

TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD:
RETOS Y OPORTUNIDADES EN LA NUEVA
TORRE DE BABEL

LYDIA HERNÁNDEZ MARCIAL*

* Doctora en Antiguo Testamento (Lutheran School of Theology in Chicago) y Catedrática auxiliar en Antiguo Testamento y hebreo bíblico del Seminario Evangélico de Puerto Rico en San Juan, Puerto Rico.

Contacto: dralhernandez@se-pr.edu

Recibido: 16 de marzo del 2022/ Aprobado: 6 de mayo del 2022



Tecnología y sociedad: Retos y oportunidades en la nueva Torre de Babel

LYDIA HERNÁNDEZ MARCIAL*

Resumen: El artículo ofrece una lectura del mundo virtual utilizando el lente de Génesis 11:1-9, el relato de la Torre de Babel. Este pasaje bíblico, perteneciente a los mitos de los orígenes de Israel, nos invita, en primer lugar, a explorar los mitos de los orígenes de la Internet y los medios sociales (*social media*). En segundo lugar, la interpretación anti-imperialista de Génesis 11:1-9 originada en Latinoamérica y África sirve de espejo para explorar el control que ejerce el capitalismo de vigilancia por medio de los medios sociales, el Internet de las Cosas (IoT), la tecnología *wearable* (usable) y la visión de túnel que crea la modificación de conducta que provocan estos sistemas. Finalmente, el escrito evalúa la mezcla de lenguas y la dispersión, no como castigo, sino como oportunidades para la descentralización del poder que ejerce esta tecnología.

Palabras claves: Babel, capitalismo de vigilancia, medios sociales, Génesis 11:1-9, mitos fundantes.

* Doctora en Antiguo Testamento (Lutheran School of Theology in Chicago) y Catedrática auxiliar en Antiguo Testamento y hebreo bíblico del Seminario Evangélico de Puerto Rico en San Juan, Puerto Rico. Contacto: dralhernandez@se-pr.edu

Abstract: This article offers a reading of the virtual world in times of pandemic through the lens of the Tower of Babel narrative (Genesis 11:1-9). First, this text from Israel's foundational myths invites the reader to explore the myths of the origins of the Internet and social media. Second, the African and Latin American interpretation of Genesis 11:1-9 functions as a mirror to explore the control exercised by surveillance capitalism. The tunnel vision created by social media, the Internet of Things (IoT), and wearable technology is a product of the behavior modification caused by these systems. Last, the writing evaluates language mixing up and dispersion as opportunities for decentralizing the power exercised by today's technology.

Keywords: Social networks, Babel, surveillance capitalism, Genesis 11:1-9, foundational myths.

1. INTRODUCCIÓN: LA REALIDAD VIRTUAL Y LA PANDEMIA

Habiéndose cumplido ya el segundo aniversario de la declaración de pandemia a nivel mundial, los medios sociales (*social media*) en el mundo virtual permitieron la conexión de familias, amistades y grupos eclesiales y profesionales.

La pandemia obligó a que las iglesias y las instituciones educativas hicieran la transición al mundo virtual sin mucha preparación, pero con mucha determinación para continuar realizando sus labores. También muchas personas, especialmente envejecientes, tuvieron que aprender a utilizar los dispositivos electrónicos y las plataformas

virtuales para mantener su contacto con la familia, amigos/as, iglesias y entretenimiento.

La facilidad de conexión, el ofrecimiento gratuito y la accesibilidad de las redes sociales como Facebook, sitios de videos como YouTube, ventas en línea por medio de Amazon y aplicaciones móviles como WhatsApp han sido beneficiosos para la mayoría de las personas y las iglesias en este tiempo pandémico. Sin embargo, no todo ha sido color de rosa. Se ha registrado un aumento en la ansiedad, sentimientos de soledad y depresión causada por el distanciamiento social en tiempos de pandemia. Algunas personas incluso han expresado a través de las redes sociales el deseo de terminar con sus vidas¹.

El encierro también ha producido un aumento de tensión en las relaciones familiares al tener que pasar todo el tiempo juntos en el mismo espacio. La falta de equipos electrónicos para todos los miembros de la familia también afecta el ambiente familiar y crea, a su vez, escenarios de estudio y trabajo difíciles.

La pandemia también ha dejado al descubierto la brecha generacional que permite que los nativos digitales asuman la transición sin complicaciones, mientras que los inmigrantes digitales aún luchan para mantener el paso en este mundo dominado por la realidad virtual². Este artículo se escribe desde la perspectiva de una inmigrante digital

1 María Victoria Sánchez Nadal, “Las redes sociales reflejan cómo la pandemia ha perjudicado la salud mental de los usuarios”, *El País*, 28 de noviembre de 2020.

2 El concepto “nativos digitales” se refiere a las generaciones que hablan sin acento el lenguaje digital por haber nacido en un mundo lleno de computadores, Internet, juegos de video, celulares/móviles inteligentes, entre otros. Las generaciones anteriores se conocen como inmigrantes digitales, que hablan con acento el lenguaje digital. Para más información, véase Marc Prensky, “Digital Natives, Digital Immigrants, Part 1”, *On the Horizon* 9, n.º 5 (2001): 1, 3-5.

que disfruta mucho el uso de las herramientas digitales, pero que le falta mucho por aprender.

