

# Acercamientos

epistemológicos, históricos  
y metodológicos a la cultura digital

**Blanca Estela Chávez Blanco**

**Janny Amaya Trujillo**

*Coordinadoras*



## Autores

Janny Amaya Trujillo  
Blanca Estela Chávez Blanco  
María Elena Giraldo Ramírez  
Rodrigo González Reyes  
Ana Valeria Rodríguez Barrientos  
Luis Ignacio Tellez Sainz  
David Ramírez Plascencia

# Acercamientos epistemológicos, históricos y metodológicos a la cultura digital

Coordinadoras  
Blanca Estela Chávez Blanco  
Janny Amaya Trujillo

Chávez Blanco, Blanca Estela, coordinador  
Acercamientos epistemológicos, históricos y metodológicos a la cultura digital / Blanca Estela Chávez Blanco y otros seis-- 1 edición-- Medellín: UPB y Universidad de Guadalajara, 2022 -- 159 páginas. ISBN: 978-628-500-072-0

1. Estudios culturales y sobre medios 2. Filosofía: epistemología y teoría del conocimiento 3. Influencia de la ciencia y la tecnología sobre la sociedad

CO-MdUPB / spa / RDA / SCDD 21 /

© Janny Amaya Trujillo - © Blanca Estela Chávez Blanco - © María Elena Giraldo Ramírez -  
© Rodrigo González Reyes - © Ana Valeria Rodríguez Barrientos -  
© Luis Ignacio Tellez Sainz - © David Ramírez Plascencia  
© Universidad de Guadalajara  
© Editorial Universidad Pontificia Bolivariana  
Vigilada Mineducación

### **Acercamientos epistemológicos, históricos y metodológicos a la cultura digital**

ISBN: 978-628-500-072-0

DOI: <http://doi.org/10.18566/978-628-500-072-0>

Primera edición, 2022

Escuela de Educación.

CIDI. Grupo: Educación en Ambientes Virtuales. Proyecto: Usos y apropiación de TIC en las prácticas investigativas cualitativas y en los procesos de formación investigativa en educación superior. Radicado: 048B-02/1316

### **Universidad Pontificia Bolivariana**

**Gran Canciller UPB y Obispo de Medellín:** Mons. Ricardo Tobón Restrepo

**Rector General:** Pbro. Magíster Julio Jairo Ceballos Sepúlveda

**Vicerrector Académico:** Álvaro Gómez Fernández

**Coordinadora (e) Editorial:** Maricela Gómez Vargas

**Coordinación de Producción:** Ana Milena Gómez Correa

**Diseño y diagramación:** Editorial UPB

**Corrección de Estilo:** Juan David Villa

### **Universidad de Guadalajara**

**Rector General:** Ricardo Villanueva Lomelí

**Vicerrector Ejecutivo:** Héctor Raúl Solís Gadea

**Secretario General:** Guillermo Arturo Gómez Mata

**Rector interino:** Jorge Alberto Balpuesta Pérez

**Directora académica:** María del Carmen Valenzuela Gómez

**Directora Administrativa:** María del Consuelo Delgado González

**Director de Tecnologías:** Gladstone Oliva Iñiguez

**Coordinadora de Recursos Informativos:** Angelina Vallín Gallegos

**Jefa del Instituto de Gestión del Conocimiento y del Aprendizaje**

**en Ambientes Virtuales:** Blanca Estela Chávez Blanco

### **Dirección Editorial:**

Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, 2022

Correo electrónico: [editorial@upb.edu.co](mailto:editorial@upb.edu.co)

[www.upb.edu.co](http://www.upb.edu.co)

Telefax: (57)(4) 354 4565

A.A. 56006 - Medellín - Colombia

**Radicado:** 2231-29-09-22

Prohibida la reproducción total o parcial, en cualquier medio o para cualquier propósito, sin la autorización escrita de la Editorial Universidad Pontificia Bolivariana y la Universidad de Guadalajara.

# Contenido

|   |    |
|---|----|
| Introducción .....  | 7  |
| Capítulo I  |    |
| Anclajes epistemológicos de la cultura digital.....                 | 12 |
| <i>Janny Amaya Trujillo y Blanca Estela Chávez Blanco</i>           |    |
| Capítulo II   |    |
| Cuando las historias de futuro se vuelven viejas.                   |    |
| Cultura digital y educación.....                                    | 41 |
| <i>María Elena Giraldo Ramírez</i>                                  |    |
| Capítulo III  |    |
| La aparición del prosumidor en la cultura digital:                  |    |
| contextos y condiciones.....  | 68 |
| <i>Rodrigo González Reyes</i>                                       |    |
| Capítulo IV   |    |
| Espacios de significación en la cultura digital:                    |    |
| apropiaciones identitarias de jóvenes usuarios de videojuegos ..... | 90 |
| <i>Ana Valeria Rodríguez Barrientos</i>                             |    |

Capítulo V

Lo cómico y lo hostil: el humor en Twitter  
como proceso de comunicación.....115

*Luis Ignacio Tellez Sainz*

Capítulo VI

Economía diaspórica y resistencia social:  
cómo los migrantes venezolanos usan las redes sociales  
para mejorar sus condiciones de vida en México.....138

*David Ramírez Plascencia*

# Introducción

La expresión *cultura digital* ha tomado fuerza en los últimos años en diversos trabajos académicos. Sin embargo, al menos en Iberoamérica, es utilizada para referir un contexto de ocurrencia de fenómenos actuales, sin que existan suficientes acercamientos teóricos o epistemológicos que clarifiquen su constitución.

Para contribuir a la articulación de la investigación académica en torno a la cultura digital como objeto de estudio, un grupo de investigadores del Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara que trabajamos en esta línea decidimos realizar una invitación a colegas y estudiantes de diversas instituciones de educación superior de México y América Latina, con el fin de presentar avances y resultados de investigaciones en relación con este objeto de estudio.

Este libro recoge algunos de los trabajos, cuya selección obedece, sobre todo, a la intención de brindar pistas en tres sentidos fundamentales: (i) acercamientos epistemológicos para el estudio de la cultura digital desde su especificidad que se aparten de lógicas dicotómicas entre cultura y tecnologías digitales; (ii) aproximaciones históricas que contribuyan a la clarificación respecto de los vacíos conceptuales y metodológicos sobre la cultura digital; y (iii) la delimitación de objetos de estudio posibles construidos desde la cultura digital, así como esbozos metodológicos para su abordaje.

El texto está organizado en seis capítulos. En el primero de ellos, Janny Amaya Trujillo y Blanca Estela Chávez Blanco presentan un acercamiento epistemológico al estudio de la cultura digital situándola como objeto de estudio. A partir del reconocimiento teórico de expresiones equivalentes como *cibercultura*, *sociedad red* o *cultura de la convergencia*, las autoras destacan la preponderancia presente en estas posturas de entender la cultura actual bajo las lógicas que marcan las tecnologías, principalmente digitales, y las improntas hacia una cultura participativa, democrática y transparente. Como alternativa a la visión causalista y dicotómica en la comprensión de la cultura digital, plantean que esta se puede entender como “construcciones sociales de sentido que determinan las acciones humanas”, mostrando así la existencia de determinados rasgos problemáticos que distinguen a la cultura digital y que la sitúan como una nueva conformación cultural.

Desde el planteamiento epistemológico consolidado en la Posmodernidad, exponen un conjunto de anclajes epistemológicos a partir de los cuales es posible estudiar la cultura digital; de la ruptura central en torno a la idea de identidad-razón, retoman la contradicción como principio de comprensión de la cultura, que deriva en el relacionismo simmeliano y la idea de *socialidad* propuesta por Maffesoli; y, finalmente, plantean la relevancia de focalizar el análisis en el pensamiento simbólico. Todo lo anterior se observa materializado en la idea de *tendencias societales*, que logran ejemplificar con las propuestas de diferentes autores que han dado cuenta de los rasgos que distinguen la conformación de la cultura digital.

El capítulo II, de la autoría de María Elena Giraldo Ramírez, despliega una reflexión en torno a la cultura digital y la educación, tomando como enclaves fundamentales los relatos que, desde el pasado y desde el presente, imaginaron antes e imaginan hoy el mundo que vendrá. Estos relatos, que la autora denomina “historias del futuro”, están atravesados por determinadas visiones o concepciones sobre la tecnología, alrededor de la cual delinear escenarios posibles.

La reflexión de Giraldo discurre, así, en dos ejes o dimensiones relacionados: por una parte, la retrospectiva, que recupera relatos pasados que imaginaron un futuro que es hoy nuestro presente; y, por otra parte, la prospectiva, en la que examina algunos relatos que, desde el presente, avi-



zorán el futuro. La autora analiza y contrapone un conjunto de temas que, durante los últimos treinta años, han estado asociados al *gran relato* de la cultura digital, e invita a trascender los extremos utópicos y distópicos, para construir un relato humanista, en el cual la educación constituye un eje fundamental.

En el tercer capítulo, Rodrigo González Reyes ofrece un análisis centrado en el prosumidor como figura cuya emergencia ha trastocado las reglas de juego de la economía y la cultura digital. Posicionado desde la perspectiva de la economía de la cultura, el autor comienza por reconocer al prosumidor como actor disruptivo y agente fundamental en la transformación del ecosistema mediático y cultural contemporáneo. Para el autor, es precisamente la centralidad de estas figuras la que justifica los cuestionamientos que guían el análisis: ¿quién es el prosumidor y qué condiciones y circunstancias hicieron posible su emergencia en la economía y la cultura digital?

Así, el trabajo procura reconocer a aquel, por un lado, como construcción conceptual, y, por otro, como actor de carne y hueso, encarnado en figuras y prácticas concretas. Delinea el recorrido general de este concepto desde la obra de Alvin Toffler hasta su instalación como vocablo de uso común, e identifica en el ímpetu de aficionados y emprendedores informales de finales del siglo XIX las primeras formas históricas del prosumidor. Este esfuerzo por situar histórica y conceptualmente la prosumición permite al autor ir más allá de su concepción como “posibilidad técnica de producir y consumir a partes iguales”, para reconocerla como un conjunto de prácticas que históricamente han pugnado por “la posibilidad de ampliar los circuitos, modificar los estándares y enriquecer los inventarios tradicionales y oficiales de lo que está a disposición”.

En el capítulo IV, Ana Valeria Rodríguez Barrientos teje la relación del estudio de los videojuegos como objeto de investigación en el marco de la cultura digital. Como punto de partida, posiciona los procesos subjetivos y la cotidianidad como estructura de comprensión necesaria en el análisis de la cultura digital y los procesos de construcción identitaria. Ubicando los videojuegos en el marco de las industrias culturales y creativas digitales, explica cómo la idea de *agencia compartida* lleva a comprender la interac-

ción permanente entre las subjetividades y los desarrollos tecnológicos en constante transformación.

Del reconocimiento de lo simbólico como fundamento de la construcción de identidades (traslapadas, contradictorias, que nacen de la relación con espacios, objetos, personas y el mismo cuerpo), abre entonces un campo de posibilidad en el estudio de los videojuegos, contrario a los análisis que parten de la imposición juiciosa de esta práctica. Así, desde un acercamiento personal y reflexivo, la autora nos invita a tratar de comprender las lógicas económicas, políticas y culturales en la construcción de identidades desde las prácticas de ocio, como los videojuegos dentro de la cultura digital.

En el capítulo V, Luis Ignacio Tellez Sainz sitúa el humor en las redes sociodigitales como proceso comunicativo de gran riqueza para la comprensión de la cultura digital. El autor realiza un recorrido teórico sobre cómo ha sido estudiado históricamente el humor, sea a través de sus condiciones de producción, sus percepciones, sus usos y sus procesos de producción; y, más recientemente, por medio de las funcionalidades sociales. Retoma lo paradójico como eje fundamental de análisis del humor y propone estudiarlo como parte de los procesos de comunicación, como estructura u organización de las interacciones.

Pero situar el humor en un contexto como Twitter lo conduce, en primer término, a ponerlo en relación con el ámbito político y con las cualidades del medio, para posteriormente proponer pistas metodológicas que permiten estudiar interacciones comunicativas en la cultura digital. El aporte del autor es, por un lado, documentar y reconocer la valía del estudio del humor como componente de la cultura digital, y, por otro lado, desentrañar tanto la estructura de comprensión del humor en redes sociodigitales como los elementos que favorecen su estudio, todo esto desde un acercamiento que asume las tensiones en la producción de sentido.

Por último, el trabajo de David Ramírez Plascencia se adentra en el estudio de un caso concreto, a fin de observar el uso de redes sociales entre migrantes venezolanos establecidos en México, en clave de resistencia social. A partir del análisis de grupos cerrados de Facebook, el autor examina la constitución de estos como comunidades diaspóricas digitales, en las

que la apropiación de la tecnología se vincula con la articulación de redes solidarias de apoyo a través de las cuales los migrantes exploran alternativas para sortear las múltiples dificultades de orden económico, laboral y legal que enfrentan tanto en su país de acogida como en su país de origen.

En particular, en el ámbito económico, estos grupos les ayudan a los migrantes a generar estrategias de resistencia ante las adversas condiciones, agudizadas en medio de la pandemia de COVID-19. Estas estrategias de resistencia económica comprenden desde el apoyo para encontrar empleo o fundar una pequeña o mediana empresa hasta la conformación de un mercado en torno a los miembros de estas comunidades digitales. Para el autor, el estudio evidencia que las redes sociodigitales se vislumbran como elementos centrales en la vida de los migrantes, pues es a través de ellas que se construyen mecanismos y estrategias que propician tanto su inserción y establecimiento en México como el mantenimiento de las relaciones económicas, políticas y sociales con su país de origen.

En general, los textos que conforman este libro comparten la intención de contribuir a extender el debate y la problematización respecto a la cultura digital. Por lo tanto, más que propuestas acabadas o cerradas, pueden ser comprendidas como trazos, esbozos o aproximaciones preliminares que, en su conjunto, delinean una constelación de objetos y problemas centrales para la comprensión de la cultura contemporánea.

# Capítulo I

## **Anclajes epistemológicos de la cultura digital**

Janny Amaya Trujillo y Blanca Estela Chávez Blanco

El esfuerzo de intentar abordar la *cultura digital* como objeto de estudio supone, en principio, el reto de llenar de sentido una expresión que hoy circula como etiqueta genérica, tanto en el lenguaje común como en el discurso académico. El adjetivo *digital* pareciera operar como modificador suficiente para denotar las cualidades de un tipo particular de *cultura*, cuya singularidad está determinada por la extensión y el uso de tecnologías digitales.

En el lenguaje común, la expresión *cultura digital* ha ido desplazando, lenta, pero inexorablemente, otra etiqueta de uso recurrente hasta hace poco tiempo: la de *Revolución Digital*. La transición entre una y otra es, hasta cierto punto, indicativa de la manera en que se han ido transformando también nuestras relaciones con la tecnología y la forma como ella ha ido conquistando el territorio de nuestras prácticas más cotidianas y rutinarias. “En 20 años la revolución ha ido anidando en la normalidad, en los

gestos simples, en la vida cotidiana, en la gestión de deseos y de miedos” (Baricco, 2018, p. 17).

Así, si hace apenas un par de décadas el mundo podía reaccionar asombrado ante el avance de las tecnologías digitales y en red y podía también referirse a este avance acelerado en términos de *Revolución Digital* y *Tecnológica*, hoy cabría más bien referirse a la *normalidad* digital en la que somos y habitamos. *Cultura digital* parece ser, entonces, la expresión al uso para denominar esa normalidad digital y para hablar de “la cultura de nuestro tiempo” (Sacristán, 2021, p. 83).

Habrà que valorar en el futuro cuánto de esta *normalidad digital* se habrá magnificado o acrecentado a partir de la coyuntura histórica de una emergencia sanitaria global que ha obligado a replantear nuestras relaciones con el mundo físico y con el mundo virtual. Hoy, en cambio, queda ya bastante claro que “la revolución (digital) está siendo completada por una pandemia” (Carrión, 2020, párr. 1). Este contexto crítico aún vigente ha impulsado la radicalización de nuestra existencia digital y en él se han develado las potencialidades, las promesas, pero también los desequilibrios, las amenazas y los riesgos asociados a las tecnologías digitales. Ante tal escenario, la etiqueta cultura digital se reviste, entonces, de una fuerza semántica inusitada que explica incluso su instalación como modismo en el lenguaje común.

En el discurso académico, *cultura digital* se posiciona como noción en construcción que contiene acercamientos principalmente empíricos de campos de conocimientos diversos, pero que, en el ámbito teórico, resulta todavía muy imprecisa. Un análisis de los usos de esa expresión en artículos recientes, publicados en revistas indexadas de Iberoamérica,<sup>1</sup> muestra que es muy frecuente utilizarla también como etiqueta genérica para describir un contexto sociocultural signado por el uso de tecnologías digitales, un conjunto amplio de prácticas asociadas a ellas y el desordenamiento o re-

---

<sup>1</sup> Nos referimos al proyecto *Definiciones, usos y perspectivas epistemológicas en el abordaje de la Cultura Digital. Una revisión de la producción iberoamericana reciente*, desarrollado por los integrantes de la línea de investigación Comunicación y Cultura Digital, del cuerpo académico Gestión de la Cultura en Ambientes Virtuales, de la Universidad de Guadalajara, cuyos resultados publicarán próximamente.

ordenamiento cultural que provocan. Es decir, pareciera ser una noción bastante *obvia* en su contenido empírico, pero mucho menos aprehensible en la teoría. De esta manera, la *obviedad aparente* de la noción de *cultura digital* en el discurso académico no hace sino reproducir y reforzar los sentidos conferidos desde el sentido mismo y desde el lenguaje común.

En este capítulo se propone como objetivo reconocer un conjunto de anclajes epistemológicos pertinentes para aproximarse al estudio de la cultura digital, comenzando por la delimitación teórica que ayuda a situar la comprensión de la cultura en contextos digitales.

## **Cultura digital: usos diversos de una noción intercambiable**

Ante el vacío teórico de la noción y la emergencia profusa de otros términos que parecieran, a primera vista, designar lo mismo, el intento de recuperar la cultura digital como objeto de estudio podría parecer, también a primera vista, un esfuerzo vano. No obstante, precisamente porque su uso está asociado a una constelación de otros conceptos con respecto a los cuales conserva, sin embargo, matices y énfasis específicos, reconocemos en ella un potencial que justifica este empeño. A nuestro juicio, valorar la pertinencia de la cultura digital como objeto de estudio pasa, en primera instancia, por reconocer y situar algunas de esas otras denominaciones con respecto a las cuales opera como sinónimo.

Por su uso extendido pareciera evidente que existe *algo* que es necesario sintetizar en la relación tecnologías digitales-seres humanos, y cuyas cualidades lo sitúan en un plano cultural, es decir, que trastoca diferentes dimensiones de la vida social y, a su vez, es tan generalizado que no se sitúa en un contexto particular.

La primera noción que intentó dar cuenta de esta relación, en 1997, fue la *cibercultura*, en un reporte elaborado por Pierre Lévy (2007) por encargo del Consejo de Europa. En ese texto, la define como “conjunto de técnicas (materiales e intelectuales), de las prácticas, de las actitudes, de los modos de pensamiento y de los valores que se desarrollan conjuntamente

en el crecimiento del ciberespacio” (2007, p. 1). El autor, que asumía una visión simbólica de la cultura, intentaba incorporar como un factor central los artefactos, técnicas y entornos materiales. Así, concebía al ciberespacio o red como:

Un nuevo medio de comunicación que emerge de la interconexión mundial de los ordenadores. El término designa no solamente la infraestructura material de la comunicación numérica, sino también el oceánico universo de informaciones que contiene, así como los seres humanos que navegan por él y lo alimentan (Lévy, 2007, p. 1).

En apego a su carácter de informe, el autor reconocía la intención divulgativa del texto, que pretendía ofrecer a un público no especializado una descripción general acerca de “las implicaciones culturales del desarrollo de las tecnologías de la información y de la comunicación con soporte digital” (Lévy, 2007, p. 1). No obstante, el texto, traducido al español una década después, resultó de amplísima influencia en la academia iberoamericana.

Un aspecto importante, y quizá escasamente problematizado con respecto a la noción de *cibercultura* acuñada por Lévy, es que esta fue construida como derivación de la noción de *ciberespacio*. Este término fue extrapolado inicialmente de la literatura de ciencia ficción de William Gibson (1984) y comenzó a circular en el discurso intelectual y académico a partir de un libro editado por Michael Benedikt en 1991 (Escobar, 2005, p. 21).

De este modo, como ha señalado Jensen (2001), la terminología del ciberespacio de Gibson fue tomada en préstamo para articular una de las *metáforas fundantes* en el naciente campo de estudios sobre internet, que estimularía “una comprensión de la máquina como una *realidad aparte*”<sup>2</sup> (p. 74). Es decir, siguiendo a este autor, con la adopción de esta terminología del ciberespacio se dispuso también un marco de comprensión desde el cual las computadoras o dispositivos tecnológicos se conciben como el “punto de acceso a un reino epifenoménico diferente” (Jensen, 2001, p. 74).

---

<sup>2</sup> Las cursivas son del texto original.

Como en el caso de ciberespacio y otro conjunto bastante amplio de vocablos, que van desde *cibercafé* y *cibernauta* hasta *ciberacoso*, la etiqueta *ciber-* se antepuso como prefijo para designar, específicamente, a dominios y prácticas que guardaban relación con las redes informáticas. Así, también en la noción de cibercultura, lo tecnológico se impone como atributo y criterio de cualificación de lo cultural. El *atributo diferencial* que distingue a la cibercultura con respecto a otras formas o grupos culturales es la tecnología (Moya y Vázquez, 2010, pp. 77-78); de manera que una concepción fetichizada de esta se pone en una relación causal con respecto al tipo particular de cultura que sostiene y conforma.

Los usos de la noción de cibercultura se han extendido tanto y refieren a objetos tan disímiles que algunos autores, como Ardèvol (2003), mencionan desde hace décadas la coexistencia de definiciones *amplias* y *estrechas* de *cibercultura*, en dependencia de los diferentes entendimientos en torno a la cultura, las distintas aproximaciones teóricas y los objetos de análisis heterogéneos que se construyen bajo este paraguas.

Otra de las nociones con respecto a las cuales *cultura digital* establece fuertes relaciones de sinonimia es la de *sociedad red* (Castells, 1999). Este concepto fue propuesto por Castells para designar una “sociedad cuya estructura está construida en torno a redes de información a partir de la tecnología de información microelectrónica estructurada en Internet” (p. 11).

Según Castells (2004), en la era de la información, las funciones y procesos sociales dominantes se organizan en torno a redes, de suerte que “estas constituyen la nueva morfología social de nuestras sociedades y la difusión de su lógica de enlace modifica de forma sustancial la operación y los resultados de los procesos de producción, la experiencia, el poder y la cultura” (p. 505).

Con frecuencia, la expresión *sociedad red* suele ser utilizada en el discurso académico y social también como etiqueta para designar un contexto social y tecnológico macro, en el que se inscribe el análisis de prácticas y procesos culturales más puntuales. Fuera de estos usos que desvinculan el concepto del planteamiento teórico más amplio en el que este se inserta, es importante reconocer asimismo que, aun cuando intenta distanciarse



del determinismo tecnológico, la “metáfora de la red informática” (Pérez Tornero, 2009) está en el núcleo epistemológico de esta propuesta.

Como advierte Pérez Tornero, la postura de Castells corre el riesgo de incurrir en una replicación tautológica “al explicar el desarrollo de las redes informáticas y su instalación en el centro del escenario social en los términos que estas mismas redes nos proporcionan” (Pérez Tornero, 2009, párr. 22). En todo caso, la propuesta de Castells no pretende enfocarse específicamente en el análisis sociocultural, sino al nivel de la estructura y las dinámicas socioeconómicas y políticas.

“Cultura de la convergencia” (Jenkins, 2008) ha sido también otra de las nociones extendidas para describir y englobar un conjunto de cualidades distintivas de la cultura contemporánea. En general, el término *convergencia* apunta al reconocimiento de transformaciones significativas en las condiciones materiales de los medios, que han sido tomadas por diversos autores “como puntos de partida para articular explicaciones más amplias sobre el cambio cultural, social y político” (Couldry, 2011, p. 1).

Dentro de este repertorio, una de las propuestas que han tomado mayor relevancia e influencia es la de Henry Jenkins (2008), quien acuñó la expresión *cultura de la convergencia* para describir “los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en la circulación de medios en nuestra cultura” (p. 276). En la propuesta de Jenkins, la cultura de la convergencia se explica y emerge en relación con otras tres nociones fundamentales: las de convergencia mediática, cultura participativa e inteligencia colectiva.

La convergencia mediática describe un proceso de sinergia e hibridación que se produce en varios niveles: en el nivel tecnológico, con la tendencia hacia la concentración y combinación de diferentes funciones mediáticas en un mismo dispositivo; en el nivel industrial, con la tendencia hacia la cooperación y la concentración de distintas empresas; en el nivel del lenguaje y los flujos de contenidos, con la tendencia al despliegue de narrativas que circulan y se amplifican a través de distintos medios y soportes; y por último, en el nivel de los protocolos culturales, desde los cuales se articulan las relaciones entre medios y audiencias.

Para este autor (Jenkins, 2008), el consumo de medios se ha convertido en un proceso colectivo, que considera en relación con la emergencia de

nuevas estructuras sociales (las comunidades de fans) basadas en la *inteligencia colectiva*, un concepto que retoma de Lévy para referirse a la capacidad de las comunidades virtuales para estimular el conocimiento y la pericia de sus miembros mediante prácticas deliberativas y colaborativas (p. 280). Es en relación con estas lógicas que emergen nuevos modelos de producción cultural, basados en la participación. Así, con la expresión *cultura participativa* alude a una transformación de los roles tradicionales de productores y receptores de los medios, para considerarlos como “participantes que interactúan de acuerdo con un nuevo conjunto de reglas” (Jenkins, 2008, p. 15).

En general, para Jenkins la convergencia representa:

un cambio de paradigma: el paso de los contenidos específicos de un medio a los contenidos que fluyen por múltiples canales mediáticos, a la creciente interdependencia de los sistemas de comunicación, a los múltiples modos de acceder a los contenidos mediáticos, y a relaciones cada vez más complejas entre los medios corporativos de arriba abajo y la cultura participativa de abajo arriba (2008, p. 241).

Este paradigma ha cobijado a una diversidad de estudios mediáticos y culturales que enfatizan el potencial creativo y democratizador de las prácticas digitales, así como las transformaciones evidenciadas en las relaