



ÉTICA Y MEDIOS DIGITALES

La tarea pendiente del mundo digital

ETHICS AND DIGITAL MEDIA
The pending task of the digital world

JOSÉ FRANCISCO GUERRERO-LOBO ¹, JOSÉ VICENTE VILLALOBOS ANTÚNEZ ², PEDRO SEVERINO GONZÁLEZ ³ BELISARIO PRATS PALMA ⁴

¹ Universidad de los Andes, Venezuela/Universidad del Alba, Chile

² Universidad del Alba, Chile/Universidad del Zulia, Venezuela

³ Universidad Católica del Maule, Chile

⁴ Universidad del Alba, Chile

KEYWORDS

Ethics
Hermeneutics
Digital Media
Digital World
Society

ABSTRACT

A critique of tension problems between ethics and digital media is elaborated. It focuses on the automation of human referents, subjected to digital control through big data algorithms, accentuating historical data as distinctions that modify reality. This ranges from the robbery of leisure time, to exhausting material resistance, mixing the imperative of innovation, efficiency and excellence in a constant torrent of notifications, reminders and interrelationships. This forges anxieties and wears out of an intense longing, causing a sense of constant accomplishment: being a consultant and entrepreneur is the goal of freedom as self-sacrifice.

PALABRAS CLAVE

Ética
Hermenéutica
Medios de comunicación digitales
Mundo digital
Sociedad

RESUMEN

Se elabora una crítica a los problemas de tensión entre ética y medios digitales. Se enfoca la automatización de los referentes humanos, sometidos al control digital mediante algoritmos big data, acentuándose en datos históricos como distinciones que modifican la realidad. Ello va desde el desvalijamiento del tiempo libre, hasta agotar las resistencias materiales, mezclando el imperativo de la innovación, la eficacia y la excelencia en un torrente constante de notificaciones, recordatorios e interrelaciones. Ello forja ansiedades y desgaste por un intenso anhelo, causando sensación de logro constante: ser consultor y emprendedor es la meta de la libertad como autosacrificio.

Recibido: 16/ 10 / 2022

Aceptado: 23/ 12 / 2022

1. Introducción

Esta es una investigación sobre las decisivas inquietudes éticas planteadas por los medios de comunicación digitales y su rápida expansión, las cuales interactúan en esta nueva sociedad regida por la tecnología. Aquí trataremos de criticar los problemas que serán debatidos en la tensión entre ética y medios digitales, donde interpretamos que todo está automatizado y bajo una acción controlada digitalmente con algoritmos y Big Data, con especial acentuación en datos históricos como distinciones, modificantes de la realidad, que van desde el desvalijamiento del tiempo libre hasta la modificación de hábitos que causan agotamiento del sujeto, y de remordimientos por no alcanzar las tareas propuestas, en una mezcla del imperativo de la innovación, la eficacia y la excelencia insertos en un torrente constante de notificaciones, recordatorios e interrelaciones que forjan ansiedades y desgastes, precipitados por un intenso anhelo y sensación de logro constante, donde ser consultor digital y emprendedor tipo startups son la meta de la libertad considerada como autosacrificio.

Para la actual civilización, los medios digitales en sus dinámicas de la mercantilización de la información inspirada en la rapidez, celeridad, premura, brevedad, ligereza, están disipando el rigor y la credibilidad tomando fuerza la posverdad y estableciendo modos que afectan la realidad, reduciéndonos a la prontitud y velocidad de las metas personales propuestas, en la cual la verdad no tiene su tiempo para ser esclarecida, todo lo cual causa tensión con la necesidad de manifestaciones éticas, consideradas indispensables para los cambios que reivindican las transformaciones tecnológicas.

Ya la verdad es enunciación; en Santo Tomás de Aquino la enunciación como concordancia de la verdad está en “el entendimiento que compone y divide” y “lo que una cosa es” (Aquino, 1957, 436, 437). Más tarde, Immanuel Kant nos dice de la verdad como “la conformidad del conocimiento con su objeto” (Kant, 1997, p. 97) reiterando que

toda verdad, es decir, de la concordancia de nuestro conocimiento con objetos, ya que contiene en sí el fundamento de posibilidad de la experiencia, considerada ésta como conjunto de todo conocimiento en el que se nos puedan dar objetos. (Kant, 1997, p. 260).

