

## **SESIÓN DE TRABAJO III**

### **La sociedad civil y la política**

#### MESA C. Hacia un cambio en el liderazgo de opinión: La transformación de España

**□ Digitalización, inteligencia artificial y big data en la nueva comunicación: gregarismo o eficiencia probada**

**□ Influencia intelectual o social :elección o complemento la era digital**

**□ Conocimiento y valores en la formación de opinión en la era digital**

**□ Política y empresa hacia el liderazgo colectivo de comportamiento súbito por impulso**

### **Digitalización, inteligencia artificial y big data en la nueva comunicación: gregarismo o eficiencia probada. influencia intelectual o social: elección o complemento**

- La digitalización galopante está produciendo un cambio de paradigma espectacular tanto en los procesos de comunicación como de conocimiento.
- La irrupción creciente de la inteligencia artificial y la gestión del Big Data está generando una aceleración profunda de los comportamientos gregarios como ejes fundamentales en las decisiones comerciales y políticas.
- Todo este proceso de cambio súbito está así mismo transformando nuestros modelos de vida y la manera de decidir sobre ella. La familia , la educación y los valores pierden fuerza en relación con la influencia de los nuevos procesos de información y conocimiento que las redes de comunicación alientan y facilitan. La inmediatez en la información y en la exposición comportamental sustituyen gradual y rápidamente a la reflexión y el análisis profundo en la toma de decisiones.
- El comportamiento mayoritaria y rápidamente expresado y demostrado marca pautas de conducta inmediatas y cambiantes que generan un aumento de la complejidad en los resultados a obtener, camuflados en la inmediatez y la unanimidad o en los consensos mas amplios.

### **Influencia intelectual o social :elección o complemento**

- La intermediación ,tradicionalmente ejercida por los intelectuales y las personas más formadas e informadas, en los procesos decisionales se substituye de forma creciente por los Influencers que desde las redes ejercen el liderazgo conductual mediante la captación de la atención del seguimiento individual masivo, que se convierte en una manera potente de generar conducta colectiva inmediata. Procesos de Gran utilidad en la política y en el

## II Congreso Nacional de la Sociedad Civil

29 de septiembre de 2021

Valencia

mundo de las transacciones comerciales y ahora también en las conductas íntimas , personales y vitales.

### Conocimiento y valores en la formación de opinión en la era digital

- Suele asociarse a la capacidad de influencia digital una baja calidad intelectual y una alta capacidad de movilización y sugestión basada en la apelación de sensaciones fáciles y placenteras frente al rigor del análisis de contraste a la reflexión duradera tamizada por los valores y los principios. Básicamente de aquellos que tienen que ver con la Libertad , la igualdad y la fraternidad o solidaridad.
- Pero no es menos cierto que la capacidad de las redes digitales de transmitir conocimiento informado rápido aunque sea de metabolización compleja, representa un factor crítico de mejora y competitividad al que es difícil sustraerse. En ello asumen una importancia esencial los conductores o influencers que facilitan la navegación de la gente por las redes y la ayudan a formar sus criterios y tomar sus decisiones, aunque sean en el marco de una inmediatez poco reflexiva pero altamente intuitiva y de gran pulsión motivadora y muy satisfactoria.
- Uno de los grandes desafíos de nuestro tiempo es conseguir una buena integración entre las cualidades de los Influencers y las de los intelectuales, sin adjetivar ni priorizar las unas sobre las otras, sino promoviendo su fusión en personas individuales.
- Parece más fácil que un intelectual pueda convertirse en un influencer digital que viceversa, pero requiere de una capacidad adaptativa a los mecanismos de comunicación del Twitter o del mensaje corto, difícil de asumir en quienes se mueven entre teorías y discursos elaborados y profundos.

### Política y empresa hacia el liderazgo colectivo de comportamiento súbito por impulso

- Por contra los Influencers que sepan dotarse de unas capacidades intelectuales suficientes y previas a sus actuaciones telemáticas , tendrían el triunfo asegurado y además contribuirían a una distribución y a un crecimiento del conocimiento de las personas espectaculares, favoreciendo enormemente el acierto en las decisiones y en la mejora del mundo y de los valores que lo hacen mejor y más sostenible.
- Así mismo se dice, y no con menos acierto , que los Influencers interpretan las realidades basadas en la inteligencia artificial y por tanto sus recomendaciones han de ser necesariamente de mayor acierto e impacto en la sociedad. Son por tanto más prácticos y realistas y su eficacia es necesariamente mayor, especialmente en el mundo de la política y de la empresa y las transacciones comerciales.

## II Congreso Nacional de la Sociedad Civil

29 de septiembre de 2021

Valencia

### PREGUNTAS

- ✓ ¿Los intelectuales tienden a desaparecer en este mundo de la digitalización de la vida o por el contrario las redes han de potenciar su influencia si son adecuadamente utilizadas por ellos ?
- ✓ ¿Están los usuarios digitales en su mayoría dispuestos a seguir a un intelectual cuyo criterio está más y mejor formado pero es menos flexible con los posibles efectos colaterales de las decisiones sugeridas porque los conoce ?
- ✓ ¿Tienen más futuro los influencers que se doten de cualidades intelectuales o no ?
- ✓ ¿Deben los políticos y los empresarios decidir mayoritariamente sus estrategias basándose en la Inteligencia artificial y el Big data o no ?
- ✓ ¿Se debe hacer más caso a un influencer o a un intelectual a la hora de tomar decisiones personales ?
- ✓ ¿Pueden conciliarse en las redes los valores tradicionales y las pautas de comportamiento intuitivas y libres más fáciles de asumir por la gente o no ?
- ✓ ¿Debería promoverse un Código de Conducta Ética entre los Stakeholders más relevantes de las redes y fiarlo todo al proceso normativo , mucho más difícil de imponer en el mundo libre de internet.
- ✓ ¿Debe la política convertirse en un reducto del tweet y el WhatsApp o volver al intercambio intelectual profundo ganando en rigor y acierto y perdiendo quizás en rapidez y oportunidad ?
- ✓ ¿Los influencers ayudan más que perjudican a nuestros hijos acelerando su capacidad de decidir aunque sea a base de no ejercitar su talento propio y defender sus valores ?
- ✓ ¿Son los intelectuales una rémora en vías de extinción para la sociedad, atenazándonos en nuestras decisiones y mediatizándonos con sus propios intereses personales o ideológicos ?