


## Razón o inmediatez: La racionalidad del sinsentido digital como mecanismo de alienación en la posmodernidad

Rojas Rivera, John Steven

 John Steven Rojas Rivera  
jrojas1691@gmail.com  
Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium,  
Colombia

**Revista Kavilando**  
Grupo de Investigación para la Transformación Social Kavilando,  
Colombia  
ISSN: 2027-2391  
ISSN-e: 2344-7125  
Periodicidad: Semestral  
vol. 12, núm. 1, 2020  
revistakavilando@gmail.com

Recepción: 30 Enero 2020  
Revisado: 28 Febrero 2020  
Aprobación: 30 Mayo 2020

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/377/3771835016/index.html>

Nuestra revista y contenidos editoriales cuentan con acceso abierto y se rigen bajo la licencia Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional.

**Resumen:** En una época en donde el conocimiento y la información pueden ser transmitidos desde un celular de manera casi inmediata y en cualquier parte del mundo, se hace necesario investigar esa posible pérdida del sentido humano en la relación del conocimiento, generando desinformación por el uso excesivo de la comunicación en red, además de que en esta misma red, el sujeto construye un molde de persona perfecta que desea ser percibida por los otros, edificando una nueva forma de buscar el reconocimiento por medio de la red digital escatimando las relaciones interpersonales con el otro, generando un vacío de respeto por el otro, en el sujeto digital.

**Palabras clave:** Homo Digitalis, Razón, Sinsentido, Posmodernidad, Inmediatez, Alienación, Hipermodernidad.

**Abstract:** In an age when knowledge and information can be transmitted from a cell phone almost immediately and anywhere in the world, it is necessary to investigate this possible loss of human sense in the relationship of knowledge, by generating misinformation by the excessive use of network communication. In addition to that in this same network, the subject builds a perfect person mold, which wants to be perceived by others, by building a new way of seeking recognition through the digital network, by skimping on interpersonal relationships with the other, by creating a vacuum of respect for the other, in the digital subject.

**Keywords:** Homo Digitalis, Reason, Nonsense, Postmodernity, Immediacy, Alienation, Hypermodernity.

### INTRODUCCIÓN

Los sociólogos teorizan que el hombre en su capacidad de supervivencia como Homo Sapiens, para sobrevivir construye normas de convivencia, leyes y entornos que permiten el desarrollo de las capacidades humanas conjuntas, cabe resaltar que el modo cooperativo de sociedad normaliza unas necesidades básicas para el ser humano desde vivienda, educación, trabajo digno. De esta manera el ser humano en su búsqueda por desarrollar sus capacidades profesionales, intelectuales y virtuosas, las ordena en vía de su búsqueda por la felicidad necesaria de realizarse en el mundo.

Previamente, para efecto de la presente reflexión, se hablará de la sociedad del vacío y decepción observadas desde la perspectiva del hiperconsumo moderno del autor Gilles Lipovetsky, en contra posición con el Homo Digitales de Byung-Chul Han, con el fin de determinar en primer lugar la transformación del hiperconsumo posmoderno afianzado por el sistema político neoliberal.

Así mismo, se enmarca la transformación del concepto de felicidad en el hombre posmoderno, en donde la búsqueda por la felicidad prevalecerá por encima de la razón, concediendo en el sujeto perpetrarse y someterse al sistema mediático neoliberal de consumo y al placer generado ahora por los movimientos en redes sociales, por lo tanto en el presente se demostrará el resultado de una modernidad que transforma los medios de control sobre el hombre; es decir, que la razón sin sentido que alberga la posmodernidad, es la continuación sobre el control del hombre alienándolo como un ser que razona para consumir y satisfacer el nuevo molde de felicidad implantado.

De esta manera, se desea vislumbrar la forma en la que percibe la realidad el individuo posmoderno, ya que sitúa como único fin de su existencia la búsqueda de felicidad y placer. De esta manera se plantea entrever las ataduras y pérdida del humanismo en el sujeto en su búsqueda por ser feliz y complacer sus deseos. Es preciso señalar que en la posmodernidad se transforma el concepto de felicidad, éste se encuentra fundido ahora por el sistema neoliberal permitiendo una construcción de nuevas necesidades a complacer. Por lo tanto, es importante aportar insumos para dilucidar los mecanismos usados por la economía que sustenten el sinsentido humano y la precariedad de la construcción social como mecanismo de supervivencia de hombre.

