

## “Información y Enajenación”

María Elena Radici

[maralenaradice@yahoo.com](mailto:maralenaradice@yahoo.com)

María del Carmen Monzón

[mariacarmenmonzon@gmail.com](mailto:mariacarmenmonzon@gmail.com)

Universidad Nacional del Nordeste. Facultad de Humanidades. Departamento de Ciencias de la Información. Resistencia, Chaco Argentina.

### Resumen:

En el presente trabajo se reflexiona acerca de la necesidad de comprender la complejidad de miradas que se presentan cuando se aborda la información y su consumo en la sociedad de la información y el conocimiento. Se atiende a la problemática de la información como recurso y/o bien de consumo, necesario para la toma de decisiones y para la acción en diversos ámbitos, pero también en sus aspectos negativos, en tanto puede conducir a la enajenación de sí y al olvido del otro. En este sentido, se aborda la información con un fin más amplio que el perseguido en el ciclo de vida de la información en las diferentes unidades de información.

Nuestro modo de existir como seres necesitados de información en tanto recurso a veces vital, y claramente asociado a las necesidades laborales y también de expansión, exige la reflexión ante situaciones laborales competitivas, ante una búsqueda excesiva del perfeccionamiento, y sobre todo, ante un consumo excesivo de información que no contribuye a mejorar nuestra calidad de vida.

Por lo tanto, si bien la información, en interacción con la innovación y los avances científicos y tecnológicos se presenta como valor indispensable para el desarrollo humano en las acciones cotidianas, personales y sociales, la multiplicidad y multiplicación de la misma, puede ligarse a una “avidez de novedades” que se aleja de la reflexión del ser humano sobre sí, sus metas y la posibilidad de relaciones afectivas y significativas.

**Palabras clave:** Información- Enajenación –Consumo-Reflexión

### Resumo:

Neste artigo, refletir sobre a necessidade de compreender a complexidade dos olhares que surgem quando a informação e consumo na sociedade de informação e conhecimento são os destinatários. Ele aborda o problema da informação como um recurso e / ou consumo necessário para a tomada de decisão e ação em vários campos, mas também em seus aspectos negativos, pois pode levar à alienação de si mesmo e do esquecimento outro.

Neste sentido, as informações são abordadas de uma mais larga do que prosseguir no ciclo de vida de informação em diferentes unidades de informação final.

A maneira que nós existimos como seres que necessitam de informações sobre ambos os recursos, por vezes, vital, e claramente associada com as necessidades de trabalho e expansão requer reflexão em situações de trabalho competitivos, a uma busca excessiva da perfeição e, especialmente, antes do consumo o excesso de informações que não contribui para a nossa qualidade de vida.

Portanto, embora a informação, interagindo com inovação e progresso tecnológico é apresentado como um valor essencial para o desenvolvimento humano em ações pessoais e sociais todos os dias, multiplicidade e multiplicação do mesmo, você pode conectar-se a "avidez novidades "que se afasta da reflexão do homem sobre si mesmo, seus objetivos ea possibilidade de relações significativas.

**Palavras chave:** Informação- Alienação- Consumo- Reflexão

## Introducción

La información y su difusión se han convertido en un tema recurrente en la vida académica y cotidiana. Existe una variedad de análisis, enfoques disciplinares e interdisciplinares con sus formulaciones teóricas al respecto. La Filosofía, por su parte, asume como tarea la reflexión crítica frente a estas situaciones, que afectan al ser humano.

La llamada sociedad de la información, que se presenta en ciertos aspectos como sociedad del conocimiento, suscita en general actitudes optimistas que remarcan con entusiasmo las consecuencias positivas del aumento vertiginoso de la información, en especial, la posibilidad de acceso a la misma gracias a los adelantos científicos y tecnológicos.

En principio, no se puede negar el valor o utilidad de la información, así como del conocimiento, para todas las áreas de la vida humana, y es posible oponer como aspecto negativo o contracara, la ignorancia y sus consecuencias para personas, comunidades o sociedades. Sin embargo, la realidad muestra su complejidad cuando, en el mercado de la oferta y la demanda, la información puede presentar como reverso la posibilidad de la enajenación y el extrañamiento del ser humano, que cae en la pérdida de sí por la avidez del consumo de información en una sociedad que se caracteriza por ser consumista, donde el tener suplanta al ser.

Pero ¿es posible pensar este problema desde la alternativa del tener o ser, propias del siglo XX? ¿O son necesarios nuevos enfoques para comprender la posibilidad de un rescate de la interioridad personal como ámbito de la libertad?

