se agrupan dentro del término general “economía del oportunismo cognitivo psicológico”, ante la inclinación que existe para aprovechar las vulnerabilidades de la mente y percepción para involucrar a los usuarios en la personalización algorítmica.

2.4.1 Ejemplos del mundo actual: persuasión, placer y personalización

El fenómeno de los sesgos cognitivos fue un parteaguas en la aplicación de ciertos conocimientos de la naturaleza de los fenómenos mentales y sus manifestaciones discursivas. Apelan a las fallas en la racionalidad humana, en su manifestación textual, en un inicio aplicados como se ha visto como estrategias de convencimiento, que con el tiempo se han vuelto sofisticadas formas de aproximación a las zonas más disponibles o sensibles de las personas. Ergo, es posible mencionar la existencia de ciertas cualidades que predisponen a ciertos tipos de personalidad al bucle de consumo del algoritmo.

Se puede profundizar en estos fenómenos mediante la exploración de las teorías psicológicas, en primera instancia, que explican cómo se sucedió el abrupto avance de apelación a los sentidos, al uso de técnicas de apelación psicológica terminando por establecer canales de recompensa, placer y formación de hábitos a nivel cognitivo. El primer a ello son las teorías que

hablan de vulnerabilidades como los sesgos cognitivos. Estableciendo un parámetro de distancia temporal no muy amplio en los análisis para tal fin.

De la mano de las modificaciones en el *modus vivendi* hay una revolución sin precedentes que inicio hace ya medio siglo, el estudio de la psicología que derivó en los hallazgos de Kahneman y Tversky. Estos avances en el aprovechamiento de los sesgos cognitivos no ha sido la única forma en que se valen para llevar a cabo influencia sobre los posibles compradores por medio de la economía conductual, que se refiere a la apelación a la toma de decisiones. Para la implementación del uso de las diferentes estrategias de apelación, estos teóricos han sido pioneros en el uso de estrategias para el marketing, que son un reflejo del uso planificado de la psicología en diversos aspectos de la vida.

Baddeley (2018), hace mención de los economistas Kahneman y Thaler, quienes en su propio ámbito (economía experimental y conductual), atienden a diferentes aspectos que influyen en las decisiones de los agentes económicos, es decir, las personas en un contexto de compra y toma de decisiones. Entre los factores destacan “[...] análisis conductuales de incentivos/motivaciones; influencias sociales; heurística, sesgo y riesgo; tiempo y planificación y los efectos de la personalidad y las emociones en la toma de decisiones” (Baddeley, 2018, pág. 3).

Es posible realizar un compendio de los principales elementos utilizados por el marketing en cuestión de toma de decisiones, así como los elementos que recupera para enriquecer su capacidad de convencimiento. Comenzando por la heurística, las decisiones que son tomadas en diversos contextos no siempre obedecen a una lógica completamente racional, pueden estar influenciados por la representatividad y disponibilidad de información, situación que puede llevar a errores en el sistema de elección. Cuestiones como el sesgo de recordar la primera información recibida, o la más fácilmente recordable, influyen la toma de decisiones de los

agentes. "Las heurísticas son principios que reducen la compleja tarea de valorar probabilidades y predecir valores a operaciones de juicio mucho más sencillas. En general, estas heurísticas son útiles, pero a veces llevan a errores severos y sistemáticos" (Kahneman y Tversky, 2003, pág. 200).

Dentro de las influencias sociales de lo mencionado por los teóricos base, se encuentran las referentes a la teoría prospectiva y la aversión a las pérdidas. Las personas son más aversivas a las pérdidas que nuestro entusiasmo por las posibles ganancias. Contiene "[...] tres rasgos: (1) es cóncava en el campo de las ganancias, propiciando la aversión al riesgo; (2) es convexa en el dominio de las pérdidas, favoreciendo la búsqueda de riesgos; y (3) presenta aversión a las pérdidas" (Kahneman y Tversky, 2003, pág. 194).

En Kahneman y Tversky (2003) los efectos de encuadre también toman una importancia central. Debido a que las preferencias de los usuarios se ven afectadas por la forma en que se presenta la información. Los usuarios que pudieran presentar una elección distinta, no lo hacen una vez presentada dentro de un marco específico. "El supuesto de que las preferencias no se ven afectadas por las variaciones intrascendentes respecto a la descripción de los resultados ha sido denominado extensionalidad e invariancia, aspectos esenciales de la racionalidad. La invariancia no se cumple en los efectos marco" (Kahneman y Tversky, 2003, pág. 196).

Esto puede ayudar a entender el marco en el cual se inserta el aprovechamiento de los sesgos cognitivos, en un primer momento, para comprender la finalidad de los investigadores, quienes mencionan: "Nuestra investigación pretendía obtener un mapa de la racionalidad limitada, explorando los sesgos sistemáticos que distinguen las creencias que tiene la gente y las elecciones que realiza respecto a las creencias y elecciones óptimas supuestas en los modelos del agente racional" (Kahneman y Tversky, 2003, pág. 181).

La implementación de los componentes previamente mencionados fue el inicio. Desde los “*nudgets*” o “empujoncitos”, que son la forma de nombrar a la aplicación final de estos elementos en la heurística de decisión desde un análisis profundo a los sesgos, ha ido en aumento creciente e incluso implementada en diversos países como parte de las políticas públicas para regir la vida social, he aquí una prueba fehaciente de su efectividad. La implementación del estudio de las reacciones psicológicas y sus bases de tinte neurológico, así como elementos sociales del contexto como los previamente descritos, ha ido en aumento.

Williams (2021), menciona algunas de las estrategias que se han utilizado en la práctica para la apelación a los usuarios en aprovechamiento de forma absoluta de los sesgos cognitivos, esto es, de la economía y psicología conductual originando diferentes procesos como el FOMO (*fear of missing out*), descrito como: “[...] el miedo a perderse algo, la comparación social, la inercia o tendencia al statu quo, el efecto marco[...] y el de anclaje[...] El *clickbait*, «cualquier contenido cuyo objeto principal sea incitar a los visitantes a clicar[...] un enlace determinado»” (Williams, 2021, pág.31). Dichas estrategias, buscan llevar al usuario a reaccionar, apelar a sus emociones más básicas e instantáneas. Es aquí, en las manifestaciones discursivas, donde convergen personalidad, vulnerabilidad y sesgos.

Además de la persuasión, que ha sido el más documentado en cuanto a una presentación del uso del lenguaje para provocar respuestas emocionales, el placer, ha sido otro elemento ampliamente usado para condicionar las respuestas a los estímulos en las plataformas. Respecto del placer, se relaciona con la segregación de la hormona de la dopamina, misma que provoca la necesidad de repetir ciertos patrones de acción. Se dice que:

[...] en la neurociencia contemporánea... muchos han tenido la tentación de identificarse con el placer. La activación del sistema dopaminérgico mesolímbico del cerebro organiza muchas de las actividades instrumentales que aportan a nuestras vidas

no solo recompensas posteriores sino también significado. (Katz, 2016: s.p., traducción propia)¹²

El uso de redes sociales promueve la presencia de dicho neurotransmisor en el cuerpo, que también está relacionada con otro tipo de comportamientos compulsivos:

Ha sido demostrado que los procesos sociales en red aumentan la producción de dopamina, un neurotransmisor que se produce en estados de placer y que abre los canales cognitivos, es así como se explica también las adicciones a la tecnología y la dependencia emocional de las redes sociales. (Rodríguez, 2017, pág. 89, traducción propia)¹³

Sobre la forma en que se segregan dichas hormonas, es posible seguir las lecciones de fisiología básica en la que mecanismos de respuesta son activados ante ciertos estímulos. Arias-Carrión y Poppel (2007), describen que la dopamina se presenta en el cerebro como reacción, parecido a un premio, una sensación de goce ante experiencias placenteras. Según Horn (2012), recibir likes (gratificación inmediata), jugar videojuegos, en general, el uso de redes sociales, genera respuestas similares en el cerebro que el uso de drogas, este funcionamiento fue planeado así desde un inicio, para mantener enganchados a la pantalla a la mayor cantidad de personas.

Yücel, Carter, Harrigan, van Holst y Livingstone (2018), mencionan que el diseño de las redes sociales promueve modificaciones a nivel biológico, tal como lo hacía el condicionamiento operante del conductismo, afectando los canales dopaminérgicos. El diseño de las redes sociales, en algunos de sus aspectos replica el modo de funcionamiento de los juegos de apuestas en casinos, en cuanto a la aleatoriedad y la propensión al juego. Bhargava y Velasquez (2021), relata que se realiza una mezcla entre ingeniería y psicología conductual, para persuadir a los

¹² En el original: “*In contemporary neuroscience... many have been tempted to identify with pleasure. Activation of the brain’s mesolimbic dopamine system organizes many especially of the instrumental pursuits that bring our lives not only ulterior rewards but also meaning*” (Katz, 2016: s.p.).

¹³ En el original: “*It has been demonstrated that the network social processes increase the production of dopamine a neurotransmitter that occurs in states of pleasure and opens the cognitive channels, this also explains the addictions to technology and emotional dependence on social networks*” (Rodríguez, 2017, pág. 89).

usuarios de la forma en que lo buscan, por ejemplo, utilizando el refuerzo de estímulo variable para mantener a las personas por una mayor cantidad de tiempo.

En *Silicon Valley* (Valle de Silicio), dentro de *Facebook* hay un departamento con una función de investigación específica, la cual se denomina “persuasión interpersonal masiva” (MIP) según sus siglas en inglés. Donde de manera sistematizada se elaboraban impactos medibles y, dada la cantidad de información disponible en dicha red social, los modelos probabilísticos tenían escalas fácilmente realizables en sus modelos predictivos. Pudiéndose equiparar sus efectos a una adicción leve. Se menciona que “La MIP consta de seis componentes: experiencia persuasiva, estructura automatizada, distribución social, ciclo rápido, enorme grafo social e impacto medible” (Fogg, 2011, pág. 1). Los primeros intentos de análisis de dichas investigaciones, se realizaron a gran escala, midiendo el tipo y las características que tenían las aplicaciones con potencial de crecimiento exponencial. Los análisis realizados en aras de comprender la forma en que las redes sociales en línea configuran el modo de relacionarse, no es únicamente una cuestión que se aborde desde el ofrecimiento orientado a distintos productos y servicios, sino también se aplica a las personas, los gustos e incluso lo más trivial como memes.

Bentes (2022), analiza del modelo de gancho y formación de hábitos, el cual se ha integrado a las filas de este que pudiera figurar como un neo/conductismo, también nombrado “tecno conductismo, por la presencia ya antes mencionada de elementos del condicionamiento operante y clásico. Lo que se busca es la creación de hábitos por medios conductistas, que fueron perfeccionados en laboratorios de comportamiento.

Eyal (2020), relata que, para la formación de un hábito en el sentido de uso de las plataformas y redes, en lo que denominan giro captológico, se requiere de un proceso de cuatro fases o etapas como se sigue: Primera fase, en esta etapa se presenta el desencadenante que disparará el

comportamiento. En la segunda fase, el desencadenante se presenta por medio de estímulos obvios o señales subconscientes que moldearán de manera eficaz el comportamiento. Para la tercera fase, se comienzan a establecer patrones de conducta, que generan respuestas tanto de forma interna como externa, comenzando con la externa, por medio de botones de *like*, reproducciones, comentarios, mensajes, entre otros. En la cuarta fase, se consolida el mecanismo operante dentro del cual la respuesta se dará también internamente al usuario, esto es, generando el deseo por el estímulo y previendo la respuesta al mismo. Generando esto el condicionamiento de la conducta y la creación del hábito.