Iniciaremos señalando el margen de estudio en la modificación del consumo moderno al hiperconsumo actual basado en la perspectiva del autor (Lipovetsky, 2006), esto con el fin de situar el debate en la transformación moderna capitalista a la neoliberal en donde se produce la innovación del modo de vida. Aquí se establecerá el resquebrajamiento del homo Sapiens y su búsqueda cooperativa por la supervivencia.

En segundo lugar, se entiende que la transformación de la relación humana con el otro, contiene ahora un malestar en la medida que el reconocimiento como persona ya no se encuentra instaurado en el otro presente, sino desde el mundo digital:

Los tiempos en los que existía el otro se han ido. El otro como misterio, el otro como seducción, el otro como eros, el otro como deseo, el otro como infierno, el otro como dolor va desapareciendo. Hoy, la negatividad del otro deja paso a la positividad de lo igual. La proliferación de lo igual es lo que constituye las alteraciones patológicas de las que está aquejado el cuerpo social.” (Han, 2017, p. 9)

Según la cita anterior, lo que se intenta expresar es la transformación del reconocimiento como ser en la sociedad, pasa de ser algo tangible a ser etéreo; es decir, ya no es necesario convivir con un sujeto físicamente puesto que, con la innovación digital, se valida al sujeto por medio de la red, permitiendo validar su existencia inmediatamente al conectarse.

De este modo se observa el problema que enfrenta la sociedad posmoderna al uso desmedido de la red digital, creando ahora nuevos paradigmas en la comunicación con el otro y construyendo nuevas masas de sociedad digital que, por su precariedad de relacionarse, no encuentra forma de emanciparse en la sociedad.

Por último, se evidencia la existencia del método de alienación al sujeto posmoderno, donde se indicará el uso desmedido de la digitalización y la economía, con el objetivo de satisfacer necesidades creadas por un mecanismo que vive solamente del consumo. Esto mismo perpetra en el sujeto en la psique para dominar su parte instintiva emocional, con el fin de que su razón ponga en primer lugar la búsqueda por su felicidad y justifique su consumir excesivo.

## LA RACIONALIDAD DEL SINSENTIDO DIGITAL COMO MECANISMO DE ALIENACIÓN EN LA POSMODERNIDAD

El hombre en su evolución como Homo Sapiens se diferencia de las otras especies en su capacidad de razonar, por este motivo su arma para la supervivencia se basa en la forma de crear sociedades que permitan su desarrollo como especie. Este desarrollo fue creciendo de la misma manera que su capacidad de razonar, la cual construye unos ideales dentro de la humanidad, entre ellos están las necesidades básicas para el desarrollo del hombre. Estas se encuentran comprendidas en las necesidades de educación, vivienda, salud, respeto,

propiedad privada. Cabe destacar que en el proceso de la construcción de ciudadanía estas necesidades básicas fueron modificándose hasta el día de hoy sigue en constante cambio.

Anteriormente la sociedad buscaba firmemente alcanzar las necesidades básicas para su desarrollo, ya que encontraban en forma tradicional de subsistir las virtudes de ser un hombre de Dios. Está era una manera de controlar la decepción que genera la existencia en la vida, pues las aspiraciones del hombre no sobrepasaban la ambición de lo que no se podía hacer o tener en ese momento, además la incertidumbre que se siente son arrojados a los pies de una deidad superior para sentirse protegido y esperanzado a un futuro venidero.

Con el paso del tiempo y la caída del metarrelato se evidencia la construcción del fenómeno de la decepción. Esta sociedad decepcionada construye ahora un nuevo paradigma conocido como el hiperindividualismo. Esté mismo da una forma de mediar la decepción de la vida y la satisfacción de felicidad, se convierte en la preocupación por la compra y mantenimiento de objetos, que permitan ante la sociedad generar un estatus de vida:

La pobreza de nuestros días no es la del pasado. Antaño, los desheredados lo eran casi de nacimiento. Hoy ya no ocurre así. Todo o casi todo el mundo vive en un contexto de apremio a las necesidades y de bienestar, todo el mundo aspira a participar en el orbe del consumo, el ocio y las marcas (Lipovetsky, 2006, p. 29).