Quizás las condiciones postmodernas no dejan más alternativa que un yo saturado por la colonización de las identidades ajenas que nos conforman y transforman, pero esta mirada descriptiva implica una actitud resignada que no puede más que aceptar los nuevos modos de vida como válidos por el solo hecho de ser nuevos, adaptados a la sociedad. Pero, frente a una perspectiva social, una mirada filosófica exige ampliar el horizonte de sentido de la vida humana concreta y de la sociedad a fin de que el ser humano no sea fagocitado o se ahogue en la multiplicidad de información y pueda enfrentarse a la enajenación y la

multifrenia. Por tanto, debe ser capaz de mostrar posibles caminos para una relación con los otros y la información que sea significativa y humanizante.

Para realizar el análisis propuesto se retomarán conceptos como tener y ser desde la perspectiva de Gabriel Marcel, el análisis de la sociedad de consumo de Zygmunt Bauman, la mirada de Martin Heidegger en relación con la aidez de novedades y la caída del ser, ideas de K. Gergen, además de otros referentes del campo de las Ciencias de la Información como Pablo Carrasco, Goñi Camejo, Rafael Capurro, Emilia Curras, para conceptualizar la información y del área de la gestión de recursos de Idalberto Chiavenato.

## **Desarrollo**

### **¿Qué es la información?**

Preguntarse qué es la información es difícil de responder, más aún en un mundo donde la información juega un papel tan decisivo que sustenta desde las decisiones prácticas y cotidianas hasta las grandes decisiones económicas y políticas a nivel mundial. A lo largo de la historia de la humanidad según la cultura y su cosmovisión la conceptualización de “información” fue variando.

Etimológicamente, información, proviene del latín “informatio” que significa acción de dar forma a algo material, así como también comunicar conocimientos a una persona. Su análisis etimológico vincula la relación entre los seres humanos- el lenguaje- y la representación del mundo, temática que es reflexionada con gran auge en el siglo XX bajo lo que se conoce como giro lingüístico en el campo de la filosofía, influido por visiones de la lingüística y la semiótica.

Según Pablo Carrasco (2005) la información es cualquier patrón de datos, un tipo de señal que puede ser percibida con algún significado. Estos patrones de datos circulan y se retroalimentan. En este sentido la información es representación de algo.

A criterio de Emilia Curras (1998) la información supone una adaptación en la mente humana de una realidad exterior a él, con posibilidad de adoptar posturas y soluciones frente a ella. De este modo nuestro saber cotidiano se construye sobre la comprensión intersubjetiva del mundo exterior alimentado por lo que la información nos proporciona. Esta interrelación dialéctica, a criterio de Goñi Camejo (2000) se produce porque existe una dualidad de planos como entidad subjetiva y objetiva. Como entidad subjetiva se genera en la mente de las personas y como entidad objetiva cuando se registra en algún soporte bajo un formato y se transmite mediante un proceso comunicativo.

Desde una mirada gerencial Idalberto Chiavenato se afirma que la información consiste en un conjunto de datos que poseen un significado, de modo tal que reducen la incertidumbre del entorno. De esta manera la información se constituye un recurso básico para cualquier actividad humana y empresarial, materia prima que conforma el fondo documental de las unidades de información, instituciones, organizaciones etc. De ahí la necesidad que cumpla con ciertos requisitos, como por ejemplo, que deba ser oportuna, precisa, relevante, bien gestionada y orientada hacia los usuarios, actores de los diferentes procesos organizacionales para la toma de decisiones etc.

En síntesis la información sería un recurso que otorga significado o sentido a la realidad, registrada mediante un conjunto de códigos y elaborada en función a datos e interpretada por un sujeto.

Existen diferentes tipos de información tales como la información de carácter técnico, la información de carácter científico, la información estratégica etcétera. Conformada en base a estudios, investigaciones, datos numéricos y estadísticos necesarios en toda organización para planificar, tomar decisiones, organizar recursos, brindar servicios, controlar la gestión etcétera.

Desde la perspectiva de las Ciencias de la Información esta gran diversidad de tipos de información exige análisis, organización y planificación de servicios y productos para su recuperación para su uso. Además necesita, para su puesta en escena, de las tecnologías de información, para el desarrollo de los sistemas de información. El despliegue de sistemas informáticos, así como las llamadas autopistas de la información generan el recurso informativo. Sin embargo todo este gran despliegue no siempre nos ayuda a mejorar nuestra calidad de vida, nuestro yo, nuestro mundo interior, muchas veces terminamos ahogados, naufragando y dependiendo de información, presos de tantas claves y mensajes sin valor que nos ayude a crear una existencia autentica.