De la persuasión y el placer, se desprenden las técnicas más nuevas de personalización. Estas técnicas previamente mencionadas, son fortalecidas y funcionan de forma que puedan complementarse unas con otras: el lenguaje adecuado, estímulos placenteros, presentados en la justa medida y a modo variable, esto es una receta hecha para cada usuario basada en las predicciones que el algoritmo ha hecho de ellos. Según Mcnee (2006), se dio bajo la realización de métricas explícitas que buscan predecir de la mejor manera los comportamientos. Mismos que han evolucionado hasta los más sofisticados hoy día (tabla 2). Ha sido posible, dado el vínculo entre la recopilación de datos denunciada por los teóricos del capitalismo de la vigilancia, en su orquestar con la tecnología algorítmica de predicción y posterior recomendación.

Un buen ejemplo de los pioneros en el desarrollo de métricas, recopilación y métodos de análisis fue Google optometrics, una de las primeras empresas que, bajo la información otorgada por las cookies, comenzó a realizar una sistematización de la información para darle sentido. Estableciendo parámetros que buscaban aprovechar el potencial comercial del conocimiento de las personas, sofisticando la recolección de datos:

Para administrar esta avalancha de parámetros surgieron sistemas de «análisis» como *Omniure*, *Coremetrics* o *Google Analytics*, que servían de interfaz para la gestión de datos, publicitarios o no. Estos sistemas propiciaron la adopción de los parámetros de

«captación» publicitaria (el número de clics, el de impresiones o el tiempo dedicado al sitio, entre otros) como parámetros operacionales por defecto de los propios sitios web, cosa que extendió eficazmente la lógica de diseño publicitaria —y, en particular, la que se orientaba a captar la atención del usuario en lugar de ponerse al servicio de sus intenciones— al diseño general de la experiencia del usuario en la red. (Williams, 2020, pág. 30)

El aprovechamiento de la economía de la atención, tiene unas bases que ya no se posan únicamente sobre las vulnerabilidades de la racionalidad, sino que ahondan un poco más en las debilidades humanas, llegando a las predisposiciones de la conducta o el funcionamiento endocrinológico de la corporalidad, tomando en cuenta la forma del funcionamiento de ciertos neurotransmisores que incitan al placer. No se tome esto como un reduccionismo fisiologista, sino más bien un acercamiento comprensión del fenómeno y lo que lo ocasiona desde una perspectiva ecléctica y situada. La personalización es una estrategia de gran impacto que se aplica recientemente mediante la presentación de ciertos resultados desde los algoritmos, puesto que ahora el usuario es consumidor y objeto de estudio.

Aunque en la literatura que versa sobre internet mencionan los procesos algorítmicos como cajas negras, hay muchas pistas y bibliografía disponible que explican de modo específico el funcionamiento que opera dentro de tales sistemas. La problemática que se encuentra en esta situación, es la misma que se encuentra al adentrarse en cualquier materia especializada: el lenguaje técnico está dirigido a especialistas en la materia. No obstante, es posible hacer un recuento del modo su modo de funcionamiento.

La elaboración de esquemas que funcionan desde una perspectiva algorítmica en la que aprovechan las vulnerabilidades de diversa índole, valiéndose de técnicas y estrategias complejas que hacen uso de la probabilística, el *deep learning*, la filtración y demás herramientas, que buscan mantener enganchadas a las personas a los diferentes dispositivos. El amplio conocimiento que las redes tienen de los internautas, sus usuarios, se ve alimentada por una gran

cantidad de herramientas. Estos saberes se concretan en los denominados sistemas de recomendación, que son aquellos que “... usan los datos ingresados para predecir mejor posibles gustos, e intereses de los usuarios” (Lü, Medo, Yeung,, Zhang y Zhou, 2012, pág.9, traducción propia)¹⁴, esto, bajo la premisa de la personalización. Los procesos de personalización utilizan diferentes filtros de contenido como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1

Principales métodos de filtrado de contenido en sistemas de personalización

Método de filtrado	Descripción
Filtrado basado en contenido	Tipo de filtrado orientado por la información otorgada por el usuario, puede ser implícita o explícitamente, es decir, directamente por la persona o inferida en la interacción con el programa.
Filtrado colaborativo	Tipo de filtrado que se enfoca en un entramado de técnicas cuya finalidad es determinar posibles gustos basados en la interacción como comportamiento o calificaciones otorgadas por las personas. En este tipo de filtrado se subdivide por medio de obtención de la información: Memoria (interacción con la interfase en casos similares, usuarios, que califiquen elementos de manera similar, originando esto predicciones, como un vecindario de afinidad), ítems (en lugar de tomar como base a los usuarios, parte de la similitud de los elementos de interacción) y confianza (predictibilidad por similitud entre diferentes usuarios). También se divide por sus características, técnicas empleadas: Redes bayesianas: Hace estimaciones basadas en los usuarios sobre mismos ítems generando respuestas probabilísticas. Clustering: Crea redes de usuarios que se relacionen por afinidad con el contenido, estimado posibles reacciones a futuras interacciones.

¹⁴ En el original: “... uses the input data to predict potential further likes and interests of its users” (Lü, Medo, Yeung,, Zhang y Zhou, 2012, pág.9).

	Factorización de matrices: Analiza la existencia de posibles factores que generan la interacción positiva con cierto tipo de contenido, para determinarlos.
Sistemas de recomendación híbridos	Mezclan diferentes tipos de filtrado, así como las técnicas para mejorar la predicción de los usuarios.

Nota. Realización propia, basado en paráfrasis resultantes de la lectura de los conceptos expuestos en: González, O. y Jacques, S. (2017). Estado del arte en los sistemas de recomendación. Res. Comput. Sci., 135, 25-40.

Según Ricci, Rokach, y Shapira, (2011) y Jannach, (2010), estos procesos, llevan a cabo el proceso de personalización de contenido, dicho en otro sentido, son los procesos específicos mediante los cuales los algoritmos desarrollados por científicos de datos analizan la información otorgada de redes y plataformas para optimizar su conocimiento de los usuarios. Derivando en el mayor uso de redes y plataformas por personalización del contenido.

Los procesos matemáticos y probabilísticos derivan en la creación de ciertos efectos provocados por la generación de ciertas condiciones previstas en los usuarios. Ricci, Rokach y Shapira, (2011), enfatizan para la creación de hábitos, diversos factores de los usuarios, dentro de ellos: requieren de confiar en el sistema para darle un uso continuo, la credibilidad en el sistema promueve la repetición de su uso. La satisfacción del usuario es medible en las métricas de su uso, como la lealtad al sistema y la probabilidad de su uso repetido. Los usuarios responden adecuadamente a la novedad, a los ítems que es probable que el usuario desconociera. Una forma de novedad es la serendipia, en la cual se busca generar una reacción positiva del usuario ante descubrimientos inesperados.

Jannach, (2010), agrega a estos elementos la modificación del comportamiento de los usuarios por medio de la retroalimentación positiva. Mostrando un mayor compromiso con el sistema. Así como la necesidad de crear confianza en los usuarios, para poder garantizar el uso repetido del sistema.

2.5 Habilidad vs dependencia: La cuestión de la autonomía, ¿una cuestión bioética?

El último espacio de resguardo, la subjetividad, también se encuentra en riesgo ante el surgimiento de nuevas tecnologías que prometen poder atravesar la mente a conveniencia. El nacimiento dentro del momento histórico en que surgen las redes sociales, como es la cuestión de la generación Z, de la que se hablará y se darán sus características como “nativos digitales”, permite identificar la cuestión de su concepción del mundo y la forma de habitarlo.

Hay diversas formas de denominar un fenómeno que aleja de la realidad histórica de los sujetos, dicho de otra forma, su condición de vida respecto a las condiciones que le son vigentes. En este espacio temporal, atendiendo a una definición del esquema médico actual, se puede hacer referencia a la *dependencia*, que en ocasiones deriva en adicción. La dependencia que generan las redes sociales, y como se vio en el capítulo anterior, los fenómenos fisiológicos análogos que se establecen. La creación de patrones de conducta, la utilización de herramientas del marketing, del conductismo y la personalización.

Las redes sociales, no son un lugar completamente negativo el cual busca robar la atención de los usuarios. Sin embargo, su finalidad, su objetivo “oculto” busca el desarrollo de dependencia en los hábitos, según lo expuesto previamente. El discurso oficial muestra características positivas como meta empresarial. Las plataformas al ofrecer un servicio directo, escapan a esta descripción por medio de su utilidad, que optimizan en pro de las ganancias y el uso de los usuarios. Empero, los descriptores que utilizan pueden ser analizados como situaciones meramente nominales. Puesto que, en el uso cotidiano termina por tener un efecto depredador del tiempo de vida.

Las redes sociales, su hiper – especialización en cuanto al análisis estadísticos de los gustos, los tiempos y las tendencias de cada usuario, bien pueden apoyar para desarrollar búsquedas más

adecuadas e interacciones más acorde a las personalidades. No obstante, ante la frágil configuración mental humana y sus sesgos cognitivos, cabe la pregunta si el uso que se les da se hace desde una plena autonomía y hasta qué punto es adecuado hablar de la cuestión, cuando los efectos no son inmediatos o no hay una coerción, como es el caso de las redes sociales.

Los mecanismos que implementan las redes sociales y plataformas digitales, aunque sutiles, intervienen en la vida de una manera constante y determinante. Puede mencionársele como parte de un mecanismo incluso que deriva en un nuevo tipo de alienación que irrumpe y modifica los esquemas en los que se desenvuelve la vida humana.

La ejecución de un poder leve que, por medio de la normalización del consumo digital, entrando en los terrenos del análisis conductual actual. Bhargava y Velasquez (2021), apuntan acertadamente a que a pesar de que no hay evidencia de que la intención final de las redes sea volver adictos a los usuarios, lo identificable son: “Los daños moralmente significativos que sufren quienes se vuelven adictos a las redes sociales son entonces el resultado de las decisiones de diseño de las personas que trabajan en las empresas que poseen y crean esas plataformas” (Bhargava y Velasquez, 2021, pág. 342, traducción propia).¹⁵

Un principio primordial dentro de la teoría bioética clásica, según Ciccone (2005), es el de autonomía. Principio que, aunque difícil de delimitar, en el sentido tradicional de la bioética trata sobre decisiones médicas acerca del propio cuerpo, dentro del espectro de posibilidad en el cual se pueden incluir análisis que aprovechan los espacios vulnerables del espectro cognitivo para influir en las decisiones. Se habla de la autonomía de las decisiones sobre “[...] fruto de una

¹⁵ En el original: “*The morally significant harms suffered by those who become addicted to social media, then, are the result of the design decisions of people who work in the companies that own and create those platforms*” (Bhargava, Velasquez, 2021, pág. 342).

evaluación ponderada de la situación, valoración que solo es posible después del conocimiento suficiente de la intervención que se propone realizar” (Ciccone, 2005, pág. 41).

Dado el uso que se da a la información, las vulnerabilidades e incluso contra los fines de los usuarios, ¿realmente están informados lo suficiente acerca de los fenómenos y acuerdos implícitos que permean las relaciones que se establecen con las empresas y los otros en este tiempo? ¿Hasta qué punto se pueden recuperar las ideas de la bioética para llevar a cabo un análisis acerca de la autonomía al tomar decisiones y la forma en que se influye en ella?

3 El sentido de la vida y el *modus vivendi*

Es menester situar con cierta precisión a qué se alude aquí cuando se habla de “sentido de la vida”, pues se trata de uno de los núcleos más amplios y discutidos de la filosofía, dar un panorama general de lo que se refiere, ya que puede ser quizá uno de los temas de mayor centralidad en la filosofía, al tiempo que dicha amplitud puede devenir en una cantidad poco manejable de términos para un trabajo de investigación. Por lo que, la primera labor es enmarcar en esta investigación a qué líneas del sentido a las que se hará referencia y cómo esto incide en el análisis posterior de las generaciones digitales en su relación con el uso de tecnologías.