Reafirma este filósofo que verdadero y falso es únicamente el juicio (Kant, 1997; p. 297), aunque introduce la definición del sentimiento en *La Metafísica de la Costumbres*. Allí expresa que:

se llama sentimiento a la capacidad de experimentar placer o desagrado en virtud de una representación, porque ambos contienen lo meramente subjetivo en relación con nuestra representación y ninguna referencia a un objeto para su posible conocimiento (ni siquiera para el conocimiento de nuestro estado); porque las sensaciones mismas [no pueden ser verdaderas], excepto la cualidad que se les añade en virtud de la constitución del sujeto. (Kant, 2005, § 212, p. 14). (Agregado entre corchetes de los investigadores).

Señalemos aquí que la significación de sentimiento es parte de la modernidad y en su fondo la inmanencia de la subjetividad está el sentimiento; es decir, en el interior de ella, pero la disposición afectiva está en sus estados de ánimo. Heidegger explica la verdad como develamiento de la cosa tal como ella es, y el Ser del *Dasein* (Ser-ahí) la hace estar patente. Así mismo, para Heidegger (2003), el sentimiento es una forma fundamental de verdad, pues en su estar fuera es descubridor de los entes del mundo, por lo tanto el *Dasein* está fuera ante los entes del mundo.

De esta forma, se ha destacado en los anteriores comentarios algunas orientaciones acerca de la verdad, en las cuales se ha incluido el sentimiento como parte de ella para esta investigación. Así, sentimiento y verdad, serán dos categorías por destacar en lo que sigue, pues la sociedad digital se caracteriza justamente por explotar al máximo sentimientos y emociones al ritmo en el que se declara la verdad, aunque no tenga relación o correspondencia con la realidad (Zuboff, 2021; Han, 2022).

2. Objetivo

El objetivo de esta investigación es conocer y encauzar las claves de la relación entre la ética y los medios digitales desde la hermenéutica como la interpretación de este ámbito en el mundo digital y su influencia en la sociedad actual. La orientación de autores como Heidegger, Gadamer y Vattimo que nos dan herramientas para la comprensión de las representaciones de las prácticas y mediaciones que asocian la ética en la digitalización de la era digital.

3. Metodología

La metodología empleada responde a un estudio de las interrogantes éticas situado en la comprensión hermenéutica de autores contemporáneos prominentes, tales como Heidegger, por ejemplo. En este sentido “La fenomenología del *Dasein* es *hermenéutica* en la importancia originaria de la palabra, significación en la que designa el quehacer de la interpretación” (Heidegger, 2003, § 7, p. 60), además: „La hermenéutica tiene la labor de hacer el existir propio de cada momento accesible en su carácter de ser al existir mismo, de comunicárselo, de tratar de aclarar esa alienación de sí mismo de que está afectado el existir”. (Heidegger, 1999, p. 34). Conjuntamente

agrega Heidegger que: “En la hermenéutica se configura para el existir una posibilidad de llegar a entenderse y de ser entender... el interpretar mismo es un como posible distintivo del carácter de ser de la facticidad”. (Heidegger, 1999, p. 34). Simultáneamente afirma que: “La interpretación es algo cuyo ser es el propio vivir factico...El tema de la investigación hermenéutica es en cada ocasión el existir propio, cuestionado, justamente por ser hermenéutico, acerca de su carácter de ser con vistas a configurar una atención a sí mismo bien arraigada. (Heidegger, 1999, p. 34).