Nuestra época ha acuñado el término “calidad de vida” un término que parece ser central en muchas cuestiones, un término no muy alejado del de dignidad humana, pero a la vez difícil de definir igual que ella. Buscamos calidad porque de alguna manera reconocemos que tanta información, tanto desarrollo tecnológico, tanta celeridad en los sistemas de conocimientos registrados no han resuelto muchos de los viejos problemas referidos a la existencia humana.

## **Información y consumo**

En una sociedad consumista es posible interpretar la información como un objeto de consumo dentro de la multiplicidad de objetos y experiencias que se ofrecen al interés y la curiosidad. No importa si es mercancía, porque los medios masivos y las redes sociales ni siquiera exigen un pago o intercambio para brindar información: “está al alcance de todos” es el lema imperante, aunque claro, no todo. Justamente la información y el conocimiento más relevante, como aquél que es producto de la inversión en investigación farmacológica, y que justamente es el más requerido por los países pobres, está fuertemente protegido. Si bien se trata de diferenciar información de calidad de la información como ruido, por una parte, hay que tener conocimientos previos para diferenciarlas, y por otra parte, la demanda puede ir en dirección de la información que es menos relevante para la vida humana.

Acceder a gran cantidad de información es una de las grandes virtudes de Internet, pero a la vez es un problema, ya que tanta información se vuelve incontrolable y no siempre es analizada bajo criterios de calidad.

Debido a la masificación de los dispositivos móviles en los consumidores, el acceso y el apetito por información aumenta día a día. Las personas quieren mantenerse y los medios masivos de comunicación se encargan de ser los que la ofrecen las noticias con lujo de detalle.

Se sabe que la información relevante es aquella que se necesita para la supervivencia, para mejorar las condiciones de vida en el marco de los valores éticos. Se puede mencionar

como ejemplo el desarrollo de las diferentes ciencias que conforman el conocimiento universal. Este tipo de saber en parte está presente en las colecciones de las unidades de información, pasan por las diferentes instancias de: selección, recopilación, almacenamiento, procesamiento y transmisión de información, y atienden a demandas y necesidades informativas sobre cuestiones vitales como por ejemplo información acerca del agua potable y los alimentos sanos, la higiene básica y la producción de alimentos y energía etcétera.

Sin embargo dentro de la oferta y la demanda surgen a través de los medios de comunicación el ofrecimiento de toda clase de información que parece satisfacer otras necesidades: la de vivir vidas ajenas porque la propia es “aburrida”, estar siempre a la moda bajo la autoridad de la “última tendencia”. Señala Bauman que “el aburrimiento, la ausencia o incluso la interrupción temporaria del perpetuo flujo de novedades que llaman la atención, se convierte en un pesadilla” (p175). Surgen así diversos modos de enajenación, entendiendo la misma como un proceso por el cual alguien se convierte en ajeno a sí mismo. En este sentido es similar a la acepción de alienación como pérdida de la identidad de una persona o colectivo, a su vez significa extrañamiento o distanciamiento del sujeto respecto a sí mismo.

### **Modos de enajenación**

En primer lugar, se puede señalar la enajenación por la avidez de información, pero información acerca de la vida de los demás, de la intimidad de los demás, que conduce al extrañamiento de sí por la ilusión de vivir vidas de otros, vidas ajenas, enajenación sostenida por el olvido de sí a causa del miedo de ser sí mismo.

La huida de sí en la búsqueda de información sin valor para la propia vida, el rechazo de la cotidianidad personal, el opacamiento de sí por el brillo de los reflectores que siempre iluminan cuerpos perfectos, estándares de bellezas fabricadas revestidas de cualidades, musicales o actorales que se deben poder enumerar a cualquier costo. Imagen, pero en definitiva imagen modelo, imagen ideal que señala un cúmulo de datos acerca de la vida de una estrella, estrella que termina siendo una especie de agujero negro que absorbe cualquier ideal personal para transmutarlo o para disolverlo. ¿Cómo dejar de mirar? ¿es posible la autorreflexión si siempre miramos para afuera, si siempre miramos lo que las pantallas nos presentan? En gran medida, esto es alienación, dejar de ser sí mismo para ser otro, aliud, alien. Otro que es solo reflejo.