Sin darnos cuenta, el mundo de la realidad virtual ha continuado su colonización y se ha movido al centro de los dormitorios y otros espacios de nuestras viviendas. Los artículos cotidianos como televisores, electrodomésticos, vehículos y asistentes digitales personales³ están ahora diseñados con la posibilidad de conectarse al Internet y conectarse entre sí, lo que se conoce como “la Internet de las Cosas” (IoT)⁴.

La ecología mediática, disciplina fundada por Neil Postman y Marshall McLuhan, establece que toda nueva tecnología cambia el sistema en el que surge y estudia esos cambios⁵. Como bien señala Russ White, “la tecnología es una herramienta y una moldeadora de la visión de mundo”⁶. Pensar que la tecnología es neutral es un error⁷; por lo tanto, mirar la pandemia como una mera interrupción de nuestra normalidad, también lo es. Es necesario, pues, evaluar las alternativas –positivas y negativas– que toda nueva tecnología presenta ante la sociedad de esta segunda década del siglo XXI y que la pandemia

3 Los asistentes digitales personales más conocidos son Alexa y sus productos Echo y Dot, producidos y mercadeados por Amazon y Siri, de los sistemas Apple. Microsoft cuenta con el asistente conocido como Cortana.

4 “IoT” son las siglas en inglés por las que se conoce esta tecnología mundialmente. Para más información, consulte el informe de Karen Rose, Scott Eldrdge y Lyman Chapin, *La Internet de las cosas, una breve reseña* (Ginebra: Internet Society, 2015).

5 Octavio Islas, “La ecología de los medios: Metadisciplina compleja y sistémica”, *Palabra Clave* 18, n.º 4 (2015): 1057-1083.

6 John Dyer, *From the Garden to the City: The Redeeming and Corrupting Power of Technology* (Grand Rapids, MI: Kregel, 2011), 108; Russ White, *Unintended Dystopia* (Eugene, OR: Cascade Books, 2001), xi; Ryan Panzer, *Grace and Gigabytes: Being Church in a Tech-Shaped Culture* (Minneapolis, MN: Fortress Press, 2020), 160.

7 Dyer, *From the Garden to the City*, 18; Neil Postman, *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business* (New York: Penguin Books, 2006), 157.

nos ha obligado a utilizar. Las decisiones tomadas respecto a esas alternativas determinarán los beneficios y problemas que enfrentará la sociedad y sus individuos⁸.

Este artículo invita a sus lectores/as a evaluar el poder y control adquirido por las grandes compañías del mundo cibernético (Facebook, Google, Amazon, Apple y Microsoft) a la luz de Génesis 11:1-9. Estas compañías se han convertido en imperios que evocan el dominio ejercido en la humanidad por los grandes imperios de las civilizaciones humanas, pero de un modo muy distinto. Toda conquista imperial se basa en mitos, explicaciones de sus orígenes y sus creencias, que siguen funcionando para interpretar la realidad presente⁹. Por lo tanto, estos imperios tecnológicos también cuentan con mitos fundantes que aún rigen la mentalidad de quienes consumen sus productos. Génesis 11:1-9, como parte de los mitos fundantes de Israel, provee una oportunidad para hacer una lectura de los mitos de los orígenes de la Internet y los medios sociales y la realidad de los efectos de esta tecnología que ha sido vital en este tiempo de COVID-19.

2. MITOS FUNDANTES

Génesis 1–11 ofrece la historia primigenia del cosmos, la humanidad y, por consiguiente, de Israel utilizando un lenguaje mítico. Comienza con el mito sacerdotal de la creación en siete días, con su centro en el día de reposo (1:1–2:4a). Luego presenta la creación del ser humano,

8 Dyer, *From the Garden to the City*, 113.

9 José Severino Croatto, “El mito como la interpretación de la realidad: Consideraciones sobre la función del lenguaje de estructura mítica en el Pentateuco”, *Revista de Interpretación Bíblica Latinoamericana* 23 (1996): 17-20.

su interacción con la serpiente y su remoción del jardín del Edén (2:4b–3:24).

De la creación, la historia se mueve a los orígenes de la rivalidad entre hermanos (Caín y Abel), la corrupción y violencia humana y las historias de diluvio (6:5–9:29). Finalmente, aborda el tema de los orígenes de las naciones y los idiomas partiendo de la genealogía de Noé (10:1-32) para cerrar con la genealogía de Sem y Taré, padre de Abraham. Entre medio de estas genealogías se encuentra Génesis 11:1-9, el relato de la Torre de Babel.