Paralelamente a lo anterior, concluye el pensador que: “El ser del vivir fáctico se señala en que es en el como del *ser-posible* él mismo. La posibilidad más propia de sí mismo que el existir (la facticidad) es, y justamente sin que este „aquí“, se denominara *existencia*”. (Heidegger, 1999, p. 34). Ampliando su reflexión, su discípulo Hans-Georg Gadamer expresa que: “Todo comprender es interpretar, y toda interpretación se desarrolla en el medio de un lenguaje que pretende dejar hablar al objeto y es al mismo tiempo el lenguaje propio de su intérprete”. (Gadamer, 1977, p. 467). Asimismo, Vattimo nos aporta que “El mundo del Ereignis es el mundo del fin de la metafísica: cuando el ser ya no se puede concebir como simple presencia, sólo puede aparecer como evento” (Vattimo, 2000, p. 100). Reitera el italiano que “El ser nunca es otra cosa que su modo de darse histórico a los hombres de una determinada época, quienes están determinados por este darse en su esencia misma, entendida como el proyecto que los constituye” (Vattimo, 2000, 102).

Respecto de esta última posición sostenida por el filósofo italiano, puede verse que perfecciona su análisis cuando afirma que: “La hermenéutica no piensa que el sentido de la historia sea un “hecho” que se trata de reconocer, favorecer y aceptar... el hilo conductor de la historia aparece, se da, sólo en un acto interpretativo, y que, en última instancia, contribuye a modificar la situación de hecho en un modo que hace a la interpretación “verdadera” (Vattimo; 1995, p. 161); agrega el filósofo que: “Interpretación significa, según la clásica definición heideggeriana, “articulación de la comprensión”: despliegue de un saber en el que ya siempre está arrojada la existencia, correspondencia a un envío, y por lo tanto, búsqueda de los criterios rectores de las opciones en esa misma procedencia y no en ninguna estructura”. (Vattimo, 1991. p.221). Finalmente reitera que: “Interpretar el mundo es transformar el mundo” (Vattimo, 2020. p. 253); de allí que para esta investigación verse sobre los medios digitales basados en redes digitales de comunicación, las cuales se han popularizado y globalizado, razón por la cual la presente investigación es una hermenéutica de la sociedad digital, pues esta transforma la vida misma como facticidad.

Nuestros estudios se cimentan en la hermenéutica para establecer los modos que afectan la realidad del mundo digital y sus mediaciones en el capitalismo de la vigilancia como lo expresa la socióloga Shoshana Zuboff (2021), confrontándonos progresivamente en el debate de los términos con los que avanzan los medios digitales, los cuales nos reducen a la apremiante inmediatez de la sociedad digital, y para lo cual debemos tener respuestas disponibles para la hora de los conflictos de la praxis.

4. Manipulación y democracia en los medios digitales

Estamos entrando en una mengua permanente de las democracias con la desconfianza y desconexión con las instituciones y sus liderazgos, por parte de la ciudadanía, además la globalización crea un ambiente de desarraigo y pertenencia donde se intensifica la polarización, la desinformación y la disposición, al encantamiento social bajo estrategias de controlar las percepciones con imágenes que provocan impulsos y emociones voluntariosas de la sociedad para saturar por los medios digitales en un permanente entretenimiento, dejando atrás el análisis y la crítica por el clic y el me gusta para alejar el miedo y amenazas implantando escenarios dominados por los poderes políticos y mediáticos (Guerrero *et al.*, 2021 b).

Es necesario que los gigantes de los medios digitales bajo el estandarte de la mercantilización de la información inspirada en la inmediatez estén perdiendo el rigor y la credibilidad, y deberían derivar de sus dinámicas procedimientos, principios éticos y legales para crear formas que mejoren las decisiones que toman los ciudadanos. Byung-Chul Han en su obra titulada *Infocracia. La digitalización y la crisis de la democracia* llama a la digitalización del mundo *régimen de la información* como “la forma de dominio en la que la información y su procesamiento mediante algoritmos e inteligencia artificial determinan de modo decisivo los procesos sociales, económicos y políticos”. (Han, 2022, p. 9) Y se extiende en la comparación con el régimen que está siendo superado, el régimen disciplinario, expresando que:

A diferencia del régimen de la disciplina, no se explotan *cuerpos y energías*, sino *información y datos*. El factor decisivo para obtener el poder no es ahora la posesión de medios de producción, sino el acceso a la información, que se utiliza para la vigilancia psicopolítica, el control y el pronóstico del comportamiento” (Han, 2022, p. 9), concluyendo que: “El régimen de la información está acoplado al capitalismo de la información, que hoy deviene en un capitalismo de la vigilancia y que degrada a las personas a la condición de *datos y ganado consumidor*. (Han, 2022, p. 9).