Desde la filosofía de Martin Heidegger, la avidez de novedades es un modo de caída al “mundo”, es la curiosidad sin interés por comprender ni saber, es sólo un “afán de distracción” “Sólo busca lo nuevo para saltar de ello nuevamente a algo nuevo”, es “la inquietud y la excitación por parte de algo siempre nuevo”, es disipación. (p.199) Pero además, conduce a la “ambigüedad” o “equivoco”. Señala Carpio, interpretando a Heidegger “Cuando “uno” habla de todo (habladurías) y “uno” se interesa por todo (avidez de novedades), surge la ilusión de saberlo todo cuando en verdad no se sabe nada” (p.471). La disipación y el vértigo crean la ilusión de comprender, pero se vive en el engaño, la mentira, la falsedad ya que se le oculta al ser humano y su más peculiar poder-ser. Se

cae así en la alienación o extrañamiento, en la inautenticidad, en ser lo que los demás dicen que tengo que ser.

Como contrapartida, aparece la posibilidad de ser “al modo de”, es decir, aparecer para ser, lo que exige exponerse, desnudarse, mostrar los atributos para lograr reconocimiento y aprobación, para pertenecer, para no ser excluidos, como remarca Bauman. “En el corazón de las redes sociales está el intercambio de información personal, poder revelar constantemente “detalles íntimos de sus vidas íntimas” (p. 12), lo cual se asocia a su vez a la felicidad, a conseguir pertenencia. Lo contrario, no mostrar ni decir, no confesarse públicamente, puede significar la muerte social. Pero no sólo para los adolescentes se exige esta desnudez, también para los adultos que no reconocen la madurez. Sin embargo, la situación no es tan simple, ya que al mismo tiempo hay que aprender a ocultar y resguardar la subjetividad detrás de representaciones, de simulacros. “El juego es saber mostrar y ocultar, no expresar, no dar a conocer mi yo interior, mis dudas, esperanzas, mis miedos, mis proyectos. El Otro y yo mismo nos transformamos en objetos sobre los cuales se habla, se dice, se cree y se piensa de los cuales se necesita información (p32.33) para poder entrar en relación. Ahora bien ¿hay una subjetividad, una interioridad personal detrás de lo que se muestra o termino siendo lo que muestro?

A su vez, la enajenación ligada a la eficiencia y la eficacia es quizás un modo de alienación poco tenida en cuenta, en el mundo de la lógica capitalista. Es la posibilidad de convertirse a sí mismo en un modelo que despierte interés en los demás, justamente el modelo de la eficiencia como perfección profesional.

Aparecen la erudición y la habilidad en el manejo de técnicas y tecnologías siempre nuevas como metas profesionales que revisten al nuevo profesional de la información, modelo que no es puesto en duda, modelo generalizado que se basa en el lema “cuanto más información y tecnología, mejor”, dejando de lado el ser. Es otro modo de vértigo, el de la competitividad, el del marketing que se aplica al trabajador convertido en producto que se ofrece para la inserción laboral. Aclara Bauman: “son promotores, encargados de marketing, y producto, mercadería que genera demanda (p17) gracias a que han sido capaces de invertir para “ser vendibles”, para adquirir las cualidades que el mercado demande, o para reconvertir lo que ya se tiene” (p.82).

¿No habrá detrás de este modelo simplemente una imagen narcisista que satisface y disipa, que aleja de la posibilidad de detenerse a pensar? Pero que satisface porque es el consumidor- vendible que se ha vuelto hábil para adaptarse y lograr la mirada de los otros.

Quizás la eficiencia como modelo pueda interpretarse como esa caída en el “uno”, que en Heidegger representa ese impersonal que son todos y a la vez no es nadie, ese uno que me hace sentir tranquilo, que me aquieta pero que también me aprisiona en una forma de ser impropia, inauténtica porque no se asume la vida propia, como misión, sino que se huye de ella. (p.205)

Marcel en 1934 ya reflexionaba sobre la posibilidad de convertirse en datos numerables por la burocracia de las instituciones, por una acción que se le imponía a la persona, la reducción de la misma a función social, función que permite el control. A su vez, cómo los hombres se consideran a sí mismos por lo que tienen, no solo cosas, sino también una profesión y los honores que les reporta. Aparece en el “tener” el problema de la cosificación, propia y ajena, porque frente al otro soy espectador que analiza lo que ve, que descarta o acepta. A su vez, Marcel remarca la angustia que acompaña la posibilidad de perder lo que

se tiene. Ante esta situación se “evapora” el ser, aquél que se muestra cuando la persona puede interrogarse por sí mismo, cuando puede ahondar en lo real y descubrir sus máscaras para afrontar una sociedad que lo lleva a lo impersonal, al “se hace”, “se dice” “se cree y se piensa” y desde la rebeldía, asumir su propia vida con responsabilidad, desde el pasado hacia la construcción de su destino, destino que implica también relaciones personales con los otros.

