

Laura Gallardo Escalona

LA LIBERTAD E INTERNET: MECANISMOS DE COERCIÓN DE LA LIBRE ELECCIÓN EN LA RED

FREEDOM AND INTERNET: MECHANISMS OF COERCION OF FREE CHOICE IN THE NETWORK

Resumen

Internet y libertad, son dos conceptos que han sido sinónimos (Castells, 2009) en todo el mundo, desde los inicios de este medio de comunicación de masas que ha marcado una época en nuestra historia. Internet nos abre "un nuevo mundo" de alternativas a elegir. Pero, ¿somos realmente libres a la hora de elegir en internet?, ¿cuáles son los obstáculos o los mecanismos que pueden impedir la realización de elecciones libres?, ¿por qué existen estos mecanismos de coerción de la libertad humana en "el último medio de comunicación libre"? Éstas y otras preguntas, son las que han motivado la realización de este ensayo, cuyo objetivo principal es realizar una reflexión acerca del constructo libertad humana y sus mecanismos de coerción en internet.

Abstract

Internet and freedom are two concepts that have been synonymous (Castells, 2009) throughout the world, since the beginning of this mass media that has marked an era in our history. The Internet opens a "new world" of alternatives to choose. But, are we really free when choosing on the internet? What are the

¿Cómo citar este texto?

Gallardo Escalona, L. (2018) "La libertad e internet: mecanismos de coerción de la libre elección en internet", en Díaz Cano, E. y Tardivo, G. *XVI Premio de Ensayo Breve en Ciencias Sociales "Fermín Caballero"*. Toledo: ACMS, pp. 57-76.

obstacles or mechanisms that can prevent the realization of free elections? Why these mechanisms of coercion of human freedom exist in "the last media of free communication"? These and other questions are what motivated the realization of this essay, whose main objective is to reflect over the construct of human freedom and its mechanisms of coercion on the internet.

1. LIBERTAD Y CONOCIMIENTO

“La verdadera libertad consiste en la autodirección: un hombre es libre en la medida que la verdadera explicación de su actividad descansa en las intenciones y motivos de los que es consciente y no en alguna condición psicológica o fisiológica oculta que pudiera haber producido el mismo efecto, esto es, el mismo comportamiento (presentado como elección), al margen de la explicación o justificación que el agente intente producir” (Berlin, 2008: 293).

La libertad individual se define como la capacidad de una persona para elegir, sin ningún tipo de influencias, ya sean físicas o psíquicas, y de comportarse de acuerdo a esa elección, siendo la consecuencia de la misma. Por tanto, es el resultado de motivos y propósitos conscientes e individuales, que desembocan en comportamientos no mecánicos. Para poder elegir es necesario conocer las distintas opciones (si las hay), por lo que libertad y racionalidad suelen ir acompañadas o al menos se identifican bastante.

Pero, ¿todo conocimiento aumenta la libertad, en algún sentido?

Decir que uno es libre si se conoce a sí mismo, implica que tenemos un “yo” que puede ser entendido, que hay una estructura correctamente descrita como naturaleza humana, que se rige por unas determinadas leyes y que es objeto de estudio natural. (Esto ha

sido cuestionado por los filósofos existencialistas que abogan por otorgar más peso en el proceso de elección humana). La acción es elección. Elegir es el compromiso libre de una determinada persona con esta u aquella forma de comportarse o vivir. Siempre hay al menos dos posibilidades: hacerlo o no hacerlo; ser o no ser. Toda elección implica responsabilidad. Las personas en muchas ocasiones desean librarse de esta pesada carga, justificándose a través del funcionamiento de las leyes sociales o naturales. Esto supone un “acto libre de rendición”, que conlleva dejarse llevar por la corriente comúnmente aceptada y comportarse de manera mecánica, porque en definitiva, es inevitable para el ser humano cuestionarse acerca de en qué creo, quién soy, para qué vivo... Nuestra elección consiste, entonces, en seguir actuando del mismo modo o cambiar. Berlin (2008: 297) afirma que *“ser racional implica que fracasaré”*. El conocimiento de mí mismo y de los demás, de la naturaleza y de los distintos contextos sociales y las leyes que nos gobiernan, desenmascaran pretensiones, explicaciones y excusas falsas, adjudican la responsabilidad a quien realmente le corresponda, desmiente falsos pretextos de impotencia, pero no puede ampliar mi libertad más allá de aquellos factores que escapan a mi control. Por consiguiente, *“Aumentar mi conocimiento aumentará mi racionalidad, y el conocimiento infinito me hará infinitamente racional; puede incrementar mis poderes y mi libertad: pero no puede hacerme infinitamente libre”* Berlin (2008: 298).