Se recurre como base a las consideraciones de Seachris (s.f.), quien hace una distinción semántica necesaria entre lo que sentido de la vida y sentido en la vida se refieren. La importancia de dicha distinción radica en el hecho de la perspectiva abarcativa a la que se refiere el análisis. Sentido de la vida, tiende a una enmarcación totalitaria de la razón final de todo lo existente, la respuesta a la pregunta ¿tiene algún sentido la vida humana? ¿tiene algún lugar en el cosmos? como ensayos de respuesta, a nivel cultural, es natural que muchos de los argumentos estén cargados a la emotividad religiosa que es la que les dota de sentido, que tiene una carga de moralidad innata, podría decirse adquiriendo una intuición absoluta.¹⁶

Sentido en la vida, tiende al punto de vista que considera la locución “*sub specie aeternitatis*”¹⁷, que se realiza en la idea para el autor como la posibilidad de tratar los asuntos referentes a la humanidad, enmarcados dentro de un contexto de humanidad mismo. Esto es,

¹⁶ Entiéndase para esta sección, que las descripciones de los diferentes modelos de análisis del sentido de la vida no contienen una pretensión de profundidad, sino son meras menciones introductorias para situar el lugar conceptual que tienen las categorías utilizadas. Esto se relaciona principalmente con la concepción del tema “sentido de la vida” en filosofía y las respuestas desde la teoría analítica, es decir, en el sentido de su función en el lenguaje.

¹⁷ La traducción literal del término es “bajo la perspectiva de la eternidad.” (Aho, 2023: a.p.) En los artículos referenciados, el término es entendido bajo la perspectiva de un “observador ideal” de la especie humana y los asuntos de la misma.

placeres, intuiciones, dolores, emotividad, creencias, deseos. Los fenómenos de la vida humana se restringen a las posibilidades y modo de experimentar la vida humana, en términos humanos. Bajo la perspectiva de sentido de la vida y sentido en la vida, este trabajo se encontraría en el campo de “sentido en la vida”. No obstante, por convención con la bibliografía existente, se tratará como sentido de la vida lo referente al sentido en la vida, esto es, refiriéndose a los asuntos de la humanidad en cuanto a sí misma y las respuestas al sentido desde la humanidad.¹⁸

Sobre el tema del sentido de la vida, Wolf (1997), menciona que, en la bibliografía existente para ese entonces, no era muy común encontrar una perspectiva analítica o pensarlo desde esa orientación filosófica; que es desde la cual se realiza el presente análisis y que no tenía en ese año el amplio desarrollo ahora alcanzado. Para la perspectiva analítica, Metz (2023), considera en primera instancia, el supernaturalismo y el naturalismo. El supernaturalismo requiere de la existencia de dios para dar sentido al sentido, en sus dimensiones axiológicas, epistemológicas y morales; esto puede tomar variantes que otorgan valor a la vida humana desde la existencia del alma, con una orientación principal a dios o al alma misma.

El naturalismo se considera el origen para las percepciones objetivistas y subjetivistas que enriquecen las consideraciones de este trabajo. El naturalismo, se circunscribe para el tema de sentido de la vida no en un sentido abarcativo de la complejidad del tema, sino como aquellas teorías del sentido de vida que considera la existencia del cuerpo físico como preponderante independientemente de la existencia o no de una sustancia divina, espiritual o trascendental. La existencia de dios o un alma podrían mejorar la situación, pero no son imprescindibles. Es dentro

¹⁸ Esta decisión se toma bajo la necesidad de homogeneizar el trabajo de traducción realizado, utilizando la distinción que hacen Cásares y Serrano (2024) de “*meaning of living*” como “sentido de la vida”. Para Seachris, es importante la distinción entre “*meaning of live*” y “*meaning in live*”. Una perspectiva analítica que aporta mucho a la distinción entre el lugar que en la semántica ocupa la pregunta del sentido. No obstante, en los artículos consultados, aunque se refiera al sentido en la vida desde la ya mencionada *subspecie aeternitatis* (observador ideal de la especie humana), se utiliza directamente la expresión sentido de la vida.

de este espectro conceptual que se da el surgimiento de las cuestiones objetivistas y subjetivistas, por las consideraciones del mundo en cuanto a la experiencia del conocimiento y su verificabilidad.

El uso que se da aquí al término de sentido, está relacionado con las visiones mencionada objetivistas/subjetivistas del sentido, de orientación analítica. Dichos términos, llevan a el análisis de las consideraciones morales en las que se insertan, siendo también necesario situar la discusión y llevarla hacia la perspectiva que se tiene para esta investigación, con una mayor carga de significación subjetiva, pero con un análisis del mundo desde la objetividad. Primero, se inicia por dar una visión general de los términos y a lo que se refieren en los párrafos siguientes.

Objetivistas, se relaciona con el término objetividad, referido semánticamente según Abbagnano (1993), al “carácter de la consideración que intenta ver el objeto tal como es, prescindiendo de las preferencias y los intereses del que los considera y basándose solamente en procedimientos intersubjetivos de comprobación y de control” (pág. 865). Este concepto, aunque puede parecer limitante de inicio, ofrece una buena guía de los criterios que se utilizan desde las percepciones subjetivistas para establecer los valores de las acciones morales que deben guiar a los sujetos. En este sentido, Metz (2023), dice que “Moralidad (lo bueno), investigación (la verdad), y creatividad (lo bello), son instancias ampliamente aceptadas de actividades que confieren sentido en la vida” (Metz, 2023, s.p., traducción propia).¹⁹ Por su parte, Seachris (2023), menciona que, dentro de estas consideraciones, la capacidad elegir las acciones no es suficiente para llevar una vida con sentido, el verdadero valor surge de establecer una conexión entre ellas con los objetivos del agente, independientemente de sus consideraciones.

¹⁹ En el original: “*Morality (the good), enquiry (the true), and creativity (the beautiful) are widely held instances of activities that confer meaning on life.*” (Metz, 2023, s.p.)

Subjetivistas, por su parte, tienden al origen semántico de lo subjetivo, que remite en la definición a la subjetividad. La subjetividad, se entiende según Abbagnano (1993) como “El carácter de todos los fenómenos psíquicos, en cuanto a fenómenos de conciencia, ósea, tales que el sujeto los refiere a sí mismo y los llama míos” (Abbagnano, 1993, pág. 1097). Metz (2023) menciona que, en esta percepción, el valor varía de persona a persona, dependiente de sus actitudes. Distingue entre tres características de subjetivismo, que pueden corresponderse con tipos del mismo: el sentido de la vida depende de buscar un sentido auténtico en la vida, en segundo término, puede consistir en entregarse apasionadamente a alguna actividad de forma que esto evite el tedio y llene de sentido las actividades a realizar, la tercera posibilidad, se relata como encontrar algo que dé a la persona razones para seguir viviendo.

Hay una tercera percepción que se menciona como modelos híbridos, es una mezcla entre ambas concepciones del sentido. En esta concepción, se trabaja desde la consideración de ambas variables, objetivas y subjetivas para la creación y articulación de una vida que tenga actividad con sentido. Wolf, menciona en este tópico, “el sentido surge donde el atractivo subjetivo se encuentra con la atracción objetiva”²⁰ (Wolf, 1997, pág. 211). Ella considera que hay actividades con valor intrínseco, que permiten tener una conexión con “actividades de valor”, lo cual se puede identificar con tendencia objetivista. Adhiere un componente del gusto personal para la elección de dichos proyectos, lo cual puede identificarse con una tendencia subjetivista.

Es dentro de estas percepciones que consideran ambos elementos: externos e internos, objetivistas y subjetivistas, ajenos al agente o propio al mismo que se considera la teoría del

²⁰ En el original: “*Meaning arises when subjective attraction meets objective attractiveness*” (Wolf, 1997, pág. 211). Wolf, a pesar de tener consideraciones de ambos criterios “objetivos” y “subjetivos”, no considera su diseño como un modelo híbrido.

sentido de la vida base para esta investigación. En los siguientes apartados, se realizará una aproximación a sus características puntuales.

3.1 Geografías de la vida con sentido y modelo normativo

El modelo de Cheshire Calhoun (2015), abarca una amplia cantidad de conceptos que requieren de una descripción referida únicamente a sus características. Desde el contexto en el que se inserta, hasta las categorías que crea para el análisis de las geografías del sentido y el lugar conceptual que requiere en estas consideraciones. Así, las referencias a objetivistas y subjetivistas, adquieren diferentes tintes, acentos y denominaciones. Lo objetivista, se encuentra relacionado con los valores “independiente del agente”, estos son los que pueden realizar un trabajo de evaluación de las acciones del agente desde la perspectiva de la tercera persona. Una denominación de “independiente del agente plus”, de igual forma considera los estándares evaluativos objetivistas pero que considera las razones subjetivistas.

La elección de este constructo teórico (que se auto percibe como constructivo, de orientación subjetivista) para el análisis posterior del uso de redes de la generación Z, es precisamente por el lugar central que adhiere al sentido de la vida en cuanto a gastos de tiempo inteligibles por el agente. Gastos de tiempo, que son la unidad de análisis de sentido del agente en cuanto a su empleo, pero también el eje central de orientación de la vida, puesto que:

[...] en primera persona, también estamos íntimamente familiarizados con la forma en que gastamos nuestro tiempo. Esto hace que sea natural que te cuestiones lo que estás haciendo o lo que planeas hacer a corto o largo plazo, ‘¿Es este un uso con sentido del tiempo de mi vida?’ La pregunta es incisiva porque cualquier cosa que hagas toma tiempo y eres mortal. Así que todo lo que hagas tendrá un costo. El costo será tiempo de tu vida. Dado que tú mismo te despliegas en el tiempo, el costo no es solo *para* ti, sino también *de* ti. En pocas palabras, cualquier cosa a la que dediques tu tiempo consume un poco de ti mismo. Así que importa mucho cómo gastes tu tiempo. (Calhoun, 2015, trad. Cázares y Serrano, 2024, pág. 242)²¹

²¹ Respecto del formato, se opta por citar a los autores de la traducción para citas textuales, Cázares y Serrano (2024), y a la autora original del artículo, Callhoun (2015), para paráfrasis; en las paráfrasis se utilizan los conceptos de la traducción. Se toma esta decisión por la pertinencia en cuanto a la verificabilidad de las páginas de la traducción.

Así, términos como gastos de tiempo inteligibles, se vuelven centrales para conformar lo que ella denomina una visión normativa. Es de vital importancia establecer al agente como un ente pensante y establecedor de metas y parámetros posibles.

Los gastos de tiempo inteligibles, para Calhoun (2015), se dividen de la siguiente manera: Para el gasto de tiempo primario, utilizas aquello de lo cual piensas que vale la vida por sí mismo y por dicha razón, es lo que dota de sentido tu vida, en una percepción jerárquica debería ser este el primordial como establecedor de fines. Hay gasto implicado, que es aquello que puede ser requerido como constitutivo del gasto primario, un componente inevitable de los fines que buscamos, un medio, como podría ser resolver imprevistos o las horas laborales para quien su gasto primario lo requiere otra actividad que no es su trabajo. El gasto de relleno, a grandes rasgos es aquel tiempo del que se dispone y utiliza cuando no se realizando un gasto primario o se tiene mucho tiempo libre. El gasto exigido por la norma, tiene que ver con las normas, leyes, y actividades requeridas por las consideraciones morales vigentes. Para orientar la elección de los fines, conviene recordar la afirmación en Calhoun: “Vivir con sentido implica gastar el tiempo de tu vida en fines que, según tu mejor juicio, tienes razones para valorar y, por tanto, razones para perseguir desgastándote a ti mismo en ello” (Calhoun, 2015, trad. Cázares y Serrano, 2024, pág. 242).