La narrativa de Gn 11:1-9 comienza señalando el origen de una humanidad con un solo idioma y hablando las mismas palabras (11:1). Este grupo de personas migran desde el oriente y se asientan en Sinar, ciudad relacionada con Babilonia¹⁰. Una vez en Sinar deciden utilizar una tecnología distinta a la de Israel (v. 3: “ladrillo en lugar de piedra, y asfalto en lugar de barro”) para construir una ciudad y una torre, proyecto interrumpido por Dios. La zona de Mesopotamia, zona fértil entre dos ríos, se identifica como uno de los lugares donde surgieron las primeras civilizaciones¹¹. Hace sentido, entonces, pensar que las narrativas de los mitos fundantes de Israel comiencen en el Edén, área identificada con los ríos Tigris y Éufrates, y concluyan con una referencia a Babilonia.

¿En qué consiste el mito que comunica el relato de Génesis 11:1-9? José Severino Croatto lo identifica como la explicación de “la fundación y desaparición de Babilonia, como interpretación de la

10 Ver, por ejemplo, Dan 1:1-2, en donde se identifica a Nabucodonosor como rey de Babilonia y a la tierra como Sinar.

11 John J. Collins, *Introduction to the Hebrew Bible and Deutero-Canonical Books*. 2da. ed. (Minneapolis, MN: Fortress, 2014), 27.

realidad propia de Israel, sometido por la Babilonia imperial”, un mito contrahegemónico que contradice el mito fundante de Babilonia tal como aparece en el *Enuma Elish*¹².

Jean L’Hour expande este entendimiento y lo coloca en el contexto contemporáneo:

Es el mito de la totalidad, del gobierno mundial, del esperanto, de una tecnología universal, de un consumo y una cultura uniformes, de un orden mundial, de una ideología global y globalizadora. Mientras que el mundo de la Biblia aparece demasiado grande y los seres humanos corren el riesgo de perderse en él, el nuestro se encoge cada día y acaba por parecerse a la torre de Babel. Los lugares en que aún podemos ocultarnos y perdernos, ya sean los de la geografía, la política, la comunicación o la economía, desaparecen uno tras otro. Ya no hay lugar en nuestros días para los nómadas y su libertad. Hoy, Nemrod (Gn 10,8-12), al que muchos autores judíos atribuían la iniciativa de la construcción de Babel, se ha convertido en el *Big Brother*, el gobierno mundial frecuentemente soñado y temido”¹³.

La polisemia y la naturaleza simbólica del lenguaje mítico¹⁴ proveen lenguaje para poder mirar de cerca los mitos fundantes y el ideario de

12 José Severino Croatto, “El relato de la torre de Babel (Génesis 11:1-9): Bases para una nueva interpretación”. *Revista Bíblica* 58, n.º 62 (1996): 70; “El mito como la interpretación”, 20.

13 Jean L’Hour, *Génesis 1–11: Los pasos de la humanidad sobre la tierra* (Estella (Navarra): Verbo Divino, 2013), 62.

14 Croatto, “El mito como la interpretación”; Pablo R. Andiñach, «Denouncing Imperialism: An Argentine Rereading of the Tower of Babel (Gen 11:1-9)», en *La Violencia and the Hebrew Bible: The Politics and Histories of Biblical Hermeneutics on the America*, 105-119 (Atlanta: Society of Biblical Literature, 2016), 107; Toby Miller *et al.*, “The Hero and the Shadow: Myths in Digital Social Movements/El héroe y la sombra: Mitos en los movimientos sociales digitales”, *Comunicar* 68 (2021): 10.

los orígenes de las redes sociales. Especialmente, el giro liberador de la lectura latinoamericana y africana de Génesis 11:1-9, ofrecida por Croatto, Pablo Andiñach y Néstor Míguez, entre otros, sirve como punto de partida para este análisis.

Con la invención de la *World Wide Web* por Tim Berners-Lee en la década de los 1990s, se combinan tres mitos sobre el origen de la Internet. A la explicación tradicional que relaciona los orígenes de la Internet con el mundo militar se le une el mito de su surgimiento como una biblioteca digital. Un tercer mito traza sus orígenes en un proyecto de desarrollo gradual que inicia en el ámbito académico y militar, pero que luego se extiende su uso para el entretenimiento y la comunicación entre las personas. Esta “democratización” de la Web subraya el mito de que las redes son instrumentos necesarios de progreso social y liberación, cuyo fin es provocar cambios sociales, culturales, políticos y económicos positivos¹⁵.

Mark Zuckerberg, fundador de Facebook, comparte algunos de los mitos de las redes sociales en una carta escrita a sus inversores señalando tres puntos: 1) compartir información produce una cultura de más apertura y un entendimiento mayor de las perspectivas de otras personas; 2) el fortalecimiento de las relaciones interpersonales mediante la diversidad; y 3) el control personal sobre la información que se comparte¹⁶.

15 Paolo Bory, *The Internet Myth: From the Internet Imaginary to Network Ideologies* (Londres: University of Westminster Press, 2020), 2, 14, 117-118.

16 Mark Zuckerberg, “Open letter to investors. Building global community”. 16 febrero 2017. Disponible <https://www.facebook.com/notes/mark-zuckerberg/building-global-community/10154544292806634> (Consultado 20 enero 2020), en Bory, *The Internet Myth*, 121.