Pero en el caso de que el conocimiento pudiera aumentar mi libertad... *¿Cómo me hace libre el conocimiento?*

Para intentar responder a esta pregunta, es necesario remontarse a la concepción clásica (Aristóteles, los estoicos y gran parte de la teología cristiana, Spinoza y sus seguidores, los idealistas alemanes y los psicólogos modernos) de la doctrina de la autodeterminación,

que defiende que la libertad es autogobierno (tanto en la política como en la vida individual) y cualquier cosa que incremente el control del “yo” sobre las fuerzas externas al mismo, contribuye a la libertad (aunque esa frontera que divide al yo de esas fuerzas externas es, a veces, demasiado difusa). Esto significa que la libertad consiste en tomar parte en la determinación del propio comportamiento y que por consiguiente, la esclavitud (o falta de libertad) está determinada por fuerzas externas, tanto físicas como psicológicas. Berlin señala en su obra *“Sobre la Libertad”* (2008) que el aumento de conocimiento incrementa la gama de sucesos predecibles y la predictibilidad (inductiva y deductiva).

Evidentemente, esto no parece compatible con la libertad de elección. El hecho de que el carácter de una persona determine sus elecciones y acciones, tampoco, la hace más libre. Por tanto, el conocimiento sólo puede hacernos más libres si de hecho hay libertad real de elección, es decir, sólo si sobre la base de nuestro conocimiento nos podríamos comportar de forma distinta a la que nos comportaríamos sin él y sólo “si podemos” y “no debemos, ni tenemos que”. Si no hay libertad antecedente (ni posibilidad de que la haya), entonces no puede haber incremento. Un nuevo conocimiento incrementará nuestra racionalidad, aumentará nuestro poder, nuestra armonía interior, nuestra sabiduría... pero no, nuestra libertad.

No obstante, la libertad es la principal característica que distingue al hombre de lo no humano. Hay distintos grados de libertad, constituidos por la ausencia de obstáculos al ejercicio de la elección, que pueden ser “físicos” (de la naturaleza, de los hombres, geográficos, falta de necesidades vitales...) o “psíquicos” (miedos, complejos, error, ignorancia, prejuicios, ilusiones, fantasías, compulsiones, neurosis, psicosis...), “interiores” y “exteriores”, más o menos complejos, compuestos por elementos difíciles de definir debido a factores sociales y/o individuales.

La libertad tiene que ver con la ausencia de obstáculos para la acción. Berlin (2008) señala una serie de factores, que favorecen la ausencia de estos obstáculos. Estos son: la libertad moral (el autocontrol racional); el conocimiento de lo que está en juego; el motivo de cada uno para actuar; la independencia frente a la influencia no reconocida de otras personas o del propio pasado personal o del grupo y la cultura de cada uno; y la destrucción de las esperanzas, miedos, deseos, amores, odios, que carecen de fundamentos una vez examinados racionalmente. (Desde Platón a Marx y Schopenhauer apenas se tienen en cuenta las implicaciones de estos obstáculos en la libre elección de una persona. Es a partir del siglo XX con la aparición del Psicoanálisis y con la percepción de sus implicaciones filosóficas, cuando los principales pensadores empiezan a estudiarlos).

Destruir o carecer de una condición para la libertad (conocimiento o dinero), no es destruir la libertad en sí, porque su esencia no se encuentra en su accesibilidad, aunque sí su valor. La relación (o su íntima independencia lógica) entre conocimiento y libertad tiene validez, en tanto el primero ayuda a eliminar los obstáculos que impiden la realización de la segunda (siempre y cuando se den las condiciones físicas y psicológicas de libertad antecedente, ya que si no hay posibilidades reales de realizar elecciones, el conocimiento de que no las hay, no incrementará la libertad).

