

El diseño de la identidad. Interacción de las personas en la calle: una perspectiva filosófica

Design of the identity.

Interaction of the people in the street: a philosophical approach

ULIANOV MARÍN-GUADARRAMA*, HENUR MARÍN-GUADARRAMA**, RENÉ L. SÁNCHEZ VÉRTIZ-RUIZ***

RESUMEN. Este estudio aborda “La calle” en tanto concepto, como lugar de encuentro e interacción entre seres humanos, también como un espacio donde el *establishment* aplica estrategias subculturales tendientes a “diseñar nadies” –andobas– para lo que emplean desde el miedo por la violencia, hasta la promulgación de leyes fascistas e intolerantes. Lo anterior involucra factores como la manipulación y selección de la información, el aislamiento de los individuos, la propagación del miedo y la ignorancia, para finalmente, imponer pseudoidentidades que deshumanizan.

Las metodologías aplicadas son *iterantes* y propias de la filosofía de la información (comprendida como estética), la teoría de la comunicación, la filosofía del diseño, sociológicas y antropológicas en torno a la convivencia humana y cómo la arquitectura influye de manera determinante en esta convivencia.

Los resultados revelan dos casos contrapuestos: por un lado, la calle es un espacio que contribuye a la evolución de los colectivos humanos y por el otro, existen grupos de poder que intentan evitar esta evolución difundiendo el miedo y la violencia.

Palabras clave: calle, diseño, espacio público, estética, identidad, información.

ABSTRACT. This study is about “La calle” (In Spanish this word can mutate into concept) as a place for encounters e interactions between humans, it is also a space where the establishment applies sub-cultural strategies prompting to “design nobodies”, for which they use from fear through violence, to the promulgation of fascist and intolerant laws.

Involves factors such as the manipulation and selection of information, isolation of individuals, spread of fear and ignorance, to finally, impose pseudo-identities that dehumanize.

The methodologies applied are dialectical and pertinent to: the philosophy of information (understood as aesthetics), the theory of communication, design philosophy, sociological and anthropological around human society and how the design of urban architecture has a significant influence in this coexistence.

The results reveal two contrasting cases: first, the street is a space that contributes to the evolution of human groups and on the other hand, there are groups trying to prevent this development spreading fear and violence.

Key words: “la calle” (street), design, public space, aesthetics, identity, information.

Fecha de recibido:
26 octubre 2015
Fecha de aceptado:
18 enero 2016

* Universidad Autónoma del
Estado de México, México
ulianovmarin@gmail.com

** Universidad Autónoma del
Estado de México, México
dialecticlub@gmail.com

*** Universidad Autónoma del
Estado de México, México
rlsru@yahoo.com.mx

Delimitación

Identidad

El concepto de identidad refiere a una serie de elementos culturales que dotan al individuo de un contexto y al contextualizarlo le brindan la posibilidad de pertenecer a un colectivo determinado o a una serie de colectivos que coexisten como una escala de valores: somos humanos, estamos en un continente, tenemos una nacionalidad, vivimos en una ciudad, pertenecemos a una familia, club deportivo o gremio. Además, el ser humano se adecua a los usos y costumbres de cierta época, generalmente aquélla en la que empieza a ser consciente de su contexto (Fabelo, 2004: 16, 25, 243).

Este contexto está delimitado por la manera en que el individuo acepte o rechace los elementos que se instituyen como factores de identidad, pero transformados en unidades culturales: una bandera, un himno, un personaje, una ideología o idea y es en el momento en que estos elementos entran en conflicto cuando vienen las crisis de identidad, cuando se pierde el contexto (Britto, 1990: 3, 15, 26, 30).

Si por necesidades externas el sujeto debe identificarse como individuo perteneciente a una nación que no le significa nada o, peor, que le significa en forma negativa (como una imposición) vivirá una crisis donde la pregunta importante sería ¿a qué nación pertenece? Más grave si el ámbito donde se desenvuelve es adverso (el hijo de inmigrantes mexicanos ilegales en Estados Unidos), entonces iniciará una búsqueda de elementos culturales que le permitan generar una

identidad al darle el contexto de pertenencia (Calvo, 2008).

Quienes han inventado o puesto en boga el término “identidad personal” –lo cual es un contrasentido–, simplemente refieren al fenómeno cognitivo nominado conciencia. Como se ha expresado en el primer párrafo: mientras la identidad como fenómeno cultural, un mecanismo para ubicarnos en cuanto a pertenencia de lugar (soy mexicano) y grupo (soy maléfico), incluso tiempo (soy *ochentero*), la conciencia es un fenómeno cognitivo que asiste al individuo en sus procesos de ubicación: desde el reconocimiento de “ego” hasta convertirse en una herramienta para la construcción de la identidad, la cual es un fenómeno que aparece a partir de la necesidad de identificarse con los otros, ser parte de... no tiene que ver con el concepto individuo (Andrella, 2015).

Esta delimitación alrededor del concepto identidad corresponde a las orientaciones filosóficas objetivas, aquellas que comprenden que la realidad, incluso la social, ocurre y evoluciona de manera independiente a la voluntad humana o a la existencia de los individuos. En el caso de lo natural, el universo existió, existe y existirá sin necesidad de seres humanos y en lo social los fenómenos se desarrollan por la acción de los colectivos, no de los individuos.

Además de esa postura filosófica para que esta delimitación pueda ser comprendida, se implica la necesidad de usar el método dialéctico, en tanto una investigación científica no puede dejar de lado el contexto completo del fenómeno que estudia, es decir, que es indispensable tener en cuenta los niveles univer-

sal, particular y singular del fenómeno, para poder conocer su determinación cualitativa, comprenderlo y transformarlo para el beneficio de los seres humanos (Abbagnano, 1999).

Los dos párrafos anteriores son necesarios para explicar por qué no se toman en cuenta las definiciones metafísico-idealistas o similares sobre la identidad, en tanto esas posturas resultan anticientíficas y son usadas como mecanismos de control más que como métodos de investigación científica, en la medida que se convierten en mitos dogmáticos que difunden ignorancia mientras dan vueltas tratando de encontrar identidad en “la nada que nada” (Heidegger, 2010).

Contexto del diseño y los diseñadores

Sería tosco intentar una definición sobre esta disciplina cuando existen tantas como la de “Bucky” Fuller, Sloterdijk o Latour (Sanguesa, 2010), no obstante, es necesario hablar del papel que juegan los diseñadores y el diseño en el contexto de la cultura, dada la transformación radical que esta actividad humana y los profesionistas dedicados a ella ha sufrido en las últimas cuatro décadas:

Para hacer un juicio sobre la sociedad capitalista basta contemplar el inmenso esfuerzo gastado en el *styling* de una mercancía, en el añadido ilusorio de lo que ésta no suplente o en el disfraz de lo que es. Ello constituye al diseñador en traficante en símbolos falsos, puesto que no fluyen de manera necesaria y útil en la naturaleza del bien, sino de las necesidades reales o imaginarias del consumidor que el bien no puede satisfacer (Britto, 1990: 13).

Posiciones como la que revela Luis Brito en la cita anterior y la opinión exacta contraria, eran las formas en que un estudioso de la cultura podía ubicar al diseño y al diseñador, los apologistas de la posmodernidad y el mercado, incluso aseguraban un sitio entre las ciencias a la mercadotecnia, mientras al diseño lo dejaban como un recurso técnico al servicio de la producción.

El desarrollo de la cultura liberada de las ficciones posmodernas que van cayendo junto al neoliberalismo (aunque la humanidad aún tiene que sufrir el abuso de unos cuantos), ha demostrado que la realidad es inversa: la mercadotecnia es innecesaria a la cultura, mientras que el diseño se reivindica como una disciplina de corte técnico-humanista encargada sobre todo de estudiar la relación del ser humano con los artefactos,¹ por lo que resulta transdisciplinar a la estética –entendida como el estudio filosófico de los procesos de información mientras involucren mecanismos de construcción de sentido– y de la teoría general de la información, junto con toda la cadena de ciencias auxiliares que convierten por fuerza una investigación propia del diseño, en un ejemplo real de *transdisciplinarietà* en toda su extensión (Cid, 2014).

Las afirmaciones anteriores pueden parecer un riesgo innecesario, por supuesto que la mercadotecnia aún es una actividad en función y es seguro que así seguirá hasta la

1 De la etimología *ars* (destreza) y *factus* (hecho). Donde el artefacto puede ser máquina (como tradicionalmente era dado) o aparatos y sistemas intelectuales o de ideas, diseñados.

transformación de las relaciones en la base económica. No obstante, también es evidente que lejos de sustentarse como ciencia se ha relegado a una técnica “del mejor vender” si bien auxiliar de los diseñadores para el logro de ciertos fines relativos al mercadeo, bastante alejada de una disciplina científica en tanto es carente de objeto de estudio y de método (Britto, 1990: 177).

En este sentido, los diseñadores no sólo han reivindicado su disciplina como científica, también han enfocado sus objetos de estudio y han aplicado, adecuado o inventado métodos específicos para su actividad. El diseño resulta ahora una disciplina transversal a campos semióticos, filológicos-lingüísticos, neuro-psicológicos o psiquiátricos, fisiológicos y es que al final, todo proceso experimental debe diseñarse, toda perspectiva también se diseña, hasta la personalidad o el conocimiento (Cid, 2014).

La calle

Tratar una definición del término que se trabaja en esta sección del texto resulta un tanto inútil, en tanto se hace necesario mirar este tópico como un fenómeno más que como un lugar. Es cierto que la calle objetivamente es un lugar, pero un lugar abstracto donde ocurren una infinidad de interacciones humanas. Se parte de la noción donde la calle fue inventada como un mecanismo de conexión entre espacios donde se desarrollan las actividades humanas.

En la morfología, aún en las comunidades rurales la existencia de “una calle” implica

cierto grado de urbanización, claro que existe diferencia entre una calle, un camino o una vereda. En los caminos o las veredas es difícil que ocurra alguna interacción entre seres humanos más allá del saludo de cortesía, en los espacios que implican “la calle”, las personas se detienen a conversar, a debatir, a confrontarse, a estorbar a los otros. En la calle se generan tradiciones, algunas muertas como los autos de fe y sus antorchas humanas o las ejecuciones y ridiculizaciones públicas (guillotinas horcas y cepos), hasta otras tan vivas como los mercados sobre ruedas y el comercio ambulante, los paseos y “ligues” en las alamedas (Servín, 2012), los desfiles, las manifestaciones y los plantones (Maraboto, 2014).

En la calle se puede corroborar la civilidad y la sanidad mental de los seres humanos al analizar su manera de conducir y de convivir con el resto de los conductores que circulan a su lado, el “ecosistema vial” podría resultar en una buena herramienta para conocer la sanidad mental de los individuos, en tanto circulan “protegidos” dentro de una máquina que podría tomar la función de arma de destrucción masiva.

La calle morfológicamente delimita el espacio público del privado o del personal... entonces ¿sería posible especular que los edificios públicos son una extensión de la calle? Igual que las plazas o los jardines son parte de la calle, pero faltan al principio que la define como: camino para ir de un sitio a otro. Estas razones son las que han llevado en el principio de este punto, a proponer la calle como un espacio abstracto donde sucede sobre todo la interacción humana.

Cuentan las leyendas que en la Atenas de los siglos menos cinco y menos cuatro, tanto la Academia como el Liceo, centraban su actividad en los espacios abiertos. La evidencia arqueológica es tan pobre que no permite corroborar los dichos de los historiadores que afirman la costumbre de distribuir el conocimiento, mientras se paseaba en los jardines, podría ser cercana la costumbre que le achacan a Aristocles en los jardines con sus efebos a la dinámica que refiere Servín (2012) que ocurre en las alamedas desde que fueron “tomadas” por el pueblo a mediados del siglo xx (Salazar, 2006: 47-49).

Y es este el punto central del espacio que implica la calle, el derecho a la reunión, a la interacción libre de los seres humanos. En teoría un individuo podría ser tan libre como para ir desnudo por la calle siempre que no sea para cometer delitos de orden sexual (Benito, 2012), no obstante, la falta de ropa coartaría su libertad para convivir con los otros proporcionalmente a los prejuicios y pudores de las personas a su alrededor.

Este ejemplo es extremo, la convivencia nudista está culturalmente segregada para los colectivos específicos que la practican, lo mismo ocurre alrededor de las prácticas y preferencias sexuales, con el color de la piel o la pertenencia a determinadas tribus urbanas. Aproximadamente a mitad de los años noventa del siglo xx, los principios posmodernos aplicados a la cultura generaron una discriminación extrema, todas las políticas culturales, sanitarias, educativas, laborales (sobre todo en la capacitación), estaban dirigidas a grupos específicos, empezando por los llamados vulnerables.

El resultado de esto fue que a principios del siglo xxi las tribus urbanas estaban enfrentadas entre sí, en 2008, los “*emos*” trataron de replicar los enfrentamientos entre “*mods*” y “*rockers*” en Inglaterra de los años sesenta del siglo pasado o los de “*metaleros*” contra “*pops*” de final de los ochenta en todo el mundo. Sin embargo, los “*emos*” era una tribu urbana artificial generada por mecanismos del *stablishment* para incrementar división y caos entre los jóvenes, disolviendo elementos de identidad.

Sin embargo, la calle como espacio de convivencia y la necesidad humana de coexistencia pacífica hizo fallar esa pretensión de los “círculos de poder” para convertir la calle en caos y ahora es factible ver a un metalero con una “fresita” bailando tropical en una tocada masiva de una sonora con orquesta sinfónica. No obstante, estas muestras experimentales, las instituciones nacionales y las organizaciones internacionales siguen diseñando sus políticas sobre los absurdos planteamientos posmodernos-neoliberales y al no obtener los resultados que pretenden instrumentan recursos fascistas como la ley “*mor-daza*” española o la veracruzana o sinaloense (Proceso, 2013 y Romero, 2015).

La identidad puede reforzarse mediante el contraste entre “los otros” y “nosotros”, lo cual suele ser manipulado perversamente en el ámbito arquitectónico y urbanístico. Así como en la guerra se construye una imagen del enemigo, el procedimiento se extrapola al ámbito urbano.

La palabra “exclusivo” –tan socorrida en los ámbitos inmobiliarios o comerciales– implica excluir. La exclusión vende al enfatizar todo tipo de contrastes: étnicos, económicos, de

clase, de ideologías y creencias, de edades o de actividades laborales. Un legítimo deseo de diferenciación respecto a los demás puede alcanzar proporciones *sociopáticas* cuando llega a la discriminación o al temor, al absoluto a los otros, incluidos los vecinos de al lado. Como resultado, existen incontables soluciones urbano-arquitectónicas excluyentes que van más allá de la modesta cámara de vigilancia (que sólo inhibe, pero no bloquea la circulación): se impide el establecimiento de comercios, se trazan calles sin salida (eufemísticamente llamadas “cul-de-sac”), se edifican series de bardas y fachadas carentes de ventanas, devaluando la calle al convertirla en un simple trayecto estéril. También existen zonas residenciales con sucesivos controles de acceso, que acaban por ralentizar la circulación de los propios residentes.

Es tan fácil vender miedos, que se olvida la estrecha relación entre la calidad de vida y una amplia interacción social. Una buena calle tiene más que ver con las relaciones interpersonales que con actitudes propias de sociópatas. Los vendedores de miedos omiten mencionar que la calle más segura es la que está viva, plena de actividad humana, pues cada transeúnte es un potencial testigo; en contraste, las calles solitarias y sin ventanas suelen ser más inseguras.

Diseño de la identidad en tanto filosofía

Afirmar que todos los seres humanos poseen una filosofía parece una aseveración frívola y vacía. No obstante, es una realidad que cada

ser humano conoce su contexto, se da cuenta del lugar que ocupa en los colectivos a que pertenece, sabe la relación que guarda con el universo sea que tenga una concepción cosmogónico-creacionista o científica de esta (Cerejido, 2005: 21-34).

Lo anterior representa una base filosófica para la vida de cada persona, sea que esta filosofía haya sido adquirida por el individuo mediante procesos racionales, procesos psicológicos superiores y sea propia por convicción o que la haya adquirido por la imposición de los diseños ideológicos que la burguesía y sus instituciones han elaborado para controlar las conciencias mediante la manipulación de los elementos que conforman la identidad (Althusser, 2003).

Es imposible conocer claramente en el contexto histórico, si durante el feudalismo o el esclavismo (como periodización histórica) se construyeron elementos de identidad como colectivos, es posible saber que en Japón o China se generó una identidad como siervos del emperador en turno al divinizar al emperador, esa forma de conducta implica el diseño de una identidad por medio de subyugar a un colectivo social mitificando el origen del gobernante: el faraón hijo de Osiris, el Cesar hijo de Júpiter, Pericles el salvador de la Polis y la lista se volvería interminable.

No obstante, esas circunstancias especulativas, es posible conocer de forma certera que al final del siglo XVIII –en las constituciones de usa y Francia– se confirmó la existencia de una “identidad nacional” junto con el surgimiento de las “naciones soberanas” en el contexto de la modernidad ilustrada y el liberalismo económico, es decir, junto con

el surgimiento del capitalismo y el ascenso de la burguesía al poder.

La burguesía no podía fundamentar su “derecho” a ejercer el poder en mitos que le hicieran parecer un ser superior al pueblo llano, habían requerido de concientizar a la gente y abrirles la perspectiva de que eran personas desde las premisas: libertad, fraternidad e igualdad, es decir, premisas, como las mencionadas en este párrafo, no eran útiles para la burguesía que acababa de elevarse a clase gobernante.

Para resolver este entuerto diseñaron una superestructura para fundar sus instituciones, emplearon primero el derecho para normar las relaciones en la interacción entre seres humanos, en seguida crearon estructuras educativas y contenidos que fijarán en las personas una conciencia nacional por medio de símbolos como blasones, banderas, himnos o héroes en función a un territorio y elementos culturales como la lengua, las tradiciones y costumbres, apoyados en la religión (no en la iglesia) por medio de la que rediseñaron la moral y las filosofías que a su vez generaron corrientes artísticas que evolucionaron hasta la crisis actual, reflejo del vacío ideológico-ético-intelectual que ha dejado el abuso en el ejercicio del poder en que ha caído la burguesía en su diseño de un sistema basado en la explotación del trabajo de otros y que pretenden perpetuar mediante el control de conciencias (Marín, 2011: 115-119).

Algunos diseñadores organizados en comunidades o *colaboratorios*, intentan romper con esta condición. Para combatir las problemáticas sociales que ha generado esa mecánica

económico-cultural forjan corrientes alternativas como:

- Diseño Sustentable o *Eco-Design*
- Diseño de Experiencias,
- Diseño Anticipativo,
- Diseño Inteligente.
- *Design Thinking*,

Éstas coinciden en una visión abierta que busca balancear la relación de los humanos con los objetos y el entorno.

A finales del siglo xx, el diseño empezó a intentar resolver de manera integral las problemáticas sociales. Quedaron de lado tópicos como la apariencia o la integración forma-función, para abordar el diseño desde una práctica participativa.

Todas estas propuestas quedaron incompletas, inconclusas o fueron parciales, en tanto omitieron la forma en la que se diseñan los procesos cognitivos transformando las costumbres, la moral o la ética, y los consumos estéticos del individuo, según propone Michaud (2007: 91-169). A partir de esta noción, se hace necesario analizar las “políticas” de responsabilidad social a través de los objetos diseñados y tener al conocimiento como objeto de diseño, lo que hace posible concebir un nuevo marco ético dentro de esta actividad humana.

Diseñar implica directamente construir sentido, “diseñar”. La realidad vista desde el complejo cognitivo humano, es la integración de diferentes elementos materiales, elementos icónicos, simbólicos y significativos, una red de información física, química, biológica que requiere de las herramientas de mediación como los diversos lenguajes que se aprenden y son necesarios para interac-

tuar con otras personas, animales y máquinas (Vygotski, 1988: 85-94).

Los lenguajes son definidos por códigos y éstos son un conjunto de instrucciones que se combinan como el alfabeto, las matemáticas, la cromática, la tonalidad, la señalética o los algoritmos. Ningunos de estos códigos tiene carácter natural, ningún trascendente metafísico o divinidad está detrás de su elaboración, todos son productos culturales, adaptaciones humanas que evolucionan. Desde una perspectiva de diseño, son procesos de ajustes dialécticos susceptibles de ser reevaluados y mejorados en el devenir histórico-lógico (Eco, 1986: 351-360), estos son los procesos de rediseño (De Kerckhove, 1999 y Latour, 2008: 2).

El diseño tiene que ver con la acción de construir de sentido, también se asocia con el proceso de transformación dialéctica y también con las concepciones respecto al orden: logos o determinación cualitativa, en algún sentido puede asociarse también con la estructura, una forma coherente de representar la realidad para poder comprenderla y transformarla.

Los productos diseñados tienen por fuerza una lógica interna, una forma lógica que hace posible la interconexión de su determinación cualitativa –el por qué existen– con las interacciones que forja, la conformación de una *Semiosfera* a partir de su uso y las costumbres que genera (Lotman, 1998), ello es motor del rediseño.

El aspecto cultural que redundando en la perspectiva que el ser humano conforma sobre el mundo a partir de sus procesos cognitivos, al final está mediado por diseños de diferente

raíz. En analogía con las redes neuronales, se puede decir que la cultura es la interacción de artefactos, ideas y modos de expresión, cuya dinámica es constante, traduciendo y reestructurando la concepción del mundo. Basta pensar en los fenómenos al rededor del fonógrafo, la televisión, el teléfono y el celular o las computadoras personales, en el desarrollo de la dialéctica-materialista o la filosofía holista, en un colisionador de *hadrones*, el *magnetoencefalógrafo* o el telescopio Hubble como diseños de mediación.

La situación actual de la cultura y el diseño, hace necesario preferir un enfoque contextual u holístico-ecológico, al económico con que se había asociado casi desde el nacimiento de esta ciencia. Lograr la transición de una simple y casi grosera explotación de los recursos a una reintegración respetuosa de los humanos a su entorno empleando todas las posibilidades que da el diseño en su calidad de ciencia. Esta manera de aproximarse al fenómeno hará posible la relación ético-estética necesaria como base para entender la identidad como fundamento de la filosofía personal.

Todo lo anterior es necesario para plantear que: la identidad como base de la filosofía que consciente o inconscientemente fundamenta la personalidad del individuo, es la herramienta simple para la manipulación de la gente, desde el individuo hasta los colectivos. Es donde los “ingenieros sociales” del *stablishment* inciden para generar una filosofía vacía, nihilista, metafísica e individualista que conduce al solipsismo, fragmenta los elementos de la cultura colectiva, rompe las causas comunes, desvía la atención de los problemas fundamentales, aísla a las perso-

nas e impide la construcción de una identidad fuerte y socialmente útil.

Información y diseño de la identidad en los espacios públicos: la calle

Luciano Floridi expuso su concepto sobre filosofía de la información y abrió la puerta hacia la comprensión del proceso que diferencia al dato de la información como partes fundamentales de un proceso de información.

En este proceso de información, el dato no es más que una cadena de proteínas y aminoácidos alojado en alguna parte del sistema nervioso central, que para ser realmente útil a los hechos culturales humanos requiere de participar en un proceso psicológico superior donde interactúa con otras cadenas de igual naturaleza y diferente contenido, esto ocurre en las tres últimas capas del *neocórtex* y cuando se trata de cuestiones de identidad ocurre en esas tres capas, pero en el occipital.

La *PI* que propuso Floridi (2002), plantea la esfera de la información (*infósfera*) como el envolvente bajo el cual ocurre el acto semiótico a partir de los datos que son recibidos del medio ambiente. En este proceso, los datos (como *inputs*) se organizan y son el medio por el que se construye sentido de la realidad como proceso informacional (como *outputs*) (Solís, 2009: 185).

El punto importante en esta parte del fenómeno es que los datos se adquieren del medio ambiente y este puede ser un medio natural o social, pero no puede ocurrir en soledad, dirigido por los *mass-media*, por medio

de los chats o las redes sociales, requiere forzosamente de interacción humana (De Kerckhove 1999: 4-5).

Una vez procesada esta información se almacena en la memoria –igual que las máquinas la almacenarían en un disco duro– y se vuelve parte de la cultura de la persona, que entonces se convierte en un *inforq*: un organismo informativamente encarnado (como el *embodied meaning* de Danto, 2007) y literalmente traducido o hibridado (Latour, 2011). No obstante, esa información no sirve de nada si se queda en un individuo, si no es utilizada en interacción con el colectivo humano para transformar la realidad (Ivic, 1994: 773-779).

Lo anterior refiere a un organismo que culturalmente está hecho o construido por la información y no un ente “existencialmente” solitario, como lo concibe la filosofía clásica occidental, al ser un organismo racional enfocado en la *infósfera* o el plano donde se da la información y cómo es que dicha información delinea la comprensión de la realidad humana. Esto implica la necesidad de abordar la producción de sentido en colectivo para construir la identidad de los individuos dentro de los colectivos en esta época determinada por la información masiva e indiscriminada y sin filtros de calidad.

Desde la perspectiva de Floridi (2001: 208), al ser “organismos” hechos –de forma metafórica– por información, el ser humano absorbe las tendencias más significativas y populares publicitadas por los *mass-media*, pero no se da cuenta de las fuentes de esa “información”. Esto es imposible cuando el individuo está aislado entre pantallas y *gad-*

gets (McLuhan, 1994: 45), sustraído de la calle por el miedo a la inseguridad y la violencia.

¿Se puede construir una nación civilizada con base en una concepción anacrónica y alejada de los avances científico-técnicos, donde no se tiene interés en investigar la naturaleza y sus fenómenos y se deja el conocimiento a los datos que llegan de los *mass-media* de una manera metafísica y ontológica?, ¿Se puede llegar a conclusiones funcionales desde las definiciones académicas que responden al modelo “ideológico oficial”? sólo la interacción de las personas en los espacios públicos que se han identificado en este texto como “la calle” puede asegurar que los individuos “se salven” de la expansión de la ignorancia que viene con esas políticas oficialistas.

En el sistema-mundo de Wallerstein (2006: 17, 22, 42, 45, 52, 53) donde la periferia depende del centro, es el centro el que determina al aparato cultural y éste a su vez determina al individuo. Así es como la información contenida en el aparato cultural va conformando la realidad “subjetiva” del individuo y por ende de los colectivos que conforman la sociedad. Esto no ha cambiado ante la presencia de la Informática y el Internet, en tanto son herramientas aplicadas a los fenómenos comunicativos humanos, no determinan la calidad de lo que se comunica.

Estas formas de comunicar implican circunstancias culturales determinadas por la *infósfera* en la que el individuo se desenvuelve y que es parte del aparato cultural determinado por el sistema dominante, pero esa *infósfera* inicia fuera de las máquinas y los espacios privados porque la cultura evoluciona en “la calle”.

La habilidad de los mundos venideros hipercomplejos no está pues demostrada y lo que aparece en nuestro horizonte de horas extraordinarias, en la era del individualismo burgués es la creación de distancias entre los sujetos. El propio sistema aísla (sic) a los individuos entre sí, y los dirige hacia el esfuerzo solitario de tener que llegar a ser ellos mismos... En el tumulto, en cambio, se derriban todas las distancias. Allí donde la turba humana se hace más densa, empieza a tener efecto una prodigiosa marea desinhibida. La masa tumultuosa vive de esta voluntad de descarga (Vázquez, 2008: 60).

No obstante, la afirmación de Adolfo Vázquez Roca, la masa de individuos aislados se encuentra sometida a los designios del *stablishment*. En sentido contrario a las prospectivas anunciadas por Benjamin (1989), la masificación de la cultura ha sido “descafeinada” por los “ingenieros y diseñadores del sistema” para convertirla en medio de control. Por ejemplo, en la imposición de leyes restrictivas del derecho de reunión en las calles, plazas y espacios públicos, prohibiciones que se desarrollan hasta formas de poder totalitario e intolerante como el fascismo.

Otro ejemplo es toda la “leyenda” alrededor de las pseudo-revoluciones de 1968: desde el Mayo francés hasta Tlatelolco, las últimas dos generaciones han aceptado que los movimientos “juveniles” del 68’ implicaron revoluciones culturales, sólo porque el sentido común así lo ha aceptado o determinado desde la imposición de ciertos datos falaces y facciosos que han distribuido los *mass-media* al servicio del *stablishment*. Desde allí, las personas temen a organizarse para exigir derechos y libertades reales.

Un análisis somero de esos hechos revela que todos esos movimientos –incluidos desde

los *hippies* pacifistas hasta las *ONGS* estilo *Greenpeace*– fueron concebidos y financiados por las estructuras de control e influencia del imperialismo como la CIA o los ministerios de cooperación internacional de los gobiernos fascistas europeos, con la única misión de frenar el impulso transformador real de los movimientos revolucionarios como los de Chile, Nicaragua, Cuba, El Salvador, los gobiernos nacionalistas (aunque burgueses) en México que hacían crecer la economía al 6.8% anual, por lo que toca a Latinoamérica. La situación cambió radicalmente a partir de 1980 con la imposición de las políticas neoliberales y el absurdo *porsmoderno* en la cultura (Estulin, 2008: 23-83; Sánchez, 2005: 251-256).

Estos ejemplos sirven sólo para corroborar la manera en que la manipulación de la información determina la calidad de la identidad que se construye en los colectivos humanos, dependiendo del tipo de información que consume el individuo, se determina el sentido que darán al contenido de la vida y la calidad de identidad que construirán. No obstante, todos los seres humanos son capaces de realizar procesos psicológicos superiores, aunque con estructuras arcaicas y disfuncionales que les permiten sólo copiar el sentido común.

El sistema por medio de sus ideólogos, radicalizó las formas de control y de explotación después de la Segunda Guerra Mundial, las convirtió en *financierista* y posteriormente neoliberal, argumentando el fin de la historia, de la realidad y su contenido (Fukuyama, 1994), e instauró el modelo de mercado, de esta manera se fue cosificando

al humano, quitándole su determinación cualitativa (Marín, 2014), concepto usualmente manejado como esencia. El problema se agudiza en la medida que las “identidades” se han construido a partir de símbolos románticos estandarizados en los cuales se representan los valores de la burguesía, valores que él no burgués sin identidad toma como suyos y se aísla de sus iguales.

Ejemplo de esto es *Ariel* de Rodó (2009) donde a partir de la *Tempestad* de Shakespeare (1998) aspira a que el ser humano sea un producto homogéneo en la búsqueda del “bien común”, como lo han percibido los diferentes movimientos occidentales que se conciben superiores a otros colectivos humanos. Según Fernández (2003) en su *Calibán*, Rodó llegó a un equívoco, en tanto no era “el espíritu” Ariel lo que identifica a la humanidad, ya que posee una postura intolerante, en la medida que intenta estandarizar todas las conductas de los individuos a los criterios de Próspero (símbolo del *stablishment*). En sentido contrario, Fernández Retamar identifica a Calibán como un bárbaro en “rebeldía” buscando su superación. Sin embargo, ambos personajes están contruidos bajo el concepto de emancipación que es el fin común.

Al ser libres se puede transformar la vida, pero la libertad implica emancipación económica, política, social, cultural, científica, tecnológica, ética, laboral, jurídica, de movilidad, de accesibilidad institucional, a los recursos naturales, a las esferas de información que conforman el general del conocimiento humano, donde se contienen los datos a partir de los que el individuo da sentido a la información que le construye como persona social,

un *infor*g. De esta forma llega a convertirse en un especialista en alguna disciplina del quehacer humano, a partir de la interacción con otros seres humanos.

Esta es una herramienta básica para discernir el tipo de información que se distribuye a los colectivos, que pretende generar un criterio faccioso como parámetro en la construcción de valores bajo los cuales se construyen los principios de una teoría moral aplicable a las circunstancias en las que vive el individuo (Fabelo, 2004: 26). Es decir, la *falsación* de los hechos en tiempo real, punto donde la información y la forma en que es producida rebasan la capacidad de asimilación de datos sin el proceso semiótico o estético que les convierta en información útil para el humano.

Lo que se ve como una falta de identidad es más bien un simulacro de no identidad: es más fácil obligar a que los colectivos renieguen de los orígenes, se disgreguen y aislen, se encierren “escapando” de la calle por el pánico generado por el *stablishment*, a que acepten la transformación de los elementos que conforman la identidad, más bajo los azotes ideológicos que pretenden anular al ser humano de su contexto y le “roban” los espacios de convivencia.

Conclusiones

La identidad de los colectivos humanos se ha alienado y exterminado, se ha suplantado por el individualismo en la aglomeración de homo sapiens consumistas y aislados. Una conducta condicionada, diseñada para generar

adictos a la imagen comercial, acondicionada a los estándares publicitarios de los grandes corporativos dedicados a generar imitaciones de la realidad como forma de enajenación que incomunica a los individuos de su entorno y los sumerge en la adicción.

La (des)información producida bajo el capitalismo está diseñada para distribuir ignorancia, lo que genera *distractores* que impide construir sentido a partir de la información que refleja la realidad y que redundante en identidad. Este fenómeno es igual a impedir que las personas convivan en los espacios públicos, se imposibilita que construyan una identidad colectiva y se limita su conciencia.

Fuentes de consulta

- Abbagnano, N. (1999), *Diccionario de filosofía*, FCE, N. Galletti, México.
- Althusser, L. (2003), *Ideología y aparatos ideológicos de estado/ Freud y Lacan*, Nueva Visión, Buenos Aires.
- Andreella, F. (2015), “Las etéreas fronteras de la identidad”, *La Jornada Semanal No. 1059*; México, [En línea] <http://www.jornada.unam.mx/2015/06/21/sem-fabrizio.html>, consultado el 22 de junio de 2015.
- Benito, M. (2012), “La ley del desnudo”, *Quo*, [En línea] <http://www.quo.es/ser-humano/la-ley-del-desnudo>, consultado el 16 de julio de 2015.
- Benjamin, W. (1989 [1929-1940]), *Discursos interrumpidos*, Taurus, Jesús Aguirre, Buenos Aires.
- Britto García, L. (1990), *El imperio de la contracultura, del rock a la posmodernidad*, Nueva Sociedad, Caracas.
- Buckminster Fuller, R. (1963), *Nine chains to the moon*, Univ. Pr., Chicago, Southern Illinois.
- Calvo Buezas, T. (2008), “El poder creciente de los hispanos en los Estados Unidos. Desde el movimiento chicano de los sesenta a las manifestaciones “¡Un día sin inmigrantes!””, *Revista del CESLA*, núm. 11, pp. 191-205.
- Cerejido, M. (2005), *Ciencia sin seso, locura doble*, Siglo XXI, México.

- Cid, Jorge y Marín Ulianov (2014), "Aspectos fisiológicos y filosóficos en el diseño de la cognición", *Memorias del Coloquio Internacional de Diseño*, CIAD-UAEM, México.
- Danto, A. (2007), "Embodied meanings as aesthetic ideas", *Journal of Aesthetics and Art Criticism* [En línea] http://www.sztaki.hu/providers/eper/articles/embodied_meanings.html, consultado el 23 de julio de 2015.
- De Kerckhove, D. (1999), *La Piel de la Cultura: Investigando la nueva realidad electrónica*, Gedisa; David Alemán, Barcelona.
- Eco, U. (1986), *La estructura ausente*, Lumen, Francisco Serra Cantarell, Barcelona.
- Estulin, D. (2008), *Los secretos del club Bilderberg*, Planeta; Eva M^a Robledillo Carro e Isabel Fuentes García, Barcelona.
- Fabelo Corzo, J. R. (2004), *Los valores y sus desafíos actuales*, Libros en Red, Cuba.
- Fernández Retamar, R. (2003), *Todo Calibán*, Ediciones Callejón, Colombia.
- Floridi, L. (2001), *Philosophy and computing*, Routledge, Nueva York.
- Floridi, L. (2002), "What is the Philosophy of Information?", *CyberPhilosophy: The Intersection of Philosophy and Computing, special issue of Metaphilosophy*, vol. 33, issues 1/2.
- Fukuyama, F. (1994), *El fin de la historia y el último hombre*, Planeta, P. Elías, Barcelona.
- Heidegger, M. (2010), *Qué es metafísica?*, [En línea] <http://www.biblioteca.org.ar/libros/134366.pdf>, consultado el 18 de noviembre de 2010.
- Ivic, I. (1994), "Lev Semionovich Vygotsky", *Perspectivas: revista trimestral de educación comparada*, vol. XXIV, num. 3-4, UNESCO, Oficina Internacional de Educación, París.
- Latour, B. (2008), "A Cautious Prometheus? A Few Steps Toward a Philosophy of Design (with Special Attention to Peter Sloterdijk)", *Annual International Conference of the Design History Society*, Cornwall, University College Falmouth, UK.
- La Redacción (2013), "La SCJN declara inconstitucional la ley mordaza avalada por Javier Duarte", en *Proceso*, [En línea] <http://www.proceso.com.mx/?p=345377>, consultado el 16 de julio de 2015.
- Latour, B. (2011), *Hybrid Thoughts in a Hybrid World*, Routledge, Nueva York.
- Lotman, Luri M. (1998). *La Semiosfera II, Semiótica de la cultura, del texto, de la conducta y del espacio*, Cátedra, Desiderio Navarro, Madrid.
- McLuhan, M. (1994), *Understanding Media: The Extensions of Man*, MIT Press, Cambridge.
- Maraboto, M. (2014), "Manifestaciones disparadoras del cambio", *Forbes*, [En línea] <http://www.forbes.com.mx/manifestaciones-disparadoras-del-cambio/>, consultado el 16 de julio de 2015.
- Marín, U. (2011), *El sentido estético en los fenómenos sonoros*, Tesis doctoral, UAB, Barcelona.
- Marín, U. (2014), "Categorías filosóficas generales aplicadas a los fenómenos estéticos", en *CIENCIA ergo-sum*, vol. 21, núm. 2, UAEM, Toluca, México.
- Michaud, Y. (2007), *El arte en estado gaseoso, ensayo sobre el triunfo de la estética*, FCE, Laurence le Bouhellec Guyomar.
- Rodó, J. E. (2009), *Ariel*, [En línea] <https://es.wikisource.org/wiki/Ariel>, consultado el 23 de julio de 2015.
- Romero, P. (2015), "Las 'leyes mordaza' ya están aquí"; El blog de el (sic) Español, [En línea] <http://www.lespanol.com/actualidad/todo-lo-que-debes-saber-sobre-las-leyes-mordaza-que-se-avecinan/>, consultado el 16 de julio de 2015.
- Salazar Vergara, G. (2006), *La violencia política popular en las "grandes alamedas"*, Lom, Santiago.
- Sánchez Vázquez, A. (2005), *Las ideas estéticas de Marx*, Siglo XXI, México.
- Sanguesa, R. (2010), *Sobre el diseño de "cosas" (invisibles)*, [En línea] <http://fluxchange.typepad.com/ramonsanguesa/sloterdijk/>, consultado el 18 de julio de 2015.
- Servín, J. M. (2012), "En la alameda nadie sufre", *Nexos*, [En línea] <http://www.nexos.com.mx/?p=14758>, consultado el 16 de julio de 2015.
- Shakespeare, W. (1998), *La Tempestad*, Espasa Calpe, Ángel-Luis Pujante, Madrid.
- Solís, H. y López-Hernández, E. (2009), "Neuroanatomía funcional de la memoria", *Arch Neurocién*, vol. 14, núm. 3, UNAM, México.
- Vázquez Roca, A. (2008), *Peter Sloterdijk: esferas, helada cósmica y políticas de climatización*, editorial de la Institució Alfons el Magnànim, Valencia.
- Vygotsky, L. (1988), *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*, Crítica, Silvia Furió, Barcelona.
- Wallerstein, I. (2006), *Análisis de Sistemas-Mundo, una introducción*, Siglo XXI, México.