Respecto de la propuesta de orientación subjetivista de Calhoun (2015), ella establece diferentes fines que ordena respecto de consideraciones generales para construir una perspectiva normativa. Los fines, se establecen por medios independientes del agente. La jerarquía tiene múltiples propósitos, entre ellos: establecer los fines por sí mismos para el agente, establecer una matriz de coherencia para con la identidad del agente, así como ayudar a la elección entre opciones similarmente dotadoras de sentido respecto de valores independiente del agente.

Esta matriz se nutrirá de diferentes razones: Las razones para cualquiera son aquellas que están sostenidas por un ejercicio de racionalidad inter-subjetiva. Hay razones para los iniciados que son aquellas que conocen aquellos que, por motivos de historia personal o contexto, han aprendido a valorar una actividad por afinidad o su familiaridad. También, hay razones para mí, que se relacionan íntimamente con quién eres: tu recorrido personal, tu peculiaridad, tu personalidad o talento.

La perspectiva normativa, nutriéndose de todos estos elementos, pretende establecer finalidades variadas de forma jerárquica, en la que no necesariamente para el gasto primario habrá necesariamente la preponderancia de razones para cualquiera, que, aunque sirve de guía, su función es primordialmente orientadora, más que inalterable. Esta perspectiva normativa, ejemplifica lo que la autora refiere por geografías del sentido, que es darle un lugar conceptual no elogioso dentro de una trayectoria de vida u ocupacional, sino situar con sentido en la geografía del establecimiento de fines a los que el agente considere adecuados para su persona, equilibrado en los distintos tipos de razones, que agregan sentido a su vida.

La jerarquía en su nivel más alto, es decir, lo que orienta hacia el gasto primario, puede incluir actividades que impliquen tanto razones para cualquiera como razones para los iniciados o para mí, en orden diferenciado, y así establecer varios niveles para sus gastos de tiempo. Más adelante se establecen ejemplos basados en la generación Z.

3.2 Generación Z y gasto de tiempo en redes

Según la real academia española de la lengua, una generación se denomina al “Conjunto de personas que, habiendo nacido en fechas próximas y recibido educación e influjos culturales y sociales semejantes, adoptan una actitud en cierto modo común en el ámbito del pensamiento o

de la creación” (Real academia española, 2024, s.p.), definición que clarifica la función dentro del análisis de comportamientos humanos situados en el tiempo y el devenir histórico.

Las generaciones en tanto que una sucesión de individuos signados por un conjunto de intereses comunes en el tiempo, es primario para discurrir los procesos históricos, pues no hay historia posible si no hay generaciones que la sostengan con su vivencia. Y es una fusión material-espiritual, ya que toda manifestación antropológico-social comienza por el hombre, y sus correspondientes estructuras teóricas son a posteriori. (Martín, 2008, pág. 2)

La pertinencia de establecer un concepto como el de generaciones se basa en que permite una clasificación adecuada en cuanto al tiempo histórico donde se desenvuelven las personas, así como las características compartidas en un espacio de tiempo determinado por ciertas circunstancias, en este caso, las indicadas del contexto económico del capítulo 1: plagadas de características capitalistas que promueven cierto tipo de interacción y han generado toda una nueva ola conceptual derivada de fenómenos masivos digitales. Las generaciones permiten establecer un marco de coherencia partiendo de condiciones materiales similares en su contexto histórico.

Este subtítulo se refiere a la generación Z, también conocidos como centenal o centúrico, que es en un censo generalizado reconocida como la primera de nativos digitales, creciendo completamente en un espacio habitado por un entorno digitalizado: con *smartphones*, ordenadores, tablets, entre otros. El rango de edad en el que se considera a esta generación, “Son los chicos y chicas nacidos en el periodo 1994-2010, con internet desplegado masivamente” (Vilanova y Ortega, 2017, pág. 25).

Entre las características que definen a esta generación Vilanova y Ortega (2017), se describen el desarrollo de su personalidad dentro de los entornos digitales, así como el haber crecido en un entorno de democratización de los medios de información y entretenimiento; también se encuentra que:

Otra de las características de las nuevas generaciones es la necesidad de aceptación a través de las redes sociales; miembros de la generación Z transmiten su vida con el fin de llamar la atención, camuflar la imagen con filtros y mostrar pequeñas partes de su vida. (Critikián, y Núñez, 2021, pág. 58)

Es necesario considerar que aspectos de la vida se han transformado, en qué medida las redes cumplen con la función que prometen y hasta qué punto esto no es en realidad una mala justificación que cuando es aterrizada resulta por ser esclarecedora. Las nuevas generaciones otorgan un papel crucial en sus gastos de tiempo cotidianos al tiempo destinado a redes sociales y plataformas digitales. Al hacer mención de los gastos de tiempo registrados por los integrantes de la generación Z, se mencionan que dentro de los elementos surgidos que influyen en esta generación, se incluyen la democratización del acceso a un público masivo, por ejemplo, situación que explica López y Gómez (2021), quienes ejemplifican los cambios que se han sucedido en el acceso a la información por parte de la generación Z, que se ha mudado de los medios de comunicación como la televisión o el radio.

Chomsky (2016), habla de las estrategias de manipulación mediática que otrora representaban los medios tradicionales antes mencionados, en ese entonces se usaba como una estrategia política con la finalidad de llevar la atención de la opinión pública fuera de los temas problemáticos, con un torrente o “diluvio” de información, en su mayoría irrelevante. Sucede que bajo las técnicas de las plataformas digitales mencionadas en el capítulo dos (placer, persuasión y dopamina), ahora ya no es necesario que haya una intervención estatal (aunque en ocasiones se la fomenta, como en el Cambridge analítica), sino que los usuarios, en tanto el uso de su información y las técnicas que ofrecen contenido personalizado, son muy buenos para distraerse por medio del placer, o enganchados por técnicas emocionales o conductistas. Se menciona en Katz (2016), “Del ‘deseo dopaminérgico, como la escoria del placer del tonto del que él y nosotros idealmente deberíamos liberarnos para vivir como dioses epicúreos” (Katz, 2016, s.p.,

traducción propia).²² Esto, puesto que, dentro del sistema de premios y recompensas de los algoritmos de las plataformas digitales, es el placer el principal método de enganche utilizado, el tipo de placer fácil que otorgan los juegos en los casinos o los likes en una publicación.

Al hablar de la generación digital, el *modus vivendi* es una cuestión esencial a tomar en cuenta cuando se habla de sentido, en este tópico en realidad se está preguntando sobre la vida que efectivamente se vive, más allá de las justificaciones que puedan darse. Esto es la importancia del sentido en las consideraciones de Calhoun. El sentido queda disuelto, distraído y esto es preocupante porque todos estos síntomas son precisamente el señalamiento de algo más, quizá un vacío proveniente de la época en que vivimos.

El modelo de Calhoun (2015), utiliza de manera esclarecedora, elementos de la teoría de sentido por motivaciones extrínsecas para dar orientación (sentido de la vida en cuanto a orientación de la misma), los gastos de tiempo inteligibles por el agente para saber de qué va su vida realmente. Así da un ejemplo de la madre que, con razones abstractas, subleva las labores del “ser madre” dando esta adjetivación una salida ante el tedio que podría ocasionar desglosar en qué consiste precisamente ese ser en cuanto a las acciones realizadas, que bien podrían ser lavar, cocinar, entre otros. Esto podría ocasionar un malestar ante la idea inicial sobre lo que realmente conllevan las elecciones, y es precisamente ese el que se busca hacer con las siguientes preguntas, en caso de que las acciones sean incompatibles con los fines de vida, o las explicaciones abstractas no alcancen para dar sentido al sentido.

Las redes sociales prometen acercar a aquellos de quienes están lejos, facilitar la vida, entretener con alguna novedad. Seguramente lo logran y es parte del gran avance que supone su uso, sin embargo, al revisar las estadísticas en esta economía de la atención, el resultado parece

²² En el original: “*dopaminergic ‘wanting’ as the fool’s pleasure dress from which it and we ideally should be freed to live like Epicurean gods.*” (Katz, 2016: s.p.)

ser un tanto desalentador. Dichas estadísticas se revisarán en el siguiente apartado, en su relación con los gastos de tiempo inteligibles.

3.3 Metodología y análisis descriptivo-documental

Para este apartado, se ha realizado una indagación en los diferentes artículos disponibles, que recopilan información de diversas partes del mundo. El análisis descriptivo-documental, se refiere a la recopilación de trabajos acerca de la generación Z. Toda persona es un potencial usuario de las redes sociales, pero no todas las personas son susceptibles de usarlas del mismo modo y durante la misma cantidad de tiempo. En esto, influye la edad y el hecho de ser o no perteneciente a las generaciones denominadas como nativos digitales. A pesar del aumento de uso de prácticamente todas las generaciones y la incorporación de antiguas generaciones al ámbito digital, se toma la generación Z por una necesidad de delimitar el objeto de estudio, así como por la conveniencia bibliográfica, esto, debido a que se encuentran disponibles diferentes fuentes de consulta con análisis y registros de los tiempos y formas en que dicho grupo de edad usa las redes sociales.

Los estudios existentes, se abordan desde la delimitación de las características de la generación Z. La cuestión del sentido toma especial relevancia ante la economía de la atención, porque con sus mecanismos eficientes han venido instaurando nuevos modos de relacionar a la sociedad con el entorno. Lo que otrora eran tiempos de esparcimiento, el toque humano requerido para interactuar socialmente, ahora se encuentra cubierto por el velo siempre presente de las redes sociales. Es hasta cierto punto inescapable la situación, no solo por el ya considerado FOMO, sino también porque se ha convertido en una parte esencial de la comunicación. Por ende, es necesario mantener una percepción crítica a la forma en que se interactúa.

Se utilizó la herramienta online *conected papers* para realizar la investigación, así como el buscador de Google académico. Ingresando en un primer momento el artículo de Giraldo Luque (2021) “Redes sociales y consumo digital en jóvenes universitarios: economía de la atención y oligopolios de la comunicación en el siglo XXI”, eligiendo este artículo por ser el que explícitamente relaciona la cuestión económica con la generación Z y sus gastos de tiempo en el contexto capitalista²³, siendo el elemento esencial la expresión de tiempo dedicado al uso de un móvil, *gadget* o laptop para conectarse a redes sociales o alguna plataforma digital.