Finalmente, *¿El conocimiento de las alternativas a elegir nos hace más libres?*

Ser libre es ser capaz de realizar una elección no forzada. Esta elección implica alternativas en competencia (al menos dos alternativas “abiertas” no bloqueadas). Cuando hablamos del grado de libertad de una persona o una sociedad, a menudo nos referimos

al alcance y amplitud de las elecciones (puertas, caminos) que se les presentan. Por tanto, hay libertad real y libertad potencial, dependiendo de lo fácil que resulte abrir algunas puertas cerradas, en función de los recursos efectivos o potenciales, físicos o mentales de cada persona. Esto significa que la libertad de un ser humano o un grupo está determinada, en gran medida, por la amplitud de posibilidades para elegir. Entonces, el alcance de la libertad de una persona depende de las oportunidades para la acción, no del conocimiento de las mismas, aunque este conocimiento puede ser una condición indispensable para el uso de la misma y aunque los impedimentos en el camino para la misma sean en sí mismo una privación de libertad (la libertad del conocer). “*La ignorancia bloquea caminos, el conocimiento los abre*” (Berlin, 2008: 311). Pero esto no implica, que la libertad sea “tener conciencia de la libertad” y mucho menos que sean idénticas. Son las puertas abiertas (elecciones reales) las que determinan el alcance de la libertad y no sus propias preferencias.

Luego, *¿el conocimiento no resta nunca a la libertad humana?*

En ocasiones, la resistencia frente a grandes amenazas ha funcionado y funciona sólo si estas amenazas no se conocen completamente (si David hubiera sabido algo más de Goliat, si los británicos hubieran sabido más del poder de la Alemania nazi). Si las probabilidades históricas se hubieran conocido, quizás algunas victorias no se habrían producido nunca.

2. MECANISMOS DE COERCIÓN DE LA LIBRE ELECCIÓN EN LA RED

Internet, según Castells (2001), es una creación cultural, que refleja los principios y valores libertarios de sus inventores (hackers:

investigadores académicos informáticos). Es una tecnología de comunicación interactiva, con una fuerte capacidad de retroacción, que se plasma en el desarrollo de la misma. Supone una “*arquitectura abierta*” y de difícil control. A lo largo del tiempo, internet se ha consolidado como un instrumento esencial de comunicación horizontal entre los ciudadanos y recibe la protección constitucional y judicial de las libertades. Por ello, internet y libertad, han sido sinónimos para muchas personas en todo el mundo. Estas características intrínsecas a este medio de comunicación hacen que “los dueños del poder” intenten controlarla en todo momento. Castells (2001) afirma que “*la fuerza de internet es el caos*” y que la “*fuerza de la libertad depende del caos*”. Como señala Berlin (2008), la libertad de un ser humano estriba en su capacidad para realizar elecciones abiertas. Internet en su “arquitectura abierta basada en el caos”, propicia la posibilidad de la existencia de múltiples alternativas de comunicación y acción. Pero, *¿es realmente internet una arquitectura de la libertad?, ¿nos ofrece la oportunidad de realizar elecciones conscientes?, ¿somos realmente libres en internet?*

Para “ser libre” un ser humano debe poder elegir conscientemente entre al menos dos alternativas reales, abiertas y “no bloqueadas”. Para ello, ha de realizar un proceso de toma de decisiones, en el que intervienen emociones, sentimientos y razonamientos (Damasio 2003 en Castells, 2009).

Para tomar una decisión libre, una persona parte de un análisis del contexto de elección, ha tener la información necesaria para poder elegir, y por supuesto, alternativas reales entre las que decidir. Finalmente, ha de poder representar mentalmente los resultados futuros de su elección. La toma de decisión se puede realizar de dos maneras: la primera, a través del razonamiento y la segunda, a través de la emoción. El componente emocional actúa directamente sobre el razonamiento con una señal positiva o negativa delimitando el espacio en la toma de decisiones, basada en la experiencia. Por tanto,

es muy importante tener en cuenta el papel de las emociones en la toma de decisiones, en la libre elección, ya que por un lado activan de manera encubierta las experiencias emocionales relacionadas con las alternativas de decisión y por otra, pueden actuar directamente sobre el proceso de decisión, haciendo que el ser humano decida en función de lo que siente y no de lo que piense.

Para realizar una elección libre, el ser humano debe conocer los distintos obstáculos que pueden influir en dicha elección (Berlin, 2008), ya sean físicos o psíquicos, internos o externos, simples o complejos. La Real Academia Española en su vigésimo segunda edición define coerción como “*presión ejercida sobre alguien para forzar su voluntad o conducta*”. La coerción es un obstáculo para la libertad de elección de un ser humano.