De vuelta a Génesis 1:1-9, examinaremos cómo se deconstruye el mito fundante de Babilonia y, a su vez, cómo esta deconstrucción ayuda a analizar los mitos de la Internet y los medios sociales.

3. LA UNIFORMIDAD PROMOVIDA POR LA NARRATIVA DEL SISTEMA DOMINANTE

Desde la perspectiva del análisis anti-imperialista de Génesis 11, construir una ciudad en la que toda la población tiene un mismo idioma o un “mismo labio” (*shafab*) y usa las mismas palabras (*devarim abarim*) (Gn 11:1) implica la centralización del poder¹⁷. Esta centralización promueve la uniformidad entre los individuos que pertenecen a esa ciudad. El texto describe así a un poder totalitario como el de los imperios que Israel conocía de primera mano. En este contexto se promueve un solo discurso, el de quien domina. Se ignoran o silencian las voces que no afirman el mensaje oficial.

Las claves que ofrece el texto llevan a identificar al grupo descrito y su proyecto de centralización con Babilonia. La arcilla, característica de la zona fértil entre los ríos, y el asfalto son utilizados como materiales de construcción (11:3). La localización de la ciudad en la región de Sinar (11:3) se relaciona con Babilonia en Gn 10:10 y otros pasajes de la Biblia hebrea. Concluyen estas pistas la referencia a la torre que se asemeja al zigurat mesopotámico (11:4) y la nota etiológica en la conclusión del relato que identifica la ciudad como “Babel” (11:9)¹⁸.

17 Croatto, “El relato de la torre de Babel”, 72.

18 En Gn 10:10, al igual que en 2 Reyes 17–25, Jeremías 20–53, Ezequiel y otros profetas, (*babel*) se traduce “Babilonia”.

Un examen del relato de los orígenes de la Internet y las redes sociales a la luz del mito de Babel pareciera ser inadecuado. Su intención de fomentar la apertura, propiciar la diversidad y permitir a los/as usuarios/as controlar su propia información parece contradecir el deseo de centralización de Babel/Babilonia. Sin embargo, un vistazo a la realidad de las redes sociales y la Internet dejan ver que el imperio virtual funciona desde la ambigüedad, pues su propósito de apertura y libertad descansa sobre el control y la homogeneidad que buscan los imperios virtuales.

Los magnates de las plataformas virtuales como Facebook, Instagram, TikTok y Google, diseñadas para la conexión social y el entretenimiento, ejercen control reforzando el mito que establece la necesidad de la Internet y los medios sociales. Los algoritmos y la inteligencia artificial que funcionan en los dispositivos electrónicos que cada usuario/a tiene consigo a toda hora registran sus movimientos, localizaciones, gustos, lineamientos ideológicos, relaciones, etc.¹⁹. Este rastreo incesante dio origen al nombre “capitalismo de vigilancia”, acuñado por la sicóloga social Shoshana Zuboff. Esta estudiosa identifica este capitalismo como un nuevo orden económico con una lógica parasítica que establece una infraestructura económica basada en la vigilancia. El mismo se nutre de la modificación de la conducta de los/as usuarios/as de la Internet y las redes sociales mientras le otorgan poder y riqueza a las compañías basados en el excedente de conocimiento que extraen de la gente. En otras palabras, es “un derrocamiento de la soberanía de las personas”²⁰. Ninguna persona conectada a la red está exenta.

19 Elías Todorovich, “La pandemia de las redes sociales”, *Revista Argentina de Ingeniería* 17 (2021): 89-97.

20 Shoshana Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power* (New York: Hachette Book Group, 2019), 2.

Zuboff describe el mecanismo que utilizan, en general, las compañías como Google y Facebook. Primero introducen al público a uno de sus servicios y los/as usuarios/as se acostumbran a él. Si hay alguna protesta, las compañías realizan algún ajuste y redirigen el servicio con sus modificaciones. Mientras más personalizada y precisa sea la información provista por los/as usuarios/as, más precisa es la predicción de conducta. A mayor predicción, mayor la posibilidad de venta de servicios y productos y, por lo tanto, de engrosar las arcas²¹.

Un porcentaje limitado de la información recolectada del uso de las redes por cada individuo se utiliza para mejorar el funcionamiento de las aplicaciones, los sistemas y los dispositivos. El excedente de esta información obtenida al registrar el comportamiento de los/as usuarios/as se vende a otras compañías para el desarrollo de estrategias tecnológicas capaces de predecir la conducta humana y ofrecerle productos de consumo basados en las posibles conductas futuras.

Al uso de las redes sociales se le une la dependencia de servicios de asistencia digital personalizada que funcionan comunicándose verbalmente con quienes lo adquieren. Sistemas como Alexa, Siri, Cortana y otros similares han sido bautizados por Zuboff como “One Voice” (una voz) que trabajan para el Big Other, una referencia indirecta al concepto del Big Brother del totalitarismo descrito por George Orwell en su libro *1984*. “One Voice” (“una voz”), es lo que evoca el relato de la torre de Babel en el primer versículo: “una sola lengua” y “las mismas palabras”.