Como contrapartida, K. Gergen describe el “yo saturado” como la forma más propia de ser de la sociedad postmoderna, un yo colonizado que muestra la fusión de identidades a partir de introducir a los otros en el yo, de incorporar sus deseos y modos de ser al nuestro de tal modo que el yo adquiere múltiples y dispares modos de ser. Otros yoes que aparecen en las redes sociales, en los medios en general que se presentan como modelos que hay que reflejar. Sin embargo, la necesidad de estar informados de tantas vidas como aquellas con las que me relaciono puede conducir a la multifrenia, al agotamiento, y aún más, a la confusión, a la dispersión y la ambigüedad.

### **Información y manipulación**

En la Política, la posibilidad de persuadir a los ciudadanos mediante el uso la información para que adopten por una posición u otra, no es una práctica nueva, sino más bien habitual, naturalizada y aceptada. Se denuncia un uso preponderante de este tipo de prácticas por parte de grupos que tienen intereses particulares en juego que colocan por encima de los intereses de todos o los intereses universalizables.

El problema es una ciudadanía que queda a merced de las decisiones de otros por falta de información o distorsión de la misma. Ésta es vital para la toma de decisiones, por ejemplo para la elección de representantes que deciden las leyes de un país, leyes afectan lo económico, lo cultural, lo educativo, social, etc. Y como consecuencia la vida cotidiana de los ciudadanos. Las leyes cobran importancia ya que permiten o limitan ciertas prácticas y de este modo posibilitan o dificultan las relaciones sociales y los proyectos personales. Pero afecta no sólo este aspecto de la vida democrática que se refiere al mecanismo de elección de representantes.

La ignorancia, el ocultamiento y distorsión de información también afectan al ejercicio de una ciudadanía participativa, que no se reduce a elegir representantes sino que busca incidir en decisiones públicas. El llamado secreto político es una estrategia que permite tanto la corrupción como la manipulación. Corrupción cuando la ciudadanía no puede acceder a datos acerca del destino de los fondos públicos, desviados de su fin propio que es el bien común, y por tanto no pueden ser controlados o fiscalizados por los destinatarios, afectados en definitiva por este ocultamiento. Manipulación de la opinión, mediante verdades a medias entre otras estrategias. Injusticia, cuando la información de los mercados permite el enriquecimiento de unos pocos sobre otros. Podemos hablar de un manejo fraudulento de la información y no solo en el aspecto económico.

El manejo de la información a nivel social ha permitido y es en gran medida un poder manipulativo que conducen no solo a la exclusión sino hasta la eliminación del no deseado.

## Conclusión

Si bien no se puede desconocer la importancia de los estudios, debates y formulaciones acerca de la información que se han realizado en función de su relevancia y el lugar preponderante que ocupa en la sociedad de la información y el conocimiento, en la medida que propicia la comunicación de todos con todos, cambia y mejora el flujo informativo, de una mirada optimista la sociedad del S XXI sería, una sociedad muy informada y muy bien comunicada.

Sin embargo, tanta información nos lleva a reflexionar sobre algunas consecuencias sobre el ser humano. Ser humano que puede enajenarse, volcado a aspectos triviales de lo social, que solo existe a través de la información y su intercambio a tal punto que la relación entre los seres humanos es leída en términos de conexiones y flujos de información, es leída en términos de likes, eventos, recomendaciones, juegos instantáneos, comunidades o grupos, fotos etcétera .

Es importante que el profesional de la información no sea un simple espectador de este escenario, sino un protagonista en la transformación de una sociedad mejor, donde la información sea un elemento que contribuya a mejorar su calidad de vida en acopio de la dignidad humana.

El ser humano se pierde en pasatiempos, dirá Marcel, y Bauman remarcará que el exceso de información se transforma en exceso permanente de opciones de vida, que permiten “saltar de una ola a otra” en cualquier momento. Ser otro diferente, romper con el pasado como si no hubiera existido, ser siempre nuevo, adaptable. A su vez, aparece el ideal de un yo que no depende de nadie para no ser herido, egoísta y autorreferencial, (p.74) narcisita en definitiva.