A lo largo de la historia “los dueños de poder” han utilizados los distintos medios de comunicación existentes, para forzar elecciones humanas en función de la defensa de las distintas ideologías y de sus intereses económicos. Para ejercer la coerción en la toma de decisiones, son necesarios una serie de mecanismos de control, por un lado, y de manipulación, por otro, de todo el proceso de comunicación.

Internet, según algunos, es *incontrolable* y según otros, supone “*el más sofisticado instrumento de control*” (Castells, 2001). Creo que en estos momentos, no es ni lo uno ni lo otro, es decir, internet puede ser “relativamente controlable” (de hecho, hay intentos a diarios por los “dueños del poder”, tanto a nivel legislativo como ejecutivo) y puede llegar a ser (aunque creo que aún no lo es, gracias a muchos “guardianes de la libertad” (Chomsky, 1995) el ojo del “Gran Hermano” (Orwell, 1949).

Para entender qué significa “la coerción de la libertad humana (en el sentido de libre elección)” en internet, en primer lugar, debemos reflexionar acerca de los mecanismos de control de los individuos que están patentes en la red, es decir, cuánta información

circula acerca de mí y mi entorno en la red, para qué sirve y por qué es tan fácil acceder a ella.

Si hacemos una prueba con nosotros mismos (en el caso de que seamos usuarios habituales de internet, claro) y realizamos una pequeña investigación acerca de cuánta información hay disponible de nosotros en la red, comprobaremos que es demasiado fácil contestar a preguntas como las que indico más adelante (y sólo incluyendo tu nombre en los principales buscadores, revisando el histórico de visitas y lugares favoritos, tus perfiles en las redes sociales, los comentarios de “tus amigos virtuales”, los tweets y retweets, tus blogs personales, los blogs a los que sigues, los programas que utilizas, los lugares en los que estás dado de alta...), y lo más sorprendente, es que puedes obtener esta información de alguien conocido, o quizás, no tanto: ¿Quién soy?, ¿Quién digo que soy?, ¿Quién dicen que soy?, ¿Qué he estudiado?, ¿En qué trabajo? ¿En qué me gustaría trabajar?, ¿Qué he pensado?, ¿En qué pienso?, ¿Qué he sentido? ¿Qué siento?, ¿Qué me gustaría sentir?, ¿A quién he votado?, ¿A quién votaré?... Un usuario con conocimientos básicos puede obtener sin demasiada dificultad este tipo de información. Imaginemos entonces, qué, cuánto más, pueden saber de nosotros entidades y usuarios especializados en el tema (los crackers, Castells, 2001), las grandes multinacionales, los gobiernos...

En el decálogo de manipulación mediática (1979) en el número 10, Chomsky nos dice: *“Conocer a los individuos mejor que ellos a sí mismos”*. El control de la información es un elemento clave para ejercer la coerción de las libertades individuales en la red. Internet se ha convertido en un medio de comunicación de masas y por tanto, padece los efectos de la manipulación mediática, al igual que otros como la prensa o la televisión, con sus respectivas peculiaridades. Por consiguiente, esta arquitectura abierta de comunicación global, también puede “ser controlada” (Castells, 2001) y puede ser un “mecanismo de control” de la libertad de elección de una persona.

Para ejercer nuestro derecho a la libertad de pensamiento, de toma de decisiones, es fundamental conocer estos aspectos y los mecanismos de coerción que existen en la red.

Internet puede “ser controlada”, en primer lugar, por los sistemas legales y políticos de cada país y por las multinacionales y por aquéllos, que tienen acceso a la tecnología pertinente. Principalmente, porque necesita un soporte físico (servidores) donde residir y en segundo lugar, porque existen tecnologías de control, que identifican (contraseñas y *cookies*), vigilan (intercepción de mensajes, marcadores, escucha continua...) e investigan (a través de las grandes bases de datos...) a aquellos que son “transgresores” de las normas dictadas por los “dueños del poder” (Castells, 2001). Estos, además, conocen cómo funcionan los procesos de manipulación mediática y los sujetos “objeto” de la misma, elementos clave para establecer los mecanismos de coerción de la libertad de elección. Algunos de estos mecanismos, que encontramos en internet, son:

1) **Distracción:** Supone la primera estrategia de manipulación mediática, analizada por Chomsky (1979) “*consiste en desviar la atención del público de los problemas importantes y de los cambios decididos, por las élites políticas y económicas, mediante la técnica del diluvio o inundación de continuas distracciones y de informaciones insignificantes*”.

Es un mecanismo de coerción de alternativas a elegir muy utilizado en internet. Por ejemplo, si prestas atención a cualquier página web de un determinado medio de comunicación catalogado como “fiable” como puede ser *El País* o *El Economista*, encontrarás entre las noticias “importantes”, numerosos elementos de distracción (habitualmente aparecen noticias sensacionalistas deportivas, modelos con escasa ropa o temas triviales de interés general, sin contar con la publicidad).

El mecanismo de distracción aparece en todos los rincones de internet, desde los principales buscadores (casualmente al margen derecho, primer impacto visual), en el correo electrónico hasta en las redes sociales (de repente se abre en Facebook, una página con publicidad de algún producto del que hayas realizado una búsqueda previamente o alguna noticia deportiva del equipo que te interesa), e incluso, colándose en tweets de twitter.

2) **Exceso intencional de información:** Internet ofrece una cantidad de información inmensa. Nicolas Carr (2011) nos señala los efectos que provoca en nuestra mente, navegar entre una ingente cantidad de contenidos. Además de distraernos de lo esencial, nos incita a buscar “lo breve y rápido”, dejando a un lado, la capacidad de centrarnos en un tema y profundizar en su contenido. Esto supone un mecanismo de coerción de la libertad individual, ya que de manera inconsciente nuestra forma de procesar información cambia, sintiéndonos obligados a comportarnos de una manera determinada, condicionando tiempos, tareas e incluso, relaciones sociales. En definitiva, la cantidad de información y los procesos implicados en su tratamiento, condicionan nuestra forma de pensar y de elegir lo que en realidad queremos buscar y en lo que queremos centrar nuestra atención.

Por ejemplo, cuando buscamos una información determinada, en muchas ocasiones acabamos visualizando algo que ni siquiera estaba relacionado con nuestra búsqueda intencional. En muy raras ocasiones, leemos los contenidos completos, vamos saltando de un lado a otro, en función de lo que va captando nuestra atención, dejando a un lado elementos esenciales para la comprensión global del tema en el que queremos profundizar.

3) **Jerarquización de las websites en los buscadores:** ¿Quién decide lo que debe aparecer primero en un buscador? ¿Qué

información es más relevante? La jerarquización de las websites es un mecanismo de coerción de la libertad individual, ya que la priorización de lo relevante o de las alternativas entre las que he de elegir, ya están hechas de antemano, ya sea por intereses económicos, ideológicos, políticos, culturales... Una elección libre implica al menos dos alternativas abiertas, no bloqueadas, ni sesgadas previamente. Por consiguiente, este es otro obstáculo de la libre elección.

4) **Difícil identificación de la informaciones verdaderas y falsas:** La Web 2.0 hace que toda la sociedad sea productora de información (Chomsky, 1995). Esto conlleva múltiples ventajas, pero a su vez, otros tantos inconvenientes. Uno de ellos, es que en muchas ocasiones, es difícil distinguir entre las informaciones veraces y las que no lo son. Para estar realmente informado, para conocer, es necesario realizar un esfuerzo, que implica investigar y reflexionar. Internet no favorece como señala Carr (2011) la profundización en los contenidos, por lo que generalmente, nos quedamos con la primera noticia, que suele extenderse de manera instantánea y automática por la red. Esto tiene consecuencias: en primer lugar, para los protagonistas de la información y en segundo lugar, supone un sesgo importante en la libertad individual, ya que la información seleccionada no es una alternativa real.

5) **Ingeniería de la persuasión:** La persuasión (Aparici, 2006: 119) es la “*manipulación intencionada que tergiversa o cambia la realidad de forma consciente para adaptarla a sus intereses económicos, políticos o culturales de forma inadvertida a través de su discurso persuasivo*”. Los dos ejemplos prototípicos de persuasión son: la publicidad y la propaganda, ambos son obstáculos en la libre elección personal y ambos pretenden respuestas emocionales inconscientes ante el estímulo-alternativa que fomentan. La principal característica de estos dos

elementos clave en la “Ingeniería de la persuasión” en internet, es que son individualizadas, es decir, personalizadas para cada usuario. Por ejemplo, suele ocurrir que en el margen derecho del correo electrónico MSN o en la red social Facebook, aparecen anuncios publicitarios de autores de libros que ya has comprado o viajes del tipo que ya has hecho, o marcas de un producto sobre la que he realizado una búsqueda previamente, o curiosamente, en el mismo margen derecho de algunos buscadores, noticias o propaganda sobre un partido político sobre el que me he interesado o he emitido algún comentario en algún momento. En internet también se produce, por consiguiente, la persuasión identificativa (deseo personal de identificarse con alguien o con algún grupo social, se suelen utilizar intermediarios populares), la normativa (a través de las normas de un grupo social o de un determinado tipo de personalidades, suele ocurrir en determinadas comunidades virtuales) y la argumentativa (a través de un argumento concreto, suele utilizarse en la publicidad en internet).

Otro tipo de persuasión es la subliminal, cuyo objetivo es el cambio de actitudes en los usuarios e incluyen todos aquellos estímulos ocultos, que es capaz de percibir nuestro cerebro de manera inconsciente. En internet, también, se producen: el enmascaramiento, la estrategia del efecto Poetzl, las estrategias anamórficas, la defensa perceptual, los ultra e infrasonidos, el anclaje...

Otro mecanismo de coerción es la “repetición”, con la frecuencia exacta para que no provoque el cansancio del usuario y a la vez, produzca el efecto de cambio constante y novedad.

La utilización experta de estas estrategias en internet condiciona nuestra toma de decisiones a la hora de seleccionar entre las distintas alternativas expuestas, por tanto, coartan nuestra libertad personal.

6) **Percepción selectiva:** Chomsky nos describe (1995) los mecanismos que utilizan “los dueños del poder” para seleccionar cuál es la información que debe llegar a la audiencia, cuyo objeto principal es “fabricar consenso” y “construir una opinión pública colectiva”, haciendo que el usuario del medio de comunicación sólo perciba detalles, aquello que fomenta la respuesta emocional y no racional, que favorece sus intereses. En internet, ocurre otro tanto, existe un proceso previo de selección de información y de refuerzo de aquello que se desea que sea percibido. Esto supone un obstáculo en nuestra capacidad de decidir, ya que la percepción global de un determinado acontecimiento ante el que postularnos, no es real.

7) **El engaño y la mentira construida mediáticamente:** El engaño es un mecanismo de coerción de nuestra libertad de elección, ya que se basa en un determinado acontecimiento real, a través del cual se articulan argumentos, se seleccionan informaciones, se altera el hilo narrativo para alterar o cambiar la recepción de dicha información de dicho acontecimiento en los usuarios de la red en función de los intereses económicos, culturales, políticos... de los “dueños del poder”.

La construcción de una mentira mediática es un hecho intencional y se utiliza como un mecanismo de control y coerción de la libertad de emitir juicios de la opinión pública. Puede partir de un acontecimiento no real o de un fragmento aislado de un hecho determinado. Se lleva a cabo a través de la censura y de la autocensura de los responsables de su diseño y supone un acto de manipulación mediática con la intención consciente de engañar a los destinatarios utilizando distintos métodos, signos, canales y operaciones, con un único objetivo: controlar y manipular la opinión de los usuarios en función de unos intereses claros, previamente definidos. Existen numerosos ejemplos de engaños y

mentiras construidas intencionalmente en internet, que se extienden a la velocidad del rayo en las distintas redes sociales, en los foros, en los blogs personales y grupales... aprovechándose de la ignorancia, de la buena intención y de la confianza de los internautas, que a menudo, no realizan el esfuerzo de verificar el origen de la misma.

8) **Manipulación de la palabra escrita:** Existen palabras o frases que utilizadas en contextos diferentes cambian el significado y la intencionalidad original. También, se usan “palabras choques” con una fuerte carga emocional para los destinatarios. Uso reiterado de “sloganes” que no significan nada, pero que provocan la respuesta colectiva ante una frase con la que todos están de acuerdo y que provocan sentimientos unánimes, por ejemplo, el patriotismo... Un determinado producto es “adulado” para provocar respuestas inconscientes emocionales. Se suelen realizar “añadidos degradantes” (asociaciones intencionales, efectos técnicos que contaminen la opinión pública)... Son algunos de los mecanismos, que se utilizan en la red para presentar informaciones, acontecimientos o vender un producto, cuyo objetivo es manipular la libre elección en los usuarios, priorizando el componente emocional en pos del racional.

9) **Imágenes (y sonidos) manipuladas intencionalmente:** Es común, en internet, el uso de imágenes manipuladas digitalmente para alterar la opinión de los internautas en función de unos intereses preestablecidos. Existen numerosos programas y técnicas de manipulación de imágenes, que incluyen: el cambio de color por retoque, agregar o quitar objetos o personas de una escena, modificar el encuadre, los trazos, pasar blanco y negro a color, fotomontajes... El impacto visual provoca emociones y este es uno de los dos caminos (Castells, 2009) para la toma de decisiones, en concreto, el que nos hace menos libres.

Estos son algunos de los mecanismos que obstaculizan la libre elección del internauta, cuyos objetivos ya estaban recogidos en 1982 por Benech y Schmandt en su libro *Manual de autodefensa comunicativa* (Aparici, 2006), que son, principalmente: la manipulación de ideas, necesidades, sentimientos, uniformidad colectiva y símbolos, que provocan respuestas emocionales en detrimento de las racionales.

Para concluir este apartado, quisiera realizar una reflexión acerca de las ideas que expone Nicolas Carr (2011) quien señala que el uso mismo de la tecnología intuitiva de internet, la forma de seleccionar y procesar información “no lineal”, la ingente cantidad de contenidos por los que navegar, los procesos que se automatizan con su uso, los refuerzos instantáneos es lo que coacciona en primer término nuestra libertad de elección, puesto que el modo en el que utilizamos internet no es una elección personal en sí misma. El internauta puede elegir tiempos y formas de uso, pero la tecnología le obliga a comportarse de una determinada manera (opción no elegida conscientemente por el usuario) y que modifica procesos mentales tan básicos como por ejemplo, la capacidad de concentración necesaria para leer un texto completo.

3. ¿POR QUÉ Y PARÁ QUÉ SE UTILIZAN LOS MECANISMOS DE COERCIÓN DE LA LIBRE ELECCIÓN EN LA RED?

La libertad humana radica en la capacidad de los seres humanos para realizar elecciones conscientes entre dos alternativas abiertas, no bloqueadas. El conocimiento de la libertad no genera libertad (si no existen condiciones previas de libertad), ni siquiera la incrementa (Berlin, 2008).

La importancia de la relación conocimiento y libertad estriba en que el primero sirve al ser humano para establecer los límites del segundo y conocer los obstáculos que impiden el ejercicio de la

misma, es decir, conocer los mecanismos de coerción que determinan su capacidad de elección. Este es el primer paso, para crear “oportunidades de acción”, que son las generadoras de condiciones de libertad y constructoras de alternativas reales a elegir.

Internet es un medio de comunicación de masas basado en la interactividad y en la comunicación libre. Pero no está exento de obstáculos que dificultan la libre elección. Para lograr oportunidades de acción, que generen libertad es fundamental conocer los mecanismos de coerción de la misma y además, cuestionarse acerca de ¿ por qué existen estos mecanismos de coerción de la libertad humana en el “último medio de comunicación libre”?, ¿quiénes son los “generadores de mecanismos de coerción”? Responder a estas preguntas no nos hará “más libres”, pero sí nos ayudará a establecer las pautas de acción para conseguir alternativas reales de elección, “*libres de toda esperanza y de todo miedo*” Berlin (2008: 293-315).

Condicionar la toma de decisiones a través de mecanismos de coerción, implica controlar elecciones humanas. Estas suponen el logro de intereses económicos, ideológicos, políticos y culturales de una minoría, que son los “dueños del poder”. A través del control de los medios de comunicación de masas, estas minorías ejercen el poder. Según Castells (2009: 533), “*el poder se ejerce construyendo significados en la mente humana mediante los procesos de comunicación que tienen lugar en las redes multimedia globales-locales de comunicación de masas*”. A través de la “*mercantilización de la libertad*” Castells (2009: 540), los dueños del poder *cercan los terrenos comunales de la comunicación libre y venden a la gente el acceso a las redes de comunicación globales a cambio de renunciar a su privacidad y de convertirse en objetivos publicitarios*”

Pero, *¿Quiénes son los dueños del poder?*

Según Castells (2009: 541) son los dueños de las redes empresariales multimedia globales, porque son los que “*programan,*

procesan los materiales ideacionales con los que sentimos, pensamos, vivimos, presentamos nuestras ideas y luchamos” y son los que “*transforman a los seres humanos en audiencia vendiéndonos las imágenes de nuestras vidas*”. Según Chomsky (1995: 97-98), “*los nuevos amos del mundo*” a través del control de los medios de comunicación y de los mecanismos de manipulación mediática “*condicionan y cercan la emancipación de los ciudadanos*”, a través de las numerosas crisis. Estos detentores del poder (el poder económico, en primer lugar, seguido del poder mediático y el poder político) están por encima de la democracia y de conceptos como: libertad, solidaridad, igualdad, el bien público, lo único que les importa es “*vender sus productos e ideas en el mercado globalizado*”, en el que se ha convertido el mundo en el que vivimos.

Si no conocemos las formas de poder, dónde y cómo se ejercen, los mecanismos de coerción de las libertades humanas en los medios de comunicación que marcan las tareas, espacios y tiempos de nuestra vida, quienes detentan ese poder, cuáles son sus intereses... es imposible que podamos ejercer nuestra capacidad de elegir entre alternativas reales (o de establecer las “oportunidades de acción” para conseguirlas), que es en último término, la esencia de la libertad humana.

4. PARA CONCLUIR

Estudiar los mecanismos de coerción de la libertad humana implica profundizar en el concepto libertad y su relación con el conocimiento, analizar la historia y características de internet, sus posibilidades comunicacionales y los mecanismos que condicionan la libre elección en él. Además de cuestionarnos quiénes son los interesados y generadores de estos instrumentos de coerción, cómo se ejerce el poder y su relación con la comunicación en internet... para lograr obtener una visión global del tema.

Esto, evidentemente, excede de las características del ensayo, por lo que el objetivo del mismo ha sido una reflexión profunda de las cuestiones planteadas y de sus posibilidades de estudio.

“Ser libre”, no significa tener la capacidad de elegir entre varias compañías eléctricas o poder cambiar el canal de la televisión, doscientas veces. “Ser libre” significa poder elegir entre alternativas reales: cómo quieres que sea tu vida, tu trabajo, tus relaciones sociales... “Ser libre” significa ser responsable y consciente de tus propias decisiones y dueño de tus pensamientos, emociones y sentimientos...en definitiva, de tu destino. El conocimiento, el pensamiento crítico, no te hace más libre, sirve para dibujar un mapa de cuáles son los límites de tu capacidad de libertad, para saber cuáles son los obstáculos que la condicionan y quiénes son “sus creadores”, el “por qué y para qué”.

El conocimiento ayuda a generar “oportunidades de acción” que son las auténticas creadoras de alternativas de elección (sólo con el pensamiento crítico no incrementamos las condiciones de libertad). En la actualidad, muchas personas y colectivos luchan en sus respectivos campos para que el derecho humano número 18 (“Libertad de pensamiento”) sea una realidad. Está en nuestra mano realizar una elección abierta, entre dos alternativas ¿no bloqueadas?: “ser o no ser” uno de ellos. Esto es, en definitiva, un ejercicio de libertad.

BIBLIOGRAFÍA

- Aparici, R. (2006) *La imagen. Análisis y representación de la realidad*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Berlin, I. (2008) *Sobre la libertad. Edición de Henry Hardy*. Madrid: Alianza.
- Berlin, I. (2002) *Freedom and Betrayal. Conferencias pronunciadas en 1952*. Londres.

- Carr, N. (2011) *Superficiales: ¿qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Madrid: Taurus.
- Castells, M. (2001) *Internet, sociedad y libertad: una perspectiva analítica. Lección Inaugural del curso académico 2001-2002 de la UOC.* Barcelona.
- Castells, M. (2009) *Comunicación y poder.* Madrid: Alianza.
- Chomsky, N. (1977) *Conocimiento y libertad.* Barcelona: Ariel.
- Chomsky, N. (1979) *Armas silenciosas para guerras tranquilas.* Documento fechado en Mayo de 1979, ha sido encontrado el 7 de Julio de 1986 en una fotocopiadora de IBM comprada en una subasta de material militar.
- Chomsky, N. (1995) *Los guardianes de la libertad.* Barcelona: Crítica.
- Chomsky, N. y Ramonet, I. (1995) *Cómo nos venden la moto.* Barcelona: Icaria.
- David, P. y Foray, D. (2002) "Una introducción a la economía y a la sociedad del saber". *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, No. 171, pp. 1-22.
- Diccionario de la Real Academia Española. Edición veintidós.
- Hare, R. M. (1963) *Freedom and reason.* Oxford: Oxford University Press.
- Krüger, K. (2006) "El concepto de Sociedad del Conocimiento". *3W Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. Vol. XI, No. 683.
- Orwell, G. (1949) *1984.* Madrid: Destino.