



LICENCIATURA EN CIENCIAS NATURALES Y EDUCACION
AMBIENTAL

UNIVERSIDAD TOLIMA – IDEAD - TUNAL

OSCAR YOVANNI MALAGON PINZON

COD: 08461272016

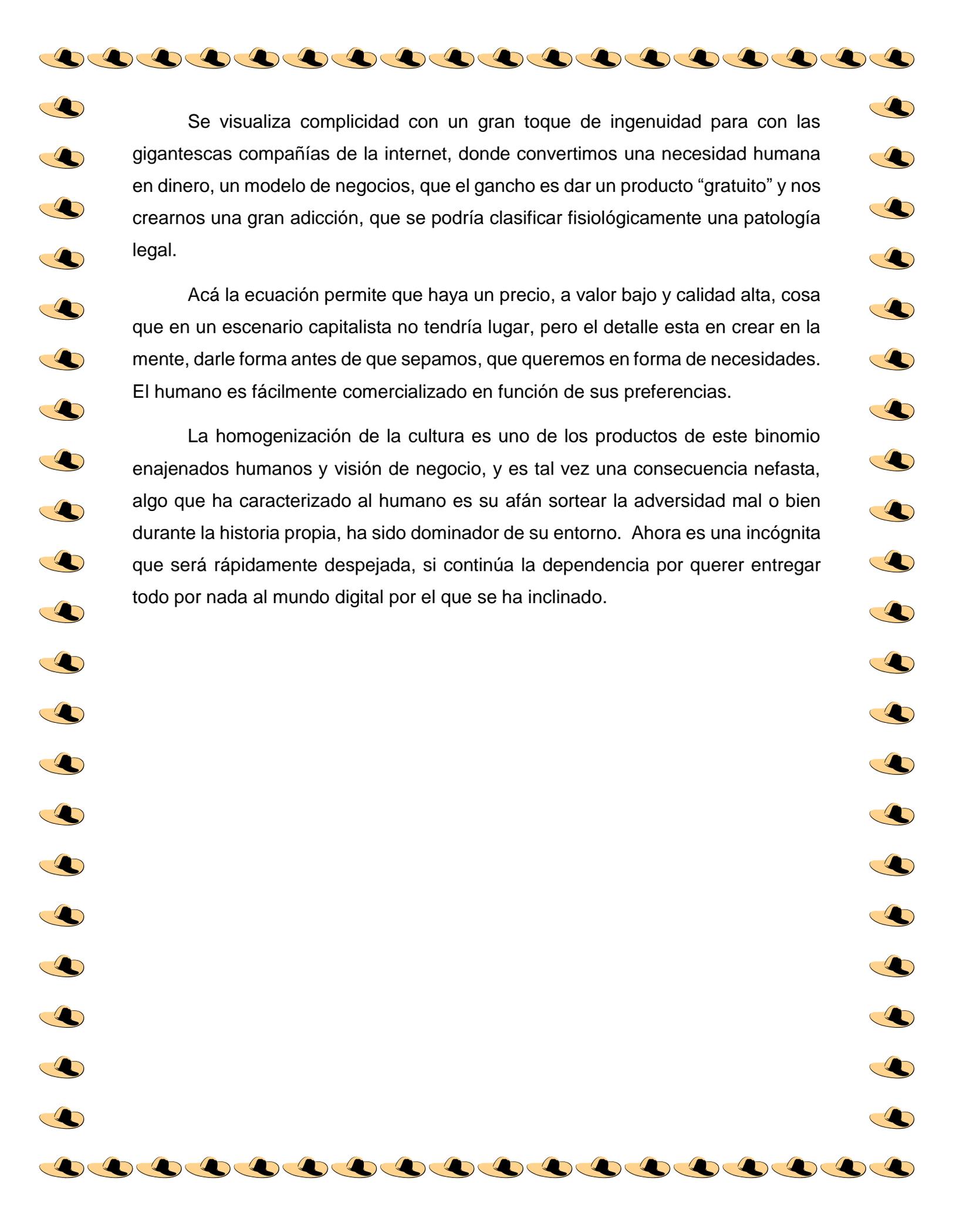
**NOMBRE DEL VIDEO RESEÑADO: LA REVOLUCION VIRTUAL” EL PRECIO
DE LO GRATUITO”.**

DIRECCION WEB: <https://www.youtube.com/watch?v=9CghMhaNdZI>

El video reseñado se refiere a un fenómeno digital que permea cada detalle de la vida de la humanidad actualmente, y que se ha convertido en una revolución gigantesca donde la materia prima de su andamiaje es la abierta y permeable red de información global. Resalta como un comportamiento de ligereza y redirigido en la red, crea unas relaciones comerciales en torno a la información personal, que como resultado hace que las personas seamos un producto online para las grandes compañías que se lucran con nuestra ingenuidad y con esto han creado tal vez la nueva revolución industrial en la historia.

Cabe formular varias preguntas al momento de iniciar dando un clic en los diversos buscadores. ¿Por qué liberamos tanta información sobre nosotros mismos y terceros?, ¿Es un libre acceso “gratis” por ninguna contraprestación?, ¿Cómo pagamos el acceso gratis en internet?

Vivimos un estado de éxtasis, en torno a las nuevas tecnologías, un proyecto que tenía una idea de gratuidad empezó a verse presionada por la sostenibilidad económica, y poco a poco transpuso la raya entre lo utópico libre o empezar a dar réditos. No tardó mucho en encasillarse como un pulpo financiero dentro de un capitalismo salvaje que elimina lo que no represente grades ganancias como en este caso.



Se visualiza complicidad con un gran toque de ingenuidad para con las gigantescas compañías de la internet, donde convertimos una necesidad humana en dinero, un modelo de negocios, que el gancho es dar un producto “gratis” y nos crearnos una gran adicción, que se podría clasificar fisiológicamente una patología legal.

Acá la ecuación permite que haya un precio, a valor bajo y calidad alta, cosa que en un escenario capitalista no tendría lugar, pero el detalle esta en crear en la mente, darle forma antes de que sepamos, que queremos en forma de necesidades. El humano es fácilmente comercializado en función de sus preferencias.

La homogenización de la cultura es uno de los productos de este binomio enajenados humanos y visión de negocio, y es tal vez una consecuencia nefasta, algo que ha caracterizado al humano es su afán sortear la adversidad mal o bien durante la historia propia, ha sido dominador de su entorno. Ahora es una incógnita que será rápidamente despejada, si continúa la dependencia por querer entregar todo por nada al mundo digital por el que se ha inclinado.