Al especificar los alcances y limitaciones, en esta investigación se utilizaron diversos criterios para seleccionar los artículos que formarían parte del corte de investigación, atendiendo a criterios de pertinencia; considerando únicamente aquellos artículos que analizaran el comportamiento de gastos de tiempo de la generación Z y lo expresan en una medida temporal. Actualidad y vigencia; artículos de hasta 10 años de antigüedad. Verificabilidad; únicamente tomando en cuenta artículos que, cumpliendo con los criterios anteriores, explicitaran su modo de recolección de información la cantidad de individuos en su muestra y el país donde se realizó. La información recopilada se expresa en la siguiente tabla:

Tabla 2

Gastos de tiempo en redes y plataformas digitales de la generación Z

ARTÍCULO	TIEMPO DE GASTO EN REDES	EDAD	TIPO DE HERRAMIENTA DE RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN	PAÍS
Redes sociales y consumo digital en jóvenes universitarios: economía	4 horas y 26 minutos	19 -21 años	Encuesta realizada a un promedio de 238 estudiantes	España

²³ En el artículo de Giraldo Luque (2020), se hace una mención específica a las redes sociales como entes oligopólicos.

de la atención y oligopolios de la comunicación en el siglo XXI 2020 (Figura 6)				
Motivaciones y tiempo de uso de las redes sociales por parte de los jóvenes españoles: señales de adicción. 2022 (Figura 7)	Promedio de 5,5 horas al día	Entre 15 y 26 años en España	Encuesta realizada a 572 jóvenes.	España
<i>The Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens</i> 2015 (Figura 8)	9 horas por día	Adolescentes (de 13 a 18 años)	Encuesta a una muestra de 1,306	Estados Unidos
<i>Generation Z's Smartphone and Social Media Usage: A Survey</i> 2019 (Figura 9)	3-8 horas – 43.0107% 9 horas o más 56.9892%, porcentajes por día	18-25 años	Encuesta a 372 estudiantes	Estados Unidos
Principales usos del móvil en estudiantes universitarios de una Facultad de Negocios y su percepción de afectación en la academia 2019 (Figura 10)	7 horas por día	18- 22 años	Cuestionario a 315 estudiantes universitarios	México

Nota: El criterio de indagación se realizó tomando como punto de partida la herramienta connected papers.

Fuente: Realización propia, con base en los artículos Ahmed, Niaz, (2019), Amador, Pascual, Hernández, Guízar, (2019), Fernández-Rovira, (2022), Giraldo-Luque, Fernández-Rovira, (2020), Rideout, Pai, Saphir, (2015).

Es posible identificar, los gastos de tiempo de la generación Z, en la literatura existente, que permiten identificar la cantidad de tiempo que en promedio se gasta por día en cada uno de los estudios. Tomando los datos proporcionados como punto de partida, se pueden establecer porcentajes del total del día que se destina a redes sociales, en otras palabras, cuanto de la persona se consume en el uso de redes. En estas representaciones, solo se considera el gasto de tiempo en redes y el resto del día. A continuación, se presentan las figuras: 6, 7, 8 y 10 con los porcentajes correspondientes, la figura 10 se refiere a número de encuestados por tiempo de gasto en redes según los dos rangos expresados. Cada una de las figuras se refiere a un elemento de la tabla 3:

Figura 6

Porcentaje del total del día gastado en redes 1



Nota: El color azul representa el porcentaje de gasto de tiempo en redes por día.

Fuente: realización propia con datos del artículo: Giraldo-Luque, Santiago; Fernández-Rovira, Cristina (2020). “Redes sociales y consumo digital en jóvenes universitarios: economía de la atención y oligopolios de la comunicación en el siglo XXI”. Profesional de la información.

Figura 7

Porcentaje del total del día gastado en redes 2



Nota: El color azul representa el porcentaje del día empleado en redes.

Fuente: realización propia basado en el artículo: Fernández-Rovira, C. (2022). Motivaciones y tiempo de uso de las redes sociales por parte de los jóvenes españoles: señales de adicción. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones" 15(2)

Figura 8

Porcentaje del total del día gastado en redes 3

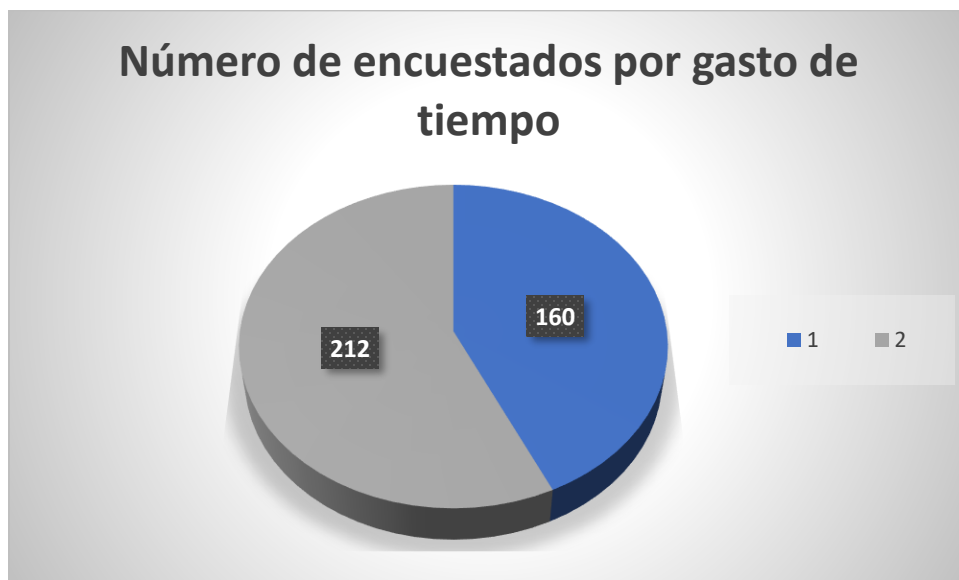


Nota: El color azul representa el porcentaje del día empleado en redes.

Fuente: realización propia basado en el artículo: Vicky Rideout, Seeta Pai y Melissa Saphir, *The Common Sense Census: Media Use By Tweens and Teens* (San Francisco: Common Sense Media: 2015)

Figura 9

Porcentaje diferenciado de gasto de redes en diferentes rangos



Nota: Nota: El color azul representa el número de encuestados que gastan 9 horas o más al día en redes, el color gris aquellos que emplean de 3-8 horas en redes.

Fuente: realización propia basado en el artículo: Ahmed, Niaz (2019). “*Generation Z’s smartphone and social media usage: A survey*”. *Journalism and mass communication*, v. 9, n. 3, pp. 101-122.

Figura 10

Porcentaje del total del día gastado en redes 5



Nota: El color azul representa el porcentaje del día empleado en redes.

Fuente: realización propia basado en el artículo: Amador, Norma; Pascual, Sánchez; Hernández, Jorge-Arturo; Guízar, Juan-Manuel (2019). "Principales usos del móvil en estudiantes universitarios de una Facultad de Negocios y su percepción de afectación en la academia". In: *Global conference on business and finance proceedings*, v. 14, n. 2

Es difícil establecer una medida orientadora del sentido en un cálculo cuantificable, iniciando porque ciertas actividades básicas para la supervivencia, indispensables como el dormir, comer, el sexo, no son identificables en cuanto a un sentido de "fines y propósitos", es decir, dentro de una categoría de los gastos de tiempo. Esto plantea otra problemática mencionada por Calhoun (2015), en su artículo, que se refiere a las trayectorias ocupacionales: la dificultad que representa identificar lo que se realiza en el día a día dentro de una trayectoria ocupacional para identificar las características que dan sentido a una vida y las actividades que se realizan en la cotidianidad. Para sortear esta dificultad, es posible establecer rasgos orientadores que partan de las consideraciones y recomendaciones que se dan desde aspectos como: horas recomendables de sueño, tiempo recomendable para ingerir alimentos y horas que en promedio gasta una persona de la generación Z en el trabajo o la escuela.

Propongo para esto, un análisis cuantitativo; que considere la estadística cuantitativa de gastos de tiempo existente, tomando en cuenta ciertas nociones básicas del día a día. Hace falta documentar estas posiciones, sin embargo, un ejemplo hipotético puede funcionar como medida orientadora posterior al análisis y representación de los datos existentes

3.3.1 Ejemplos hipotéticos funcionales

En el apartado anterior se expresó a manera de porcentaje total del día, el tiempo que se gasta en redes en distintas investigaciones. Para esta sección, se consideran elementos existentes como recomendaciones “saludables”, respaldadas por los datos actuales en diversas fuentes que serán especificadas en cada caso. Se toman en cuenta algunos de los gastos de tiempo base que se realizan cotidianamente y que no está muy claro dentro de la perspectiva de Calhoun a qué tipo de gasto pertenecen, pudiendo incluso pertenecer a una categoría como gastos primarios o implicados de sustentación de la vida: esto refiriéndonos a actividades cotidianas como dormir y comer. Se evita realizar la clasificación de actividades como los traslados a los lugares de trabajo, el sexo y otras actividades porque pueden o no ser cotidianas para un universitario, principal ocupación de los agentes en los artículos consultados.

Para la realización de estos ejemplos, se realizarán dos análisis hipotéticos derivados de los rangos de uso de redes sociales en los participantes de las diferentes encuestas. El primero, analizará los usos de tiempo respecto de actividades cotidianas de un agente ideal, el cual necesita de ciertos gastos indispensables en una rutina recomendable, tomando en cuenta las recomendaciones de expertos, así como la información disponible de estudios de caso similares; adhiriendo a este agente los posibles gastos de tiempo en redes. El segundo experimento, se enfocará en la relevancia de imaginarias redes sociales o plataformas digitales que se preocupan por el bienestar de sus usuarios y el cumplimiento de sus fines, es decir, del uso de su tiempo en

actividades primarias y su perspectiva normativa. Se nutrirá esto, de las consideraciones de Calhoum.

Primer ejemplo hipotético funcional: de las 24 horas disponibles en un día, entre 7-9 deberían pasar en estado de reposo de sueño las personas pertenecientes a la generación Z para tener una vida saludable, según el *updated sleep duration recommendation: final report* de la *National Sleep Foundation*, (2015). Esta será la primera consideración, el promedio para una recuperación neuro-biológica adecuada: 8 horas.

Según una investigación realizada por el Instituto de Información Estadística y Geográfica del estado de Jalisco (2022), en el Sondeo del uso de tiempo y gasto de traslado de estudiantes universitarios 2022, se pueden recuperar los gastos promedio que se emplea en realizar comidas, que en su sondeo es de 2 horas 19 minutos, que es otro gasto constante en la cotidianidad, esto se encuentra en sincronía con el tiempo recomendable para emplear en las comidas que es de mínimo 30 minutos por comida, en *La vanguardia*, (2017). El mismo Instituto de Información Estadística y Geográfica del estado de Jalisco (2022), menciona las horas promedio que un universitario pasa en la escuela, siendo 5 horas con 5 minutos el promedio.

La Organización Mundial de la Salud (2020), en sus directrices sobre actividad física y vida sedentaria, considera que los adultos (entre 18 a 64 años), deberían realizar un total de 150 minutos de ejercicio a la semana. Esto, daría un promedio de 30 minutos 5 días, o 23 a 24 minutos cada día.

Los elementos descritos, dan un resultado de 15 horas con 47 minutos para lo más básico que es dormir, alimentarse, ir a la escuela y ejercitarse. Este ejemplo, es generoso al no considerar actividades con gasto de relleno promedio, como el transporte, que variaría de ciudad a ciudad, y

son en muchos agentes gastos cotidianos. Este gasto se omite, para dar un parámetro mínimo ideal de gasto recomendable.

De las 24 horas del día, al restar los tiempos mínimos del agente ideal da un total restante de 8 horas con 13 minutos; mismas que deben distribuirse para realizar cualquier otra actividad: pasear a al perro, hablar con amigos, realizar cualquier pasatiempo, ver una película, leer, estudiar, pasar tiempo de calidad con los seres queridos, así como cualquier otra actividad operativa: hacer las compras, realizar un trámite, arreglar contratiempos. Esto, sin considerar el tiempo de gasto en redes. Es prudente recordar que los gastos primarios pueden incluir una amplia gama de actividades, fundada en diferentes tipos de razones y delimitar la vida a los gastos mínimos ideales, sería excesivamente limitante.