Frente al panorama planteado por este pensador, en su nueva y penetrante crítica a la sociedad, señalando hasta dónde son afectadas las democracias por dominios tiránicos que perturban nuestras decisiones en la vida diaria,

se afirma que es necesario escuchar recomendaciones de expertos para que el mundo digital pueda rectificar en las decisiones éticas para que vayan acordes con el bienestar de los usuarios y de la misma sociedad. Han va más allá y explica que el régimen disciplinario dominó con sus engranajes, máquinas de producción portadoras de energías atada a los cuerpos donde éramos entrenados hasta trastocarnos en ganado laboral en el capitalismo industrial, en términos de Foucault (2003) (*biopolítica*), pasamos de ser cuerpos dóciles devenidos en estética y *fitness*, a portadores de datos e información como sustrato a la comunicación con su infinitud de redes, en términos de Han (2022).

De acuerdo con lo anterior, se afirma que ya no son necesarias la sumisión y la obediencia, sino el sujeto devenido en “emprendedor”, quien se produce realizándose a sí mismo con el entusiasmo de creerse libre, auténtico y creativo, además de ser poseedor de datos que se traducen en información, se podría decir que es muy comunicativo, en términos de Han (2022), pero el dominio consiste en apoderarse de la *psique*, resultando todo ello en la imposición de un nuevo sistema de dominio: la *psicopolítica* (Han, 2017). Dirá este pensador que los principios topológicos del régimen de información son a favor de las continuidades, las aperturas, las redes de comunicación y su visibilidad a través de la creación de redes.

Han explica que: “La tecnología de la información digital hace de la comunicación un medio de vigilancia. Cuantos más datos generemos, cuanto más intensamente nos comuniquemos, más eficaz será la vigilancia”. (Han, 2022, p. 14). Un ejemplo que da al respecto es que “El teléfono móvil como instrumento de vigilancia y sometimiento explota la libertad y la comunicación. Además, en el régimen de la información, las personas no se sienten vigiladas, sino libres. De forma paradójica, es precisamente la sensación de libertad la que asegura la dominación”. (Han, 2022, p. 14) Concluye en estos términos donde la visibilidad es ponerse en escena y dejarse ver: “La dominación se consume en el momento en que la libertad y la vigilancia se aúnan”. (Han, 2022, p. 14).

De la misma manera, insiste el filósofo surcoreano en que “*todo debe presentarse como información*” lo que corresponde circular en libertad; afirma que “La paradoja de la sociedad de la información es que *las personas están atrapadas en la información*. Ellas mismas se colocan los grilletes al comunicar y producir información. *La prisión digital es transparente*”. (Han, 2022, p. 15). Sin embargo para él son sinónimos transparencia e información.

4.1. Ética y medios digitales

Las decisiones éticas parecen encontrarse en los márgenes donde la ley ya no guía y protege, dejando a aquella como el único estándar por el cual medir el comportamiento social, convirtiéndose en única guía del accionar de las personas. Éstas, las instituciones, las empresas, las innovaciones y los fenómenos entretejen nuevas dinámicas cuando las redes y sus medios conectan a las familias, las ofertas de trabajo, las maneras de instruirse en una gran diversidad de campos de aprendizajes desde la música hasta medicina, enseñanzas de otras culturas y la explosión de lo nuevo. Igualmente las fuentes de información generalizadas que van desde el odio, insultos, descalificaciones, amenazas, conllevan la falta de integración ética en las decisiones, por lo que no solo es bueno sino imperioso prevenir y remediar estas acciones.