En muchos casos se confunde información con conocimiento, se abruma al lector, al usuario, al alumno, con informaciones que no puede procesar, a las que no puede hallarle sentido. Finalmente tanta información aumenta la ignorancia que tenemos del mundo real, del mundo cotidiano y de las relaciones humanas. Análisis susceptible de aplicarse a métodos escolares que siguen vigentes en las aulas.

Aparece entonces la necesidad de volver sobre sí, del reconocimiento del propio rostro para poder volver la mirada sobre el rostro del otro, pero un rostro que no es mera imagen, imagen que sustrae lo personal, sino sobre el rostro concreto, el rostro humano compartido. Justamente el rostro que no es iluminado por los reflectores de las redes sociales, quizás el rostro del alumno, del usuario, en el sentido que lo propone E. Levinas” el rostro habla. La manifestación del rostro es el primer discurso, es esta manera de venir desde atrás de su apariencia” (p. 59) Mirada y escucha que solo son posibles si dejo de ver al otro como cosa, como imagen que se ajusta o no a las imágenes novedosas, para poder ver y escuchar, quizás esa ambigüedad que impregna a muchos actores sociales que, en la mirada de K. Gergen, están colonizados por la adquisición de múltiples y dispares formas de ser.

“Conócete a ti mismo” el lema asumido por Sócrates, sigue resonando hoy en la época de la multifrenia. Ignorarlo quizás signifique el riesgo de la pérdida del sentido de la propia vida, del porqué de la profesión como elección de un modo de vida, laboral sí, pero que me



conforma, me da forma, me exige actitudes y formas de hacer. ¿Cómo superar la avidez de novedades propia de una sociedad extática, volcada hacia afuera? Los filósofos nos hablan de vigilancia, en el sentido de estar despiertos, alertas para no caer en el “uno”, el que se adapta plásticamente a lo que se piensa, se dice y se hace.

Volver sobre sí abre la posibilidad de comprender las propias contradicciones para comprender las ambigüedades y la incertidumbre de los demás y ser capaz de transformar la propia vida, quizás de encontrar la capacidad para escuchar y dialogar, para evaluar a qué valores y actitudes se adhiere, de superar la neutralidad que no se compromete y asumir el respeto por el otro, tanto en su dignidad como en su peculiaridad. Aparece el diálogo que me confronta, el diálogo razonable y razonador, que busca razones ante un relativismo iconoclasta, el diálogo argumentativo pero abierto a las razones de los demás.

El profesional de la información no puede desempeñar su profesión al margen de la problemática planteada.

Se debe reconocer la necesidad de una formación que va más allá de lo específico, de la eficiencia al brindar la información. Una formación que lo capacite para reflexionar y fundamentar sus elecciones, lo cual exige un adecuado conocimiento de la situación en la que se desempeña y capacidad de diálogo permanente para evaluar la incidencia social de su obrar.

### **Bibliografía**

- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Breton, P. (2000) *La utopía de la comunicación*. Buenos Aires: Nueva visión.
- Camejo Goñi, I. (2000) Algunas reflexiones sobre el concepto de información y sus implicaciones para el desarrollo de las Ciencias de la Información. ACIMED 8(3), 1-7. Recuperado de [http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol8\\_3\\_00/aci05300.pdf](http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol8_3_00/aci05300.pdf)
- Capurro, R. *Pasado presente y futuro de la noción de información*. En I Encuentro internacional de expertos en teorías de la información. Un enfoque interdisciplinar.
- Carpio, A. (1995) Principios de Filosofía: Una introducción a su problemática. Buenos Aires: Glauco.
- Chiavenato, I. (2003) *Teoría general de la administración*. México: McGraw-Hill.
- Curra, E. (1998) *La información en sus nuevos aspectos*. Madrid: Paraninfo.
- Gergen, K. El yo saturado. (1997) Dilemas de la identidad en el mundo contemporáneo. Barcelona: Paidós.
- Levinas, E. (2001) Humanismo del otro hombre. México, Siglo veintiuno editores.

Autoras:

-RADICI, María Elena. Prof. en Filosofía. Se desempeña en las cátedras: Ética, Ética Aplicada y Fundamentos Éticos Antropológicos de las Ciencias de la Información. Facultad de Humanidades, Universidad Nacional del Nordeste.

-MONZÓN, María del Carmen. Bibliotecaria, Archivista y Prof. en Filosofía. Se desempeña en las cátedras: Bases Teóricas de las Ciencias de la Información y Fundamentos Éticos Antropológicos de las Ciencias de la Información. Facultad de Humanidades, Universidad Nacional del Nordeste.