Para el agente ideal, varios de los escenarios descritos son directamente incompatibles por necesitar de un tiempo mayor del que este puede ofrecer tras cubrir las actividades más básicas; es decir, aquellos artículos que mencionan un tiempo de uso mayor de 9 horas al día (figura 8 y 9). En los escenarios restantes, la situación no es muy alentadora, puesto que implican dejar únicamente 3 horas con 47 minutos (figura 6); 3:13 minutos (figura 7) y 1 hora con 13 minutos (figura 10), respectivamente, en los escenarios más extremos; siendo el uso de redes durante 3 horas el más generoso (figura 9), dejando 5 horas con trece minutos por día. Los escenarios y el tiempo restante, parecen dejar un espacio de tiempo demasiado restrictivo y limitado para otras actividades. Se asume, que como mínimo el gasto de tiempo primario es el destinado a las clases, que podría bien ser cuestionado al ser “restrictivo e ideal”, ¿qué pasaría si en esta primera consideración ni siquiera están abordados todos los gastos primarios del agente?, ¿si los gastos de tiempo como dormir o comer son operativos?, ¿en qué parte de la geografía y de los gastos

debería situarse el uso de redes?, ¿o es acaso que las redes son ahora parte del gasto primario independientemente de en qué se utilicen?

Se considera para esta investigación, partiendo de este experimento que el uso de la pantalla es excesivo en cualquiera de los estudios revisados, en los que el gasto mínimo de tiempo en redes expresado por los encuestados, es de 3 horas²⁴. Según la información en Neophytou (2019), una exposición por día mayor a 2-3 horas a pantallas, se considera excesivo, esto incluyendo televisión, laptop y dispositivos digitales. Este uso excesivo, causa efectos en el desarrollo de la memoria, aprendizaje, regulación emocional, así como en el desarrollo motor y cognitivo. Para ejemplificar el uso de tiempo en pantalla, se menciona “Comparados con los niños nacidos en 1970, quienes típicamente iniciaban a visualizar la televisión a la edad de 4 años, los niños nacidos después del 2000 iniciaban a visualizar la televisión a la edad de 4 meses” (Neophytou, 2019, pág. 2, traducción propia).²⁵ Esta información, puede ser considerada en conjunto con los diferentes datos presentados referente a las modificaciones en los hábitos de consumo.

Esta economía de la atención, podría haber dejado fragmentados a sus usuarios. Fuera de la cantidad de tiempo, que es bastante considerable, también está la cuestión de en qué momentos se está llevando a cabo ese gasto de tiempo que es consumir de la vida. La situación se da cuando, según los estudios, la cantidad de veces que se desbloquea el móvil, según Bilinkis (2019), es de 150 veces. Sin embargo, hay datos que difieren en cantidad, aunque no disminuyen drásticamente. Ijaz e Imran (2024) mencionan promedios de desbloqueo entre 85 y 50 veces por

²⁴ No obstante ser el uso menor de redes el referente a 3 horas, es parte de un parámetro más amplio que llega a las 7 horas. Su rango más bajo, es el menor uso dentro de los estudios explorados, aún así, con un número no especificado de personas en el rango menor específico.

²⁵ En el original: “*Compared to children born in 1970 who typically began watching television at age 4, children born after 2000 began watching television on a regular basis at 4 months old.*” (Neophytou, 2019, pág. 2).

día. Entre otros efectos adversos, el uso continuo del celular y la naturaleza del uso continuo que se le da actualmente, puede contribuir a un fenómeno conocido como “niebla mental”, el cual es

[...] un término usado para describir problemas cognitivos acompañados de pérdida de memoria, baja concentración y agotamiento mental. La naturaleza omnipresente de las notificaciones de los teléfonos inteligentes y las pantallas digitales causan sobrecarga cognitiva, dificultando al individuo poner atención y recordar cosas” (Ijaz e Imran, 2024, pág. 181, traducción propia).²⁶

Esto es que, en la vida actual, el uso excesivo de las pantallas y su influencia en el día y la rutina, mantiene fragmentadas las actividades que se realizan.

Segundo ejemplo hipotético funcional: Para el segundo ejemplo hipotético, se utilizarán los datos previamente utilizados para ejemplificar la situación en que se encuentran los agentes ante el uso de redes sociales y plataformas digitales. Este ejemplo, parte del cuestionamiento, ¿cuál sería el actuar de los dispositivos electrónicos y las empresas que ofrecen los servicios de plataformas digitales y redes sociales si se preocuparan por el bienestar de los usuarios?

Esas redes sociales no existentes, imaginarias y amigables con la naturaleza humana, tendrían que tomar en cuenta los datos como los previamente descritos: el uso excesivo de dispositivos digitales se da cuando se sobrepasan las 2-3 horas de uso de las pantallas. Las plataformas podrían iniciar funciones que limiten el uso de los dispositivos después de cierto tiempo, o alertar a los usuarios de los posibles riesgos que la sobreexposición conlleva.

Las plataformas podrían también informar a los usuarios sobre el conocimiento que se tiene de ellos, así como las técnicas que se emplean para enganchar su atención, así como la información que se tiene de ellos, o los perjuicios que causa el uso excesivo bajo un principio de verdadera transparencia. Pudiendo incluso aportar a los usuarios al autoconocimiento, tanto de

²⁶ En el original: “...a term used to describe cognitive problems that accompany memory loss, poor concentration and mental exhaustion. The ubiquitous nature of smartphone notifications and digital screens causes cognitive overload, making it challenging for an individual to pay attention and remember things.” (Ijaz, Imran, 2024, pág. 181).

sus rutinas, como de sus comportamientos, que, para algunos de los casos analizados, parecen emplear un uso excesivo.

Las redes sociales, como última consideración mínima para estar en sintonía con la perspectiva normativa, podrían aportar notificaciones o recordatorios cada cierto tiempo, tomando en cuenta la perspectiva normativa de cada uno de los usuarios, puesto que actualmente, se prioriza la maximización del uso de redes, sobre cualquier otro elemento. Las redes sociales, no parecen estar muy preocupadas porque los agentes cumplan sus fines primarios.

Conclusiones

Se ha realizado un esfuerzo por explorar de manera constructiva y crítica las alteraciones que las redes sociales y las plataformas digitales han generado en las geografías del sentido de la vida, especialmente en el contexto de la generación Z y bajo el marco del capitalismo actual. A lo largo de los tres capítulos, se han analizado las dinámicas económicas, psicológicas y filosóficas que subyacen a estas transformaciones, ofreciendo una visión de cómo el tiempo, la atención y el sentido de la vida se han alterado en la era digital.

Respecto de las secciones de la metodología relacionadas con la problemática, se permite ahora concluido el trabajo de investigación versar sobre los diferentes puntos sujetos y sean sujetos a consideración. Esto, relacionado con las secciones referentes a preguntas de investigación, propósitos y supuestos teóricos. Se realizará una auto evaluación de los objetivos y si fueron cumplidos.

Pregunta de investigación y objetivo general: *¿Qué implicaciones tienen las plataformas digitales en el modo de vida de las generaciones nativas digitales dentro de un contexto capitalista?*

Describir el modo en que los algoritmos de las plataformas digitales influyen en los gastos de tiempo inteligibles de los agentes y cómo influye esto en las nociones de sentido en el contexto capitalista.

Esta pregunta y objetivo, se cumple de manera parcial. La razón principal es la dificultad de realizar consideraciones finales o absolutas sobre como cada agente gasta su tiempo, en este sentido, los ejemplos hipotéticos funcionales pueden parecer limitados o restrictivos, sin embargo, dentro de la investigación documental, es percibido un uso excesivo de pantalla respecto de las consideraciones de los límites saludables. Se logra también realizar un mapeo

adecuado de los padecimientos, predisposiciones y problemas que enfrenta la generación Z desde los aspectos psicológicos y cognitivos en la literatura existente.

Preguntas de investigación y objetivos específicos: *¿Cuál es el objetivo de los comerciantes de la atención?*

Describir la definición y las características del sistema económico donde se inserta la economía de la atención.

Identificar el o los objetivos de los promotores de las plataformas digitales.

Realizando una revisión de la bibliografía existente se realizan consideraciones adecuadas, que permiten identificar las características y percepciones del capitalismo que mejor se alinean con el tipo de investigación realizada. Se logran identificar ciertas nociones básicas dentro del capitalismo, así como su funcionamiento y naturaleza acumulativa. Lo limitante de esta sección, es la profundidad, puesto que, la caracterización del capitalismo con una mayor amplitud requiere de un trabajo de investigación por sí misma.

¿Qué efectos tiene el uso de redes sociales en línea?

¿Qué estrategias son utilizadas para mantener a los usuarios en la pantalla y cómo se nutre el algoritmo para la personalización del contenido?

Identificar las estrategias o mecanismos que se emplean para capturar la atención de los usuarios.

En primera instancia, para identificar los efectos de las redes sociales en línea, se puede dividir esa pregunta en dos segmentos, la primera relacionada con sus consecuencias a la psique, la segunda, con las consecuencias referentes al uso de tiempo. Se aborda aquí la primera, puesto que la segunda percepción está íntimamente ligada con la siguiente pregunta y el siguiente objetivo de investigación.

Se logran identificar muchas de las estrategias que se utilizan los comerciantes de la atención actuales, que se enlistan en la tabla número 4. Estrategias que moldean los algoritmos, identifican patrones de conducta de los usuarios, realizan triangulaciones, estimaciones, cálculos basados en cálculos probabilísticos y algoritmos diseñados por especialistas en la creación de modernas aplicaciones conductistas, o como se mencionan en el texto, tecnoconductistas. Esto, se posibilita por los análisis discursivos que se realizan una vez clasificada la personalidad del usuario y su tendencia a alguno de los cinco grandes de la personalidad, apelando a ciertas características identitarias que se manifiestan y analizan en el discurso. También las vulnerabilidades, como factores psicológicos que predisponen a las personas para el uso de redes.

Las cookies, así como la aceptación de los términos y condiciones, permiten a las redes sociales determinar la personalidad y los hábitos de las personas en un contexto digital. La pérdida de la privacidad humana por el acceso a su información causa un gran conocimiento, que permite moldear hábitos de consumo con fines de ganancia empresarial.

¿Qué influencia puede ejercer en las geografías del sentido de la vida el uso de redes sociales?

Realizar una revisión de la literatura existente en cuanto a gastos de tiempo en la generación Z y su posible incidencia o relación en las geografías del sentido.

La influencia en el modus vivendi de las generaciones digitales, se manifiesta primordialmente en el tiempo del día que gastan de forma regular en redes sociales y plataformas digitales. Los porcentajes son: 18% (figura 6), 23% (figura 7), 37% (figura 8) y 29% (figura 10) en los artículos consultados. Estos ejemplos, muestran una clara incidencia de un nuevo modelo

de convivencia que interfiere y se adhiere a la forma en que las personas viven, se entretienen y se relacionan.

Otra influencia poderosa, es la conexión constante a redes, que puede devenir en fenómenos como la *brainfog*, que distraería al usuario constantemente de las actividades que son sus fines de vida, esto claro, a menos que su uso de redes sea activo y también, una de sus metas primarias. Sin embargo, Calhoum (2015), diría que, en las razones para todos, hay ciertos parámetros que evitan algo tenga sentido por cuestiones meramente actitudinales, hace falta una valoración del agente. No es lo mismo pasar el 29% de tu tiempo del día por ser divulgador de ciencia, que meramente como un acto de consumo pasivo.

Una modificación al modo de vida relacionada con este objetivo y pregunta de investigación, es la conformación de una esfera de vigilancia e invasión de la privacidad constante. Zuboff (2020) y Véliz (2021), dirían que los micrófonos, pantallas, cada clic que se da en los celulares, tiene un impacto en la información que se cede. Nada es inocuo. La privacidad, parece ser limitada, como se mencionó previamente, independientemente de las creencias de sí la persona es de interés para el mundo, famosa, o un objetivo del gobierno, seguramente es un objetivo para el análisis de los algoritmos y demás estrategias y técnicas mencionadas en el capítulo 2.

Supuestos teóricos: *El uso de las redes sociales en línea realiza alteraciones de importancia en los gastos de tiempo de los agentes pertenecientes a la generación Z, modificando esto los hábitos de vida e incluyéndose en un alto porcentaje del gasto de tiempo inteligible.*

Esta investigación más que un final, es un inicio de las preguntas que se plantean al momento de indagar en los hábitos de consumo, en este caso, de la generación Z. Seguramente, preguntas como esta se han planteado previamente. Se confirma en el análisis cuantitativo el rol principal en cuanto a gasto de tiempo que tienen las redes sociales en el día a día, en la cotidianidad de los

integrantes de la generación Z, no obstante, queda pendiente la cuestión sobre la percepción respecto a la forma en que esta incide en sus fines, que, en concordancia con la información planteada en los capítulos 2 y 3, parecen ser incompatibles.

La finalidad de las redes sociales y plataformas es maximizar el tiempo que los agentes gastan dentro de sus software. La cuestión de si esto entra en conflicto con los fines primarios del agente es secundaria para estas empresas siempre y cuando puedan seguir convirtiendo la atención en ganancia monetaria.

Existe un oportunismo psicológico-cognitivo basado en las deficiencias naturales que tiene la mente y la psicología ante ciertos estímulos, que es aprovechada para los fines comerciales de las plataformas y redes sociales.

Al analizar el uso que se da a la clasificación que hacen las redes sociales dentro de los 5 grandes de la personalidad, para esto ser aprovechado, por ejemplo, en los *clickbait*, o en otros mecanismos de sesgos cognitivos, parecen confirmar esta sección. A esto, se agrega el conocimiento que se tiene de las vulnerabilidades psicológicas que predisponen a los usuarios para un mayor tiempo de uso, como el aburrimiento, o a pesar de las problemáticas que ocasionan, como el aumento de la depresión y ansiedad.

La evolución de las estrategias para el aprovechamiento psicológico-cognitivo puede ser rastreada y examinada de forma crítica.

Durante el capítulo 2, se analizaron no solo las formas de clasificación de plataformas y redes a sus usuarios, sino también los mecanismos que se utilizan para la información recabada. Dentro de la tabla 4, así como en los párrafos posteriores se encuentran una amplia cantidad de nociones, ha de decirse, introductorias y nominales sobre los elementos que permiten realizar conexiones, análisis, triangulaciones, estimaciones y predicciones sobre los usuarios. Además de técnicas

para mantener el *engage*, es decir, aquellos métodos que posibilitan por medio de la novedad o el placer, retener al usuario desde el conocimiento del mismo.

El análisis del capitalismo moderno revela que las plataformas digitales no solo son herramientas de comunicación, sino actores clave en un sistema económico que prioriza la acumulación de capital a través de la explotación de la atención y los datos personales. El capitalismo de vigilancia, el capitalismo cognitivo y el capitalismo de plataformas han creado un entorno en el que la vida de las personas se convierte en un recurso muy valioso para la generación de ganancias. Este sistema no solo ha transformado las relaciones económicas, sino que también ha redefinido la forma en que las personas interactúan, consumen y dan sentido a sus vidas. La hiper conectividad y la digitalización han generado una nueva forma de alienación, en la que los individuos son constantemente monitoreados y manipulados para maximizar su tiempo en las plataformas.

La economía de la atención ha demostrado ser un mecanismo altamente eficaz para captar y retener la atención de los usuarios, aprovechando vulnerabilidades cognitivas y psicológicas. Las estrategias utilizadas por las plataformas, como la personalización algorítmica, la explotación de sesgos cognitivos y la creación de hábitos de consumo digital por placer, han llevado a un uso excesivo de estas herramientas. Este fenómeno no solo afecta la autonomía de los usuarios, sino que también tiene implicaciones significativas para su bienestar mental y emocional. La privacidad, como último resguardo de la subjetividad, ha sido erosionada, y los usuarios no tienen un adecuado control sobre sus datos personales, lo que ha permitido a las empresas predecir y direccionar comportamientos con una alta precisión.

El análisis del sentido de la vida en relación con los gastos de tiempo inteligibles para el agente sugiere que el uso excesivo de redes sociales y plataformas digitales está alterando las

geografías del sentido de la vida en la generación Z. Los datos presentados muestran que los jóvenes dedican una cantidad significativa de su tiempo diario a estas plataformas, lo que limita su capacidad para dedicarse a actividades que podrían considerarse más significativas o enriquecedoras para sus percepciones desde sus razones, los valores que les acompañan y su perspectiva normativa. La fragmentación de la atención y la constante búsqueda de gratificación inmediata han llevado a una cotidianeidad en la que el sentido de la vida se difumina entre estímulos digitales. La propuesta de Cheshire Calhoun sobre los gastos de tiempo inteligibles ofrece un marco normativo para reflexionar sobre cómo las personas asignan su tiempo y cómo estas decisiones afectan su bienestar y su capacidad para construir un sentido de la vida personal y por ende, auténtico.

Este trabajo plantea que las redes sociales y las plataformas digitales, en el contexto del capitalismo contemporáneo, han generado una transformación en la forma en que las personas experimentan y dan sentido a sus vidas. La economía de la atención, basada en la explotación de la atención y los datos personales, ha creado un entorno en el que la autonomía y la privacidad son vulneradas constantemente, y el sentido de la vida se ve alterado por la fragmentación y la distracción digital. Es necesario un enfoque crítico y reflexivo para abordar estas problemáticas, tanto a nivel individual como social, para buscar alternativas que permitan a las personas mejorar el control sobre su tiempo, su atención y su sentido de la vida en un mundo cada vez más digitalizado. Cabe la pregunta final, ¿se deben incluir las redes sociales como un gasto de tiempo primario en las geografías del sentido de todo agente?

Referencias

Abbagnano, N. (1998). Diccionario de filosofía.

Aho, K. "Existentialism", *The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Summer 2023 Edition)*, Edward N.

Zalta & Uri Nodelman (eds.), URL =

<https://plato.stanford.edu/archives/sum2023/entries/existentialism/>

Consultado el: 20/11/24

Ahmed, N. (2019). "Generation Z's smartphone and social media usage: A survey". *Journalism and mass communication*, v. 9, n. 3, pp. 101-122.

<https://doi.org/10.17265/2160-6579/2019.03.001>

Amador, N., Pascual, S., Hernández, J. y Guízar, J. (2019). "Principales usos del móvil en estudiantes universitarios de una Facultad de Negocios y su percepción de afectación en la academia". In: *Global conference on business and finance proceedings*, v. 14, n. 2, pp. 580-585.

https://www.researchgate.net/profile/Edith-Borboa-Alvarez-2/publication/352311017_El_efecto_mediador_de_la_Responsabilidad_Social_Corporativa_en_la_orientacion_emprendedora_y_la_rentabilidad_de_las_empresas_mexicanas/links/60c2f23592851ca6f8db6885/El-efecto-mediador-de-la-Responsabilidad-Social-Corporativa-en-la-orientacion-emprendedora-y-la-rentabilidad-de-las-empresas-mexicanas.pdf#page=585

[2/publication/352311017_El_efecto_mediador_de_la_Responsabilidad_Social_Corporativa_en_la_orientacion_emprendedora_y_la_rentabilidad_de_las_empresas_mexicanas/links/60c2f23592851ca6f8db6885/El-efecto-mediador-de-la-Responsabilidad-Social-Corporativa-en-la-orientacion-emprendedora-y-la-rentabilidad-de-las-empresas-mexicanas.pdf#page=585](https://www.researchgate.net/profile/Edith-Borboa-Alvarez-2/publication/352311017_El_efecto_mediador_de_la_Responsabilidad_Social_Corporativa_en_la_orientacion_emprendedora_y_la_rentabilidad_de_las_empresas_mexicanas/links/60c2f23592851ca6f8db6885/El-efecto-mediador-de-la-Responsabilidad-Social-Corporativa-en-la-orientacion-emprendedora-y-la-rentabilidad-de-las-empresas-mexicanas.pdf#page=585)

Amarilla, L. (enero-junio, 2019). Capitalismo de plataformas. In *Mediaciones de la Comunicación*, 14(1), 219-226.

<https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.1.2894>

Amin, S. (2004). Geopolítica del imperialismo contemporáneo.

<http://patrimoinenumeriqueafricain.com:8080/jspui/bitstream/123456789/2724/1/Geop%C3%B3litica%20del%20imperialismo%20contempor%C3%A1neo-converti.pdf>

- Arias C., O. y Poppel, E. (2007). *Dopamine, learning, and reward-seeking behavior*. *Acta Neurobiologiae Experimentalis*, 67(4), 481-488.
<https://ane.pl/index.php/ane/article/view/1664>
- Baddeley, M. "Economía conductual: pasado, presente y futuro", en ¿Hacia una nueva Ilustración? Una década trascendente, Madrid, BBVA, 2018.
<https://www.bbva.com/wp-content/uploads/2024/07/BBVA-OpenMind-libro-2019-Hacia-una-nueva-Ilustracion-una-decada-trascendente-1.pdf>
- Bhargava, V. R. y Velasquez, M. (2021). *Ethics of the attention economy: The problem of social media addiction*. *Business Ethics Quarterly*, 31(3), 321-359.
<https://doi.org/10.1017/beq.2020.32>
- Bentes, A. C. F. (2022). *O modelo do gancho e a formação de hábitos: tecnobehaviorismo, capitalismo de vigilância e economia da atenção*. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones", 15(2), 1-19.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8472647>
- Bevan, J. L., Gomez, R. y Sparks, L. (2014). *Disclosures about important life events on Facebook: Relationships with stress and quality of life*. *Computers in Human Behavior*, 39, 2463-2473.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.07.021>
- Calhoun, C. (2015). *Geographies of meaningful living*. *Journal of Applied Philosophy*, 32(1), 15-34.
<https://doi.org/10.1111/japp.12089>
- Cázares, B. R. y Serrano, F. F. J. (2024). Geografías de la vida con sentido: Cheshire Calhoun. *Devenires*, (49), 221-258.
<https://doi.org/10.35830/devenires.v25i49.913>

Chomsky, N. (2016). Diez estrategias de manipulación mediática. Archipiélago. Revista Cultural De Nuestra América, 19(73). Recuperado a partir de

<https://revistas.unam.mx/index.php/archipelago/article/view/55996>

Consultado el: 15/09/24

Ciccone, L. (2005). Bioética: Historia. Principios. Cuestiones. Palabra.

Comin, O. A. y Gervasoni, V. L. (2009). Democracia Económica. Hacia una alternativa al Capitalismo.

Conected papers. <https://www.connectedpapers.com/>

Consultado el: 15/11/24

Critikián, D. M. y Núñez, M. M. (2021). Redes sociales y la adicción al *like* de la generación Z. Revista de comunicación y salud, 11, 55-76.

<https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281>

Dabat, A., Hernández C. J. F. y Vega C., C. (2015). Capitalismo actual, crisis y cambio geopolítico global. Economía Unam, 12(36), 62-89.

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1665-952X2015000300062&script=sci_arttext

DLA Piper. (2024). *Data protection laws of the world: Full handbook*. DLA Piper.

Obtenido de: https://unctad.org/page/data-protection-and-privacy-legislation-worldwide?_cf_chl_tk=ke3JVtkn1m04vNsEhic7WDep.CNAXalUVswofOsJ9cg-1728280942-0.0.1.1-4969

Consultado el: 09/08/24

Eyal, N. (2014). *Hooked: How to build habit-forming products*. Penguin Uk.

Fernández, R. C. (2022). Motivaciones y tiempo de uso de las redes sociales por parte de los jóvenes españoles: señales de adicción. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”, 15(2), 1-19.

<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.11155>

Fogg, B. J., y Hall, C. (2011). Persuasión Interpersonal Masiva: Primera Visión de un Nuevo Fenómeno.

Laboratorio de Tecnología Persuasiva de la Universidad de Stanford:

<https://proyectedisenar.pbworks.com/f/Fogg-Persuasion-Interpersonal-Masiva.pdf>

Fumagalli, A. (2010). Bioeconomía y capitalismo cognitivo.

Galafassi, G. (2014) Apuntes sobre acumulación originaria.

Giraldo-Luque, S. y Fernández, R. C. (2020). “Redes sociales y consumo digital en jóvenes

universitarios: economía de la atención y oligopolios de la comunicación en el siglo XXI”.

Profesional de la información, v. 29, n. 5, e290528.

<https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.28>

Goldhaber, M. (2006) ‘*The value of openness in an attention economy*’. First Monday 11 (6 — 5 June 2006),

<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1334/1254>

Consultado el: 15/07/2022

González, O. y Jacques, S. (2017). Estado del arte en los sistemas de recomendación. Res. Comput. Sci., 135, 25-40.

https://scholar.archive.org/work/hgx4wtyambczfnrrku6ajeucla/access/wayback/https://rcs.cic.ipn.mx/2017_135/Estado%20del%20arte%20en%20los%20sistemas%20de%20recomendacion.pdf

Grosfoguel, R. (2008). Del imperialismo de Lenin al Imperio de Hardt y Negri: «fases superiores» del eurocentrismo. Universitas humanística, (65), 15-26.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-48072008000100002&script=sci_arttext

Hernández, J. G. V. (2007). Liberalismo, neoliberalismo, postneoliberalismo. Revista Mad.

Revista del magíster en análisis sistémico aplicado a la sociedad, (17), 66-89.

<https://www.redalyc.org/pdf/3112/311224745005.pdf>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado C., Baptista Lucio M. (2014). Metodología de la investigación.

Hirshkowitz, M., Whiton, K., Albert, S. M., Alessi, C., Bruni, O., DonCarlos, L. y Ware, J. C. (2015). *National Sleep Foundation's updated sleep duration recommendations. Sleep health*, 1(4), 233-243.

<https://doi.org/10.1016/j.sleh.2015.10.004>

Horn, L. (2012). *Study finds chemical reason behind Facebook 'addiction.'* PC Magazine, 1, Consultado en: <https://uk.pcmag.com/web-publishing/66544/study-finds-chemicalreason-behind-facebook-addiction>.

Consultado el: 17/09/24

Ijaz, A. e Imran, H. (2024). *Smartphone Addiction and Symptoms of Brain Fog among Emerging Adults. Qlantic Journal of Social Sciences and Humanities*, 5(4), 180-187.

[https://doi.org/10.55737/qjssh.v-iv\(CP\).24260](https://doi.org/10.55737/qjssh.v-iv(CP).24260)

Instituto de Información Estadística y Geográfica del estado de Jalisco (2022), Sondeo del uso de tiempo y gasto de traslado de estudiantes universitarios 2022.

Consultado en: https://ieeg.gob.mx/ns/?page_id=30279

Consultado el: 20/01/2025

Izcara Palacios, S. P. (2014). Manual de investigación cualitativa.

Jannach, D. (2010). *Recommender Systems: An Introduction. Cambridge university press*.

Kahneman, D. (2003). Mapas de racionalidad limitada: psicología para una economía conductual.

Discurso pronunciado en el acto de entrega del premio Nobel de Economía 2002. RAE: Revista Asturiana de Economía, (28), 181-225.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2304896>

Kocka, J. (2016). Capitalismo. Una breve historia.

Lü, L., Medo, M., Yeung, C., Zhang, Y., Zhang, Z., y Zhou, T. (2012). *Recommender systems. Physics reports*, 519(1), 1-49.

<https://doi.org/10.1016/j.physrep.2012.02.006>

Marx, K. (1948). El manifiesto comunista.

Martin, M. (2008). La teoría de las generaciones de Ortega y Gasset: una lectura del siglo XXI. *Tiempo y espacio*, (20), 98-110.

<https://doi.org/10.22320/rte.vi20.1736>

McCallum, W. C. "Attention". Encyclopedia Britannica, 10 Apr. 2024,

Recuperado de: <https://www.britannica.com/science/attention>

Consultado el:10/10/2024

Mcnee, S. M., Riedl, J. y Konstan, J. A. (2006). *Being accurate is not enough: How accuracy metrics have hurt recommender systems. Em: CHI'06 Extended Abstracts on Human Factors in Computing systems, chiea'06* (pp. 1097-1101). *Conference on Human Factors in Computing Systems – Proceedings*.

<https://doi.org/10.1145/1125451.1125659>

Metz, Thaddeus. *The Meaning of Life, The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Fall 2023 Edition)*, Edward N. Zalta & Uri Nodelman (eds.)

<https://plato.stanford.edu/entries/life-meaning/>

Consultado el: 12/12/24

Myllylahti, M. (2018). *An attention economy trap? An empirical investigation into four news companies' Facebook traffic and social media revenue. Journal of Media Business Studies*, 15(4), 237-253.

<https://doi.org/10.1080/16522354.2018.1527521>

Neophytou, E., Manwell, L. A. y Eikelboom, R. (2021). *Effects of excessive screen time on neurodevelopment, learning, memory, mental health, and neurodegeneration: A scoping review. International Journal of Mental Health and Addiction*, 19(3), 724-744.

<https://doi.org/10.1007/s11469-019-00182-2>

Netflix (2020), *The social dilemma*.

<https://www.netflix.com/title/81254224>

Consultado el: 19/10/2022

ONU, (2024). Legislación sobre protección de datos y privacidad a nivel mundial.

https://unctad.org/page/data-protection-and-privacy-legislation-worldwide?_cf_chl_tk=ke3JVtkn1m04vNsEhic7WDep.CNAXalUVswofOsJ9cg-1728280942-0.0.1.1-4969

Consultado el: 20/09/2024

Organización Mundial de la Salud (2020) directrices de la OMS sobre actividad física y hábitos sedentarios. Consultado en: https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/337004/9789240014817-spa.pdf?utm_source=chatgpt.com

Consultado el: 20/01/2025

OXFAM (2022) Las desigualdades matan.

<https://www.oxfam.org/es/informes/las-desigualdades-matan>

Consultado el 15/10/2024

OXFAM (2024) Desigualdad. S.A.

<https://www.oxfam.org/es/informes/desigualdad-sa>

Consultado el 20/12/2024

Pereira P. Z. (2011). Los diseños de método mixto de investigación en educación: Una experiencia concreta. Revista electrónica Educare. Vol. XV. Número 1, enero-junio 2011, pp. 15-29.

<https://www.redalyc.org/pdf/1941/194118804003.pdf>

Portellano, J. P. (2005) Introducción a la neuropsicología.

Real academia española. Diccionario de la lengua española, 23.^a ed., [versión 23.8 en línea]

<https://dle.rae.es>

Consultado el: 25/12/25

Ricci, F., Rokach, L. y Shapira, B. (2011). Introduction to recommender systems handbook. In

Recommender systems handbook.

Rodríguez, G. Y. M. (2017). Reconceptualización de la educación en la era digital: educomunicación,

redes de aprendizaje y cerebro. Factores claves en los actuales escenarios de construcción de

conocimiento. Revista de Comunicación de la SEECI, (42), 85-118.

<https://www.redalyc.org/journal/5235/523556207006/523556207006.pdf>

Seachris J. (2024) *The meaning of life, contemporary analytical perspectives*.

<https://iep.utm.edu/mean-ana/>

Consultado el: 30/11/24

Sheldon, P., Rauschnabel, P., y Honeycutt, J. M. (2019). The dark side of social media: psychological,

managerial, and societal perspectives. Academic Press.

Srnicek, N. (2018). Capitalismo de plataformas.

Stevens, S., Humphrey, K., Wheatley, T., y Galliher, R. V. (2011). *Links among obsessivecompulsive*

personality characteristics and Facebook usage. Psi Chi Journal of

Undergraduate Research, 16(3), 106_112.

<https://www.academia.edu/download/99192925/fall11jn.pdf#page=12>

Streeck, W. (2017). ¿Cómo terminará el capitalismo?

Tedx Talk, (2019). Como nos manipulan las redes sociales, Santiago Bilinkis

https://www.youtube.com/watch?v=8nKCA9h-7BA&ab_channel=TEDxTalks

Consultado el: 20/10/2022

Tejedor, S., Cervi, L., Martínez, F. y Tusa, F. (2021). Principales motivaciones en el uso de redes sociales en estudiantes de Comunicación: perspectiva comparada entre Colombia, Ecuador y España. *Journal of Iberian and Latin American Research*, 1–20.

<https://doi:10.1080/13260219.2021.1947353>

Vallier, K. (2022) "Neoliberalism", *The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Winter 2022 Edition)*, Edward N. Zalta & Uri Nodelman (eds.), URL = <https://plato.stanford.edu/entries/neoliberalism/>

Consultado el: 08/05/2023

van den Hoven, J., Martijn B., Wolter P. y Martijn W. "Privacy and Information Technology", *The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Winter 2024 Edition)*, Edward N. Zalta & Uri Nodelman (eds.), forthcoming URL = <https://plato.stanford.edu/archives/win2024/entries/it-privacy/>

Consultado el: 29/11/2024

Vannucci, A., Flannery, K. M. y Ohannessian, C. M. (2017). *Social media use and anxiety in emerging adults. Journal of Affective Disorders*, 207, 163166.

<https://doi.org/10.1016/j.jad.2016.08.040>

Vázquez, F. S. (2017). Jürgen Kocka, Historia del capitalismo. *Estudios sociológicos*, 35(105), 701-704.

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-64422017000300701&script=sci_arttext

Vercelli, A. (2018). La (des) protección de los datos personales: análisis del caso Facebook Inc.-

Cambridge Analytica. In XVIII Simposio Argentino de Informática y Derecho (SID)-JAIIO 47 (CABA, 2018).

<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/71755>

Consultado el: 04/04/2025

Vercellone, C. (2013). Capitalismo cognitivo. Releer la economía del conocimiento desde el antagonismo capital-trabajo. TESIS 11, (105), en-ligne.

<https://shs.hal.science/halshs-00969302v1>

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

Véliz, C. (2021). Privacidad es poder: Datos, vigilancia y libertad en la era digital.

Vicky R., Seeta P. y Melissa S. *The Common Sense Census: Media Use By Tweens and Teens* (San Francisco: Common Sense Media: 2015)

https://www.common sense media.org/sites/default/files/research/report/8-18-census-integrated-report-final-web_0.pdf

Consultado el: 10/10/2025

Vilanova, N. y Ortega, I. (2017). Generación Z: Todo lo que necesitas saber sobre los jóvenes que han dejado viejos a los millennials.

We are social (2024). Informe 2024. Consultado en: <https://bcube.bitban.com/blog/informe-we-are-social-2024-5-billones-de-usuarios-en-social-media>

Consultado el: 15/09/24

Williams, J. (2021). Clics contra la humanidad.

Wolf, S. (1997). *Happiness and meaning: Two aspects of the good life. Social Philosophy and Policy*, 14(1), 207-225.

<https://doi.org/10.1017/S0265052500001734>

Zuboff, S. (2020). Capitalismo de la vigilancia.