Para no formar parte de la manipulación mediática que se vuelve interesada, demagógica, deshonesto e insolente creando en algunos casos, una opinión pública manipulada y parcializada, es necesario asumir lo anterior: solo el direccionamiento ético de la sociedad podrá mostrar un buen camino para el desenlace provechos de las prácticas pseudo-comunicativas del mundo digital. En un trabajo previo (Guerrero *et al.*, 2021 a), se llega a la conclusión acerca de la necesidad de que:

Para el mundo digital es necesario recuperar una ética de la responsabilidad que garantice la recompensa y acción afirmativa permitiendo superar el miedo en cuanto nuestros principios y fundamentos de nuestra civilización humana estén entre paréntesis. Y entender que el entorno de las nuevas tecnologías debe albergar el acatamiento de posibles consecuencias de manipulación ante estas modalidades totalmente nuevas del poder y de sus creaciones posibles en variantes, a las cuales debemos estar atentos y en vigilancia continua con una ética de la responsabilidad que genere resistencia y evaluaciones en las alternativas actuales. (Guerrero *et al.*, 2021 a, p. 196).

Estamos notando que las democracias afianzadas tienden a perder su compromiso con la libertad y fluir hacia políticas que se conciben en su seno más autoritario, por la manipulación de los discursos forjando la polarización y el enfrentamiento como enemigos y no como opositores políticos ayudados por medios digitales. Como lo afirma Byung-Chul Han:

El totalitarismo forma una masa obediente que se somete a un líder. La ideología anima a las masas. Les insufla un alma. En *Psicología de las masas*, Gustave Le Bon habla del alma de la masa, que unifica las acciones de la masa. El régimen de la información, en cambio, *aísla* a las personas. Incluso cuando se reúnen, no forman una masa, sino enjambres digitales que no siguen a *un líder*, sino a sus *influencers*. (Han, 2022, p. 21-22)

Nuestras narrativas de las vidas digitales son descriptivas, de exhibiciones y de mediaciones; se traduce en un informar sin esfuerzo con una aparente veracidad entre la seducción y la insatisfacción de las emociones de lo que somos nosotros mismos en esta conexión con el día y la noche en la redes; iniciando el día con ellas, pero también terminando con ellas antes de dormir; somos noticias de ellas y de nosotros transmitiéndonos mensajes intencionados sin visibilizar todas las perspectivas y sus críticas, dejando espacio a las noticias falsas (Fake News), desinformación o posverdad donde se confía más en las sensaciones y las emociones que en las pruebas -ejemplo el caso de Cambridge Analytica, así como el uso de cuentas falsas llamadas *bots*; y personas o grupos que usan la virilización en las redes sociales para estimular o despistar la atención en un debate: trolls - y alterando el juicio y la reflexión en deterioro de la democracia, por lo que es necesario evaluar las interpretaciones éticas forjadas por los medios digitales. Siguiendo al pensador Byung-Chul Han en su obra *Infocracia*, donde aborda un análisis de gran agudeza crítica al mundo digital, nos expresa que “Los medios de comunicación social son como una Iglesia: *el like es el amén. Compartir es la comunión. El consumo es la redención.*” (Han, 2022, p. 19). Además, reitera que “El consumo y la identidad se aúnan. La propia identidad deviene en una mercancía” para llegar a la conclusión que:

Los medios electrónicos son medios de masas en el sentido de que producen un hombre-masa: «El hombre-masa es el habitante electrónico del globo terráqueo y al mismo tiempo está conectado con todos los demás hombres, como si fuera un espectador en un estadio deportivo global». El hombre-masa no tiene identidad. Es «nadie». Los medios digitales ponen fin a la era del hombre-masa. El habitante del mundo digitalizado ya no es ese «nadie». Más bien es *alguien con un perfil*, mientras que en la era de las masas solo los delincuentes tenían un perfil. El régimen de la información se apodera de los individuos mediante la elaboración de *perfiles de comportamiento* (Han, 2022, p. 22).

Si bien debemos decir que la digitalización a traído avances en la democratización a través del gobierno electrónico, voto virtual, la publicidad y acercamientos de los partidos y entes gubernamentales en las páginas Web, las plataformas digitales de los partidos y personajes políticos para aproximar al pluralismo, las libertades civiles, el funcionamiento del gobierno, la participación política, el electorado y a la ciudadanía; pues el creciente populismo ha alterado la confianza en la dinámica política. No obstante en la perspectiva de Han “Lo decisivo para obtener el poder es ahora la posesión de la información. No es la propaganda de los medios de masas, sino la información, la que asegura el dominio”. (Han, 2022, p. 24). Y él pronostica: “Ante la revolución digital, Schmitt reescribiría su *dictum* sobre la soberanía: *soberano es quien manda sobre la información en la red.* (Han, 2022, p. 24)

Los medios digitales de uso de las redes sociales en línea producen una transformación de la esfera pública planteando muchos problemas éticos con las cuestiones en la fuente de la red social que es de acceso público. Los nuevos datos y algoritmos proporcionan a la digitalización el desarrollo de nuevas normas en el comportamiento pero examinando las normas antiguas. Además, la perspectiva ética apunta hacia una evaluación prospectiva del impacto de la ética y su papel en tiempos de digitalización, por lo tanto, debe reflexionar sobre las orientaciones normativas implícitas, igualmente debe comprender las condiciones y marcos legales, de igual manera considerar a todos los actores involucrados, así como discutir nuevas áreas digitales, justificación, prueba, intercambio y comunicación que generan los medios digitales con atención en la posverdad.

En el ensayo *Infocracia* analizado, Han concluye en relación con la democracia y la información argumentando en cuanto a la velocidad de aparición de la información: “La democracia es lenta, larga y tediosa, y la difusión viral de la información, la *infodemia*, perjudica en gran medida el proceso democrático. Los argumentos y los razonamientos no tienen cabida en los tuits o en los memes que se propagan y proliferan a velocidad viral”. (Han, 2022, p. 42) Además, admite él filósofo: “La coherencia lógica que caracteriza el discurso es ajena a los medios virales. La información tiene su propia lógica, su propia temporalidad, *su propia dignidad, más allá de la verdad y la mentira*. También las noticias falsas son, *ante todo, información.* (Han, 2022, p. 42). Así, amplía su análisis expresando que:

Antes de que un proceso de verificación se ponga en marcha, ya ha tenido *todo su efecto*. La información corre más que la verdad, y no puede ser alcanzada por esta. El intento de combatir la infodemia con la verdad está, pues, condenado al fracaso. *Es resistente a la verdad.* (Han, 2022, p. 42)

Es necesario evaluar los éxitos y fracasos de la digitalización en el aprendizaje permanente y las ventajas y desventajas de los macro datos (big data) generados por la interacción entre los medios digitales y la sociedad en tiempos de digitalización y mediatización sobre ética informática y de la información, ética de los datos en casos especiales, ética de la inteligencia artificial (IA) y ética digital en nuestras vidas cotidianas, donde los problemas éticos se mezclan con los medios de comunicación digitales, los artefactos de comunicación, las tecnologías de la información de todo tipo, los procesos computacionales, las interacciones sociales mediadas por computadora, los algoritmos, etc. Es bueno tomar en consideración el análisis y las afirmaciones de un gran crítico de la era digital como se expresa Han: “El *big data* y la inteligencia artificial son como una *lupa digital* que descubre el inconsciente oculto del agente tras el espacio consciente de la acción. Por analogía con el inconsciente óptico,

podemos llamarlo *inconsciente digital*" (Han, 2022, p. 23).

De esta forma, quedan claros estos argumentos, sin embargo amplía su reflexión al afirmar que "El *big data* y la inteligencia artificial ponen al régimen de la información en condiciones de influir en nuestro comportamiento por debajo del umbral de la conciencia. El régimen de la información se apodera de esas capas prerreflexivas, instintivas y emotivas del comportamiento que van por delante de las acciones conscientes" (Han, 2022, p. 23). Concluye de esta forma: "Su psicopolítica basada en datos interviene en nuestro comportamiento sin que seamos conscientes de ello" (Han, 2022, p. 21). Pero además aclara: "Todo cambio fundamental de medios de comunicación crea un nuevo régimen. *El medio es el dominio*". (Han, 2022, p. 23)

Los límites están fijados por la ley y los códigos de conducta, ética, práctica profesional del respeto aprendidos por la sociedad ¿Qué es la ética y cuáles son las características de la era digital y cómo se relacionan? Hasta ahora la ética es opción, pero esta condición opcional, se requiere promoverla para lograr su reflexión útil. La ética es a la vez un área en la que se desarrollan teorías relativas a la reflexión sobre las acciones, que ayudan a comprobar la validez de la justificación de enunciados morales.

4. Conclusiones

Las conclusiones ratifican la inicial conjetura de que los medios digitales con el uso de las redes sociales en línea producen transformaciones en la esfera pública y en la democracia, planteando muchos problemas éticos, con las implicaciones en la esfera pública, donde la fuente principal de donde dimana son las redes con sus datos y algoritmos que estos proporcionan, la digitalización donde se desarrollan nuevas normas en el comportamiento y que deben ser examinadas con mucha responsabilidad (Guerrero *et al.*, 2021 a) y respeto por la sociedad.

La ética y el papel que desempeña en estos nuevos tiempos, por lo tanto, nos llevó a reflexionar sobre las orientaciones normativas implícitas, además de comprender las condiciones y marcos legales; de igual manera considerar a todos los actores involucrados, así como discutir en estas áreas, sus justificaciones, experimentos, intercambio y comunicación que generan los medios digitales con atención en la posverdad.

Hoy es urgente conservar habilidades para investigar los comportamientos en los medios digitales, en la sociedad y en los entes que existen detrás de la revolución tecnológica, para procurar regulaciones éticas en el nuevo orden de condiciones económicas especiales y desconocidas que surgen en este contexto, y así contener las nuevas manipulaciones; esto es, nuevas intrigas o nuevos juegos de poder y cambios de roles donde, en los cuales se asaltan la libertad y los derechos humanos mediante el sometimiento psicopolítico y en aislamientos digitales traslucidos desde las alabanzas a la felicidad.

5. Agradecimientos

El presente texto es un avance producto del proyecto de investigación UDALBA 2022, financiado por la Universidad del Alba (Chile), denominado "Ética y política en el mundo digital. Estudio hermenéutico sobre percepción de valores éticos y políticos de la sociedad de futuro en estudiantes de derecho y psicología de los dos últimos años de la Universidad del Alba". Los autores agradecemos a las Instituciones participantes como la Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela, la Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela, y Universidad del Alba, Chile, por el apoyo académico recibido, y todos los autores a la Universidad del Alba (Chile), por el aporte de los recursos financieros entregados para hacerlo posible.

Referencias

- De Aquino, T. (1957). *Suma Teológica*. BAC, Tomo I.
- Foucault, M. (2003). *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*, Siglo XXI.
- Gadamer, H.-G. (1996). *Verdad y Método*. (Versión de Y. Zimmermann). Ediciones Sígueme.
- Guerrero J., Caldera, J. y Villalobos J. V. (2021 a). Ética de la responsabilidad como espejo donde se descifra la civilización tecnológica. En Jonatán Cruz Ángeles (Coordinador). *Innovación en la docencia e investigación de las ciencias jurídicas, económicas y empresariales (Vol. I)*. Dykinson.
- Guerrero J. y Villalobos J. V. (2021 b). Perspectivas del concepto de poder en Byung-Chul Han. *Opción. Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 37(96), 261-282. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7470728>
- Han, B.-Ch. (2022) *Infocracia. La digitalización y la crisis de la democracia llaman a la digitalización del mundo régimen de la información*. Taurus.
- Heidegger, M. (1999). *Ontología y hermenéutica de la facticidad*. Alianza editorial.
- Heidegger, M. (2003) *Ser y tiempo*. Trotta.
- Kant, I. (1997). *Crítica de la Razón Pura*. Alfaguara.
- Kant, I. (2005). *La metafísica de las costumbres*. Tecnos.
- Vattimo, G. (1991). *Ética de la interpretación*. Paidós.
- Vattimo, G. (1995). *Más allá de la interpretación*. Paidós.
- Vattimo, G. (2000). *Introducción a Heidegger*. Gedisa.
- Vattimo, G. (2020). *Alrededores del Ser*. Galaxia Gutenberg.
- Zuboff, Sh. (2021). *La era del capitalismo de la vigilancia. La lucha por un futuro humano frente a las nuevas fronteras del poder*. Paidós.