De la cita anterior se puede destacar la priorización del consumo en donde este último se entiende como igual a la felicidad, ya que le permite al sujeto sentir que tiene el control de la vida y que esta no lo va a sucumbir, de esta forma la hiperindividualidad comienza sustentar el placebo que el consumo de objetos genera.

Observamos pues que el consumo de objetos como dispositivo de placebo intenta reemplazar a los meta relatos de una manera desenfadada, pero esta forma no consigue apaciguar la crisis que genera la existencia humana, al contrario consigue crear más decepción y tristeza en la sociedad, ya que los ideales de vida ostentosos no son para todos los ciudadanos, porque la capacidad de pagar lo que se desea en algunos casos es imposible y en otros a pesar de si poder adquirirlos, esta felicidad es momentánea ya que se apertura un vacío, un ciclo circular de consumo y de felicidad que nunca termina.

El hiperconsumo al igual que el sistema económico evoluciona, antes se encontraba basado en la compra de bienes y equipamiento moderno, pero esté mismo sistema cambia en la compra y búsqueda de servicios a nivel personal, con el fin de generar placer, emoción y seguidores. Con el paso al neoliberalismo y la velocidad de la tecnología avanzando, el sistema en red construye una nueva forma de consumir y de ser aceptado dentro de la sociedad. Antes se deseaba los objetos que muestran una vida plena, se sentía orgulloso de poder satisfacer su ego y mostrarlo a la sociedad escuchando los aplausos y la aceptación del otro.

Con la construcción de la red hoy el consumo edifica algo relacional, para estar en contacto con quienes nos rodean por el medio digital, ya que se busca una comunicación rápida y continua con el otro sin importar en que parte del mundo se encuentre, como si esto no fuera poco los avances de la ciencia y más exactamente las ciencias de la psicológica inician una labor de estudio en la psique del hombre, en donde aciertan para modificar el pensamiento del sujeto que ahora debe consumir por bienes creados que son mucho más fuertes de resistir en lo que respecta a si de verdad son necesarios para el desarrollo del hombre y su felicidad.

De lo anteriormente expresado se establece ahora un molde de aceptación digital y un orden de consumo que no es descifrable, ya que estimula la psique del hombre; es decir, se pasa de consumir objetos y mostrarlos al público en general, a crear un estilo de vida perfecto por medio de la red, donde se va a mostrar solo la parte positiva de la vida de las personas, ocultando las crisis que genera la existencia, y mostrando ahora el consumo pero de servicios como viajes, aplicaciones, descuentos, ropa, cine en casa y todo lo que fomente el individualismo digital, en donde la aceptación del otro está basado en el like y en los seguidores que obtienes.

El sujeto pierde lo relacional del ser humano y consigo trae consecuencias graves, una muy importante es su incapacidad de sentir empatía por el otro creando ahora una sociedad del vacío en la red digital.

En la sociedad posmoderna, se abandona el problema de la represión moderna; dicho de otra manera, la desolación de la modernidad estaba enfatizado en la no obtención de los bienes suficientes para satisfacer unas

necesidades, además de las largas horas de trabajo que aún se mantienen, pero en dicho momento estaban consideradas como algo que trasgredía al humano en su parte saludable. En la posmodernidad la represión ya no es por parte del empleador y su excesivo horario de trabajo, ya no viene del no poseer objetos y satisfacer necesidades creadas, la represión posmoderna viene del interior del sujeto, en donde nace la depresión por no alcanzar los fines que propone el mundo de hoy. La depresión del hombre proviene en gran medida del exceso uso de la red, pues como explicábamos anteriormente, desde ahí se construyen los ideales de vida y felicidad del ahora.

El sujeto de hoy se somete así mismo a la inmediatez virtual, social y económica. Este fenómeno conocido como Homo Digitalis (Han, 2014), desecha procesos del ser humano, en materia de racionalidad crítica y de construcción del carácter, con esto se hace referencia a la transición de la modernidad con la caída de los metarrelatos y la transformación en la posmodernidad, se construyen nuevos relatos por medio del placer y la felicidad, los cuales están encausados por un mundo digital de la inmediatez y del espectáculo.

El mundo del espectáculo es la nueva forma de crear necesidades en el hombre, ya que el movimiento en la red digital debe acaparar personas y satisfacer el ego. Esto solo se puede conseguir si se llama la atención por medio de risas, entretenimiento, moda, mujeres y hombres creados por el mercado de la belleza y por último el morbo.

De lo anteriormente expresado, es importante entender que el mundo del espectáculo digital construye en el hombre un anhelo de obtener lo que ve, de esta manera y con ayuda de los avances en la psicología, el sujeto se somete a sí mismo para rendir más, con el único fin de poder crear su prototipo sugestivo que pueda compartir en la red y ser recibido como una celebridad.

Hablamos ahora en la posmodernidad de los avances en la psicología y más de la inteligencia emocional, puesto que está misma se usa como método de control y sometimiento en el sujeto para ser más óptimo, ya que al serlo permite sobre pasar los límites que existen por las fallas de la economía o por ser simplemente un ser humano con errores, creando ahora un sujeto optimista y consumidor:

El sujeto de la seducción es el otro. Su modo es el juego en cuanto modo opuesto al del rendimiento y la producción. Hoy, incluso el juego mismo se transforma en un modo de producción: el trabajo pasa a ser un game (Han, 2017, p. 19).

La idea de ser rendidores y jugar a lograr metas incansables, son consideradas como simples obstáculos, estableciendo una dificultad en donde la empatía va desapareciendo, ya que el otro me incomoda al interpelarme con sus ideas, lo que se busca es un igual, para hacer sinergia y conseguir todas las metas planteadas en la vida.

El concepto relacional con el otro confunde, destruye y crea un malestar colectivo en el mundo digital, de aquí la evolución del hiperconsumo al consumo digital, pues el campo social posmoderno no se encontrará instituido en el mundo tangible, ya que como necesita llegar a todas las personas en el mundo necesita lo digital, donde el Homo Digitalis normalizará el desdén y desinformación mediática por la red, fracturando el sujeto que no construye conocimiento por la cantidad de información que percibe y porque solo busca relacionarse con quien piense igual. El otro que me puede interpelar y reconocer como sujeto de derechos, no es necesario ya que genera malestar y en la posmodernidad, el malestar es sinónimo de decepción que va en contra de los estatutos de felicidad.

El sujeto posmoderno percibe su realidad desde el movimiento digital en masa, pero esta masa no tiene cara en lo virtual, es un ser anónimo del mundo desde su perspectiva egocéntrica y esclavista: “hoy, en efecto, estamos libres de las máquinas de la era industrial, que nos esclavizaban y explotaban, pero los aparatos digitales traen una nueva coacción, una nueva esclavitud.” (Han, 2014, p. 12). Esta esclavitud de lo digital se abre al movimiento en masa donde se discuten cuestiones políticas o económicas, pero no trasciende en lo absoluto, en el pasado las personas al sentirse indignada o transgredidas tenían la capacidad de colaboración y humanismo, de esta forma nacieron los sindicatos y otros movimientos en masa que el hombre ha construido para sobrevivir.

Esta supervivencia en la posmodernidad se desvanece, el único movimiento en red que construye el hombre ahora está en la red, pues es placentero transmitir información de manera digital que de manera analógica, esto evidencia que la sociedad ya no busca la aglomeración para defender una causa, el sujeto no le agrada estar rodeado del otro, busca el aislamiento y la aceptación de quien piense como él para seguir satisfaciendo su ego. La indignación por redes sociales presenta también un problema de respeto, empezando que para poder acaparar la atención se debe perder parte de la privacidad de su vida, convirtiéndose en su vida en algo consumible por los demás navegantes de la red. Después de perder esta parte de la privacidad viene el otro problema y es que cuando se es interpelado por otro anónimo de la red, se asume que el otro es un igual y que se le responderá con toda la fuerza y agresividad para callarlo, pues no comparte las ideas que presentan y genera malestar, cosa que no se va admitir en un mundo idealizado por el espectáculo.

Lo expresado primeramente hace referencia al homo Digitalis y las masas que construyen la ShitStorm, ya que esta última explica Chul Han, se esfuerza por dejar a todos los individuos como iguales, de perpetrar lo privado y por último que no exista el espacio de respeto a la interrogación del otro.

## CONCLUSIONES

Como se puede observar, el problema de la red digital deshumaniza al hombre llevándolo a ser un ente instintivo, movido por emociones y transgrediendo quien no comparta su pensamiento. De esta manera, se puede concluir:

En un primer momento, la existencia de un proceso bien estudiado y delimitado en la sociedad de consumo; es decir, el avance científico en la psicología permite al sistema economicista encontrar la manera de perpetrar en el hombre su forma de actuar que solamente reaccione de manera instintiva, con el único fin de que sostenga en primera parte el mercado con su consumo excesivo de cosas que no tienen sentido pero que le generan felicidad. Finalmente, crea por medio de la razón, la necesidad de los objetos y servicios que le ofrece el mundo, ya que la forma razonada de consumir es una forma óptima de que el sujeto se quiera transgredir así mismo para poder sostener la calidad de vida que la era designa.

En un segundo momento se puede concluir que la caída de un sistema que accedía a dar un placebo a la incertidumbre del hombre como el sistema religioso, permitió que la sociedad no encontrara un rumbo para combatir la incertidumbre que genera la existencia, pues el homo digitalis no se hace cargo de sí mismo, ya que el reflexionar sobre el cómo actuar y como participar de la mejor manera dentro de una sociedad, genera malestar, crea heridas porque el deseo y la existencia sólo pueden conducir a una decepción infinita. Esa decepción infinita es a lo que el sujeto huye, buscando nuevos ídolos, nuevas formas de colocar lo que no puede cambiar en manos de algo superior. De este modo, al jugar con la emoción del sujeto sobre ser autónomos en lo económico, puede observarse como una apuesta del mercado económica acertada.

Su acierto en el sistema neoliberal consiste en situarse como ente superior que soporte lo que sobrepase al hombre y sus incertidumbre, es la perla de la apropiación del sistema al hombre instintivo, ya que no se vislumbrara como una locura no razonada sino más bien instintiva y será aceptada de la mejor manera por los ciudadanos actuales, pues el discurso financiero cambió en los últimos 30 años. Antes conseguir un préstamo era una práctica que solo unos pocos podían realizar, se necesitaba tener propiedades o mucha materia prima para justificarle al banco que le pagaría; en el presente posmoderno, el discurso bancario se ha moldeado a la situación, ahora se habla de un banco que quiere ver realidad tus sueños (“te queremos ver crecer, por eso confiamos en ti”).

La forma en que el mercado se moldea para seguir apoyando el sistema economicista es algo que aunque no lo parezca tiene vida propia. El sistema economicista no es una ciencia pero actúa como ella, dicta una verdad para el sujeto, dicha verdad tiene una encrucijada de la que no se puede escapar sin sentir dolor. En cuanto a esto último, se valida cuáles son los consumos necesarios para el hombre, de esta manera ya está tomando decisiones por el ser humano en respecto a lo que debe obtener para desarrollarse como un

ciudadano; quien no siga estos parámetros simplemente estará angustiado de no comprender porque no puede seguir esa corriente de consumo que le aconseja la sociedad, ya que está misma normaliza las nuevas necesidades amparados por su razonamiento de consumo.

En definitiva, no consumir y entrar en etapa de enajenación por el consumo, conllevará al sujeto a sentir el más fuerte dolor que se trata de la indiferencia humana, puesto que al no ser parte del ciclo en espiral de consumo, lo llevara a ser ese hombre diferente en la red digital, le permitirá comprender de alguna manera que no tiene el cómo obtener algunos de los servicios que se desean e intentara mostrarse como lo que es, un ser humano, pero esto lo llevará a ser el otro que genera interpelación y que la sociedad posmoderna digital ya no admira, al contrario lo desecha, lo señala, lo irrespeta y lo destruye, colocando como máximo ejemplo de lo que no se necesita en la posmodernidad. Lo digital solo valida lo igual, por ende, ser diferente en la red y no consumir es morir para la sociedad posmoderna.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Han, B.-C. (2013). *Im Schwarm*. Alemania: Herder

Han, B.-C. (2014). *En el enjambre*. Barcelona: Herder Editorial .

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

Lipovetsky, G. (2006). *La sociedad de la decepción*. Paris: Les editions Textuel.