Este funcionamiento descrito previamente es una estrategia de manipulación y control que lleva al público a mirar la realidad del

21 Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism*, 159-175.

mundo a través de un estrecho túnel (visión de túnel) que lleva a desarrollar una intolerancia a las ideas distintas a la propia. El imperio virtual se compone, entonces, de provincias fragmentadas que disuaden la diversidad de ideas y de personas utilizando estrategias como el *trolling*²², *shaming* y el *cyberbullying* que funcionan para controlar. El propósito de estas prácticas es reforzar las líneas que demarcan quién piensa como yo y quién no²³.

4. HACERSE UN NOMBRE

El énfasis temático en el poder controlador se refleja en el relato de Babel también con la motivación de “hacerse un nombre” (11:4). Detrás de la intención de hacerse un nombre hay un deseo de poder. Construir una torre que llegue al cielo, proyecto tradicionalmente visto como una evocación al zigurat mesopotámico, refleja un lenguaje religioso que justifica el poder. Sin embargo, el que el proyecto de construcción evoque un poder sancionado religiosamente no cancela el sentido que evoca la función de protección que cumple una torre contra las amenazas que afecten el plan de centralización, tal como el término hebreo *migdal* sugiere²⁴.

Otros textos de la Biblia hebrea que utilizan la expresión “hacer un nombre” identifican esta empresa solamente como algo que es posible

22 *Trolling* es la práctica de sembrar discordia en medio de una comunidad virtual mediante mensajes insultantes o que generan discusiones que desvían los propósitos de esa comunidad. Sara Polak y Daniel Trottier, eds., *Violence and Trolling on Social Media: History, Affect, and Effects of Online Vitriol* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2020), 11.

23 Polak y Trottier, *Violence and Trolling on Social Media*, 10-12.

24 Edwin M. Good ve la torre como defensa y protección, no como un asunto religioso o una conexión con la divinidad basado en el uso de la palabra (*migdal*) en la Biblia hebrea (Good 2011, 105-106).

a través de Dios. En 2 Samuel 7, Dios repasa con David su trayectoria antes de llegar al trono y le recuerda que su fama la ha obtenido gracias a Dios mismo. En otras instancias en los libros proféticos, Dios le hace el mismo recordatorio al pueblo. Solamente es posible construirse un nombre, alcanzar la fama, si Dios lo permite.

El problema que tiene la sociedad global del siglo XXI no es por causa de la tecnología, sino por el poder que ejercen las grandes empresas por medio del capitalismo de vigilancia. La competencia se da entre las grandes corporaciones que ostentan el poder –hacerse un nombre– para llevarse la tajada mayor de los ingresos por ventas de productos y experiencias a los individuos. La facilidad de hacerse un nombre en el caso de las empresas que controlan el capitalismo de vigilancia se basa en que es una práctica sin precedentes, difícil de medir con las categorías de lo que hasta hoy conocíamos²⁵.

Lo invasivo de estos sistemas que recogen información sobre la conducta humana –con o sin su autorización– afianza el poder económico y político de las compañías que están detrás de esta inteligencia artificial aplicada a cada movimiento cotidiano en los mercados dominados por la existencia de tecnología inteligente. El conocimiento y el poder están interrelacionados. Mientras más conocimiento recaban estas compañías, más poder adquieren²⁶.

Las empresas como Google, Amazon y Facebook compiten por hacerse un nombre y no ser dispersadas por medio de estrategias como la eliminación de la competencia y creando dependencia a sus

25 Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism*, 9-14.

26 Véase la discusión de Michel Foucault sobre la relación entre el conocimiento y el poder en *Vigilar y castigar. El nacimiento de la prisión* (México: Siglo XXI, 1975).

plataformas. Un ejemplo reciente lo es la demanda de la Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos a Facebook, a quien acusa de establecer un monopolio del mercado por medio de la compra o el entierro de aplicaciones que compiten con las suyas²⁷.

Con técnicas como la retroalimentación positiva, las aplicaciones de los medios sociales crean en el/la usuario/a la necesidad de estar conectado todo el tiempo para actualizar continuamente la imagen que se presenta en los medios²⁸. El uso continuo de los medios sociales, respondiendo a los estímulos de esa retroalimentación, produce modificaciones en el cerebro. La capacidad de concentración se reduce y aumenta la distracción y el movimiento de una actividad a otra²⁹.

La persona conectada vive en un continuo *performance*, vendiendo su imagen por medio de *selfies*, otras imágenes y mensajes breves que generen interés en quienes visiten su canal o página. Este interés se traduce en *likes* y *views*, importantes para quienes quieren convertirse en *influencers* o llegar a la fama por medio de su música o su arte³⁰. Estos “me gusta” y visitas se espera generen remuneración económica.

27 “FTC Alleges Facebook Resorted to Illegal Buy-or-Bury Scheme to Crush Competition after String of Failed Attempts to Innovate”, <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2021/08/ftc-alleges-facebook-resorted-illegal-buy-or-bury-scheme-crush-competition-after-string-failed>

28 Adam Alter, *Irresistible: The Rise of Addictive Technology and the Business of Keeping Us Hooked* (New York: Penguin Books, 2017).

29 Mark Ellingsen, “Social Media and the Costs of Distraction: Neurobiological Perspectives on Quality of Life”, *Journal of Interdisciplinary Studies* 33, n.º 1 (2021): 43-58.

30 Un/a *influencer* es una persona que desarrolla su imagen o su propia marca y la mercadea en las redes sociales a través de su *performance* para generar ganancia económica. Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism*, 448.

Stuart Cunningham y David Craig³¹ presentan las dos caras de la cultura del *performance* en las redes sociales. Por un lado, se descentraliza el poder de las industrias tradicionales del entretenimiento cuando gente talentosa con empeño, pero sin los recursos económicos, se hace famosa. Por otro lado, el flujo de *fans* que generan estas nuevas figuras en la industria del entretenimiento sigue enriqueciendo a las grandes corporaciones que convierten los *likes* y los *views* en información para venderles productos. En otras palabras, las grandes corporaciones tecnológicas crean su nombre mientras los/as usuarios/as de las plataformas sociales luchan por crear el suyo propio.

5. LA INTENCIÓN DIVINA: LA DIVERSIDAD (11:5-8)

Génesis 11:1-9 ofrece una observación satírica de la pretensión de Babel: el proyecto de erigir una torre que suba al cielo se queda corto. Dios tiene que bajar a ver lo que hacen (v. 5)³². El pasaje también critica la intención de este poder totalitario de “hacerse un nombre”: a fin de cuentas, tampoco logran esta meta. El texto declara con un juego de palabras el fracaso de la misión: el deseo de hacerse un nombre (*shem*) (v. 4) en aquel lugar (*sham*) (v. 2) se interrumpe cuando Dios descende y mezcla/confunde³³ allí (*sham*) (v. 7) las lenguas y desde allí (*sham*) los dispersa (v. 8). El relato termina explicando que el acto de

31 Scott Cunningham y David Craig, *Creator Culture: An Introduction to Global Social Media Entertainment* (New York: New York University Press, 2021).

32 Gerhard von Rad, *Genesis. Old Testament Library*, ed. rev. (Philadelphia: The Westminster Press, 1972), 149.

33 *Bālal* significa “mezclar” y también “confundir” (HALOT 1: 132).

mezclar/confundir los lenguajes allí (*sham*) y esparcirlos desde aquel lugar (*sham*) define su nombre, *Babel/Babilonia*, y no sus ejecutorias.

En el mito fundante de Mesopotamia, *Enuma Elish*, el dios Marduk le da un nombre a la ciudad que llamó “Babilonia”; que significa, “santuario/casa de los dioses”³⁴. La ciudad imperial es también la ciudad de la divinidad. En cambio, Génesis reinterpreta el mito para decir que para Israel y su Dios “Babilonia” no llega a constituirse en ciudad ni alcanzar a Dios.

La interpretación anti-imperialista que toma en consideración el poder centralizado del gobierno se enfoca en la relación entre lengua y poder. Los imperios dominan y controlan a los pueblos que colonizan prohibiendo los elementos distintivos de la identidad nativa, entre ellos el lenguaje³⁵. Por lo tanto, la mezcla de lenguas como descentralización del poder puede ser un castigo como tradicionalmente se entiende, pero solamente para el poder imperial totalitario. Para los pueblos dominados la mezcla de lenguas es la liberación de las políticas de control imperiales que les invisibilizan, una afirmación de su identidad, lo que es una bendición³⁶. Es el diálogo entre personas y pueblos distintos lo que hace posible la unidad³⁷, no la uniformidad lograda por la supresión de las diferencias.

En el contexto del mundo controlado por quienes fomentan el capitalismo de vigilancia, mezclar la gente y sus lenguas consiste en la liberación de los algoritmos que ofrecen a los individuos

34 *Enuma Elish*, Tablilla VI, líneas 57-58. En Alexander Heidel, *The Babylonian Genesis: The Story of Creation* (Chicago: University of Chicago Press, 1993).

35 Andiñach, “Denouncing Imperialism”, 115.

36 Croatto, “El relato de la torre de Babel”, 67.

37 L’Hour, Jean. *Génesis 1–11*, 61.

productos e ideas afines a las suyas que responden a sus sentimientos, inclinaciones y pensamientos. La tecnología predictiva de conducta debe desaparecer o los seres humanos debemos aprender a dejar de controlarnos por ella. Cuando la persona se cuestiona la uniformidad de los mensajes e ideas en su *feed* comienza una movilización hacia la mezcla de lenguas.

Los/as expertos/as en el tema de la tecnología de la Internet y las redes sociales reconocen que hay mucho que reparar en orden al beneficio de los seres humanos y el mundo. En un estudio realizado por el *Pew Research Center* (2021), estos/as expertos/as señalaron la necesidad de arreglar los algoritmos de los medios sociales, de modo que tengan en cuenta el bien de las personas y la posibilidad de escucharse y llegar a consensos. El modelo del capitalismo de vigilancia no debe prevalecer. Otro deseo manifestado por este grupo de expertos encuestados es el de la existencia de regulaciones por parte de los gobiernos que propicie un comportamiento más ético hacia los/as usuarios/as de los medios.

Es necesario propiciar el diálogo entre grupos con ideas diversas, identificar y denunciar los discursos racistas y discriminatorios que generan conductas violentas hacia las minorías raciales, étnicas y sexuales. Estos tiempos pandémicos se han caracterizado por los debates acalorados que mantienen en sus trincheras a grupos a favor y grupos en contra de la vacuna contra el COVID-19, por ejemplo. Hace falta espacios –virtuales o presenciales– para el intercambio de ideas como esta con respeto y apertura.

La mezcla de lenguas y la dispersión que también requiere nuestro tiempo es la posibilidad de propiciar diálogos entre las generaciones nativas y las inmigrantes en este mundo digital.

Los poderes que explotan el enorme excedente de información para la predicción de conductas y la monetización de esta mantienen a los nativos digitales y a los inmigrantes digitales separados. Sin embargo, hablando desde mi contexto como puertorriqueña, las nuevas generaciones han demostrado tener un rol importante en los movimientos contra las injusticias³⁸. En los últimos años se han gestado y organizado protestas a través de las redes sociales, logrando la movilización de todos los sectores de la población y de todas las edades, siendo los/as nativos/as digitales quienes ocuparon las primeras filas en las manifestaciones en el lugar³⁹.

Hace falta un proyecto educativo que permita la interacción entre nativos/as e inmigrantes digitales, en donde unos/as aprendan de los/as otros/as. Quienes hablamos el lenguaje digital con acento necesitamos la orientación de parte de estas generaciones jóvenes que lo hablan a la perfección.

6. CONCLUSIÓN

Los mitos de Génesis 1–11 permiten la reflexión en torno al ser humano como ser relacional. Las virtudes de la tecnología que ha mantenido funcionando a gran parte del mundo en estos tiempos pandémicos van acompañadas de los retos de vivir en un mundo extremadamente conectado y manipulado por el “Gran Otro”. Génesis 11:1-9 nos

38 <https://periodismoinvestigativo.com/2019/07/la-generacion-del-yo-no-me-dejo-exigela-renuncia-de-ricardo-rossello/>

39 Para más ejemplos de movilización y activismo, consulte Fabio Malini y Henrique Antoun *La internet y la calle: ciberactivismo y movilización en las redes sociales* (Guadalajara: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, 2017).

ayuda a ver los peligros de la uniformidad y la naturaleza opresora de querer hablar un solo idioma con un solo discurso. También podemos considerar la exclusión de grandes porciones de la población mundial, que no tienen los medios para mantenerse conectadas a las redes.

La entrada forzosa de muchos/as al mundo digital gracias a la pandemia requiere ahora la toma de conciencia sobre las estrategias que utilizan las grandes empresas tecnológicas para manipular, extraer información y monetizarla. El nuevo Babel llama a sus habitantes – usuarios/as de las redes– a hacerse un nombre para evitar la dispersión que les obliga a entrar en contacto con gente con pensamientos e ideas distintas. La esperanza descansa en la insistencia de Dios para que el ser humano experimente la libertad que genera la diversidad. La diversidad obliga a tomar tiempo para el diálogo, el entendimiento y el consenso. Sobre todas las cosas, es necesario trabajar para comprender mejor el lenguaje del mundo digital, permitiendo que las generaciones que lo hablan fluidamente dirijan al resto de la población en ese ejercicio de aprendizaje.

BIBLIOGRAFÍA

- Alter, Adam. *Irresistible: The Rise of Addictive Technology and the Business of Keeping Us Hooked*. New York: Penguin Books, 2017.
- Andiñach, Pablo R. *El Dios que está. Teología del Antiguo Testamento*. Estella (Navarra): Verbo Divino, 2014.
- Andiñach, Pablo R. “Denouncing Imperialism: An Argentine Rereading of the Tower of Babel (Gen 11:1-9)”. En *La Violencia and the Hebrew Bible: The Politics and Histories of Biblical Hermeneutics on the America*, 105-119. Atlanta: Society of Biblical Literature, 2016.
- Blenkinsopp, Joseph. *Creation, Un-Creation, Re-Creation: A Discursive Commentary on Genesis 1–11*. Londres: T&T Clark International, 2011.
- Bory, Paolo. *The Internet Myth: From the Internet Imaginary to Network Ideologies*. Londres: University of Westminster Press, 2020. DOI: <https://doi.org/10.16997/book48.a>.
- Collins, John J. *Introduction to the Hebrew Bible and Deutero-Canonical Books*. 2da. ed. Minneapolis, MN: Fortress, 2014.
- Croatto, José Severino. “El relato de la torre de Babel (Génesis 11:1-9): Bases para una nueva interpretación”. *Revista Bíblica* 58, n.º 62 (1996): 65-80.
- Croatto, José Severino. “El mito como la interpretación de la realidad: Consideraciones sobre la función del lenguaje de estructura mítica en el Pentateuco”. *Revista de Interpretación Bíblica Latinoamericana* 23 (1996): 17-22.
- Cunningham, Scott y David Craig. *Creator Culture: An Introduction to Global Social Media Entertainment*. New York: New York University Press, 2021.
- Dyer John. *From the Garden to the City: The Redeeming and Corrupting Power of Technology*. Grand Rapids, MI: Kregel Publications, 2011.

- Ellingsen, Mark. “Social Media and the Costs of Distraction: Neurobiological Perspectives on Quality of Life”. *Journal of Interdisciplinary Studies* 33, n.º 1 (2021): 43-58.
- Fabius, Victor, Sajal Kohli, Björn Timelin y Sofía Moulvad Veranen. “How COVID-19 Is Changing Consumer Behavior-Now and Forever”. New York: McKinsey & Company (2020). <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/how-covid-19-is-changing-consumer-behavior-now-and-forever>
- Foucault, Michel. *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*, trans. Alan Sheridan. 2da ed. New York: Vintage Books, 1995.
- Good, Edwin M. *Genesis 1–11: Tales of the Earliest World*. Stanford, CA: Stanford University Press, 2011.
- Islas, Octavio. “La ecología de los medios: Metadisciplina compleja y sistémica”. *Palabra Clave* 18, n.º 4 (2015): 1057-1083.
- L’Hour, Jean. *Génesis 1–11: Los pasos de la humanidad sobre la tierra*. Cuadernos Bíblicos 161. Estella (Navarra): Verbo Divino, 2013.
- Malini, Fabio y Henrique Antoun. *La internet y la calle: ciberactivismo y movilización en las redes sociales*. Guadalajara: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, 2017.
- Míguez, Néstor. “Cuando Babel es una bendición”. *Anales de la educación común* 3 (2007): 46-54. <https://cendue.abc.gob.ar/revistas/index.php/revistaanales/article/view/250>
- Miller, Toby, Eva Aladro-Vico y Paula Requeijo-Rey. “The Hero and the Shadow: Myths in Digital Social Movements/El héroe y la sombra: Mitos en los movimientos sociales digitales”. *Comunicar* 68 (2021): 9-20. DOI <https://doi.org/10.3916/C68-2021-01>
- Panzer, Ryan M. *Grace and Gigabytes: Being Church in a Tech-Shaped Culture*. Minneapolis, MN: Fortress Press, 2020.
- Pew Research Center. “The Future of Digital Spaces and Their Role in Democracy” (2021), <https://www.pewresearch.org/>

- internet/2021/11/22/the-future-of-digital-spaces-and-their-role-in-democracy/
- Postman, Neil. *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. Introducción por Andrew Postman. New York: Penguin Books, 2006.
- Polak, Sara y Daniel Trotter, eds. *Violence and Trolling on Social Media: History, Affect, and Effects of Online Vitriol*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2020.
- Prensky, Marc. “Digital Natives, Digital Immigrants, Part 1”. *On the Horizon* 9, n.º 5 (2001): 1, 3-5.
- Rad, Gerhard von. *Genesis*. Old Testament Library. Edición revisada. Philadelphia: The Westminster Press, 1972.
- Ramírez-Johnson, Johnny. “A Perspective on God’s View of Human Diversity: A Missiological Application of Joy in Diversity” *Missiology. An International Review* 48, n.º 3 (2020): 251-260.
- Rose, Karen, Scott Eldridge y Lyman Chapin. *La Internet de las Cosas (IoT). Una breve reseña*. Ginebra: Internet Society, 2015. report-InternetofThings-20160817-es-1.pdf
- Sánchez Nadal, María Victoria. “Las redes sociales reflejan cómo la pandemia ha perjudicado la salud mental de los usuarios”. *El País*, 28 de noviembre de 2020, https://elpais.com/retina/2020/11/26/tendencias/1606408907_773273.html
- Stain, David E. *Torah: A Modern Commentary*. New York: Union for Reformed Judaism, 2005.
- Stanley, Alan. “Understanding the Pain of Identity Loss Brought on by COVID-19 through the Lens of Genesis 3 and 11”. *Laidlaw College* (2020), <https://hail.to/laidlaw-college/publication/z0YvCh2/article/MO29EMK>
- Todorovich, Elías. “La pandemia de las redes sociales”. *Revista Argentina de Ingeniería* 17 (2021): 89-97, <https://confedi.org.ar/wp-content/uploads/2021/05/Articulo8-RADI17.pdf>

Vear, Aysha M. “The Influencer Experience: Identity Performance, Commodification, and Agency in YouTube Influencers”. Tesis de maestría. University of Maine, 2017.

White, Russ. *Unintended Dystopia*. Eugene, OR: Cascade Books, 2001.

Zuboff, Shoshana. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: Hachette Book Group, 2019.

Artículo recibido: 16 marzo del 2022

Artículo aprobado: 6 de mayo del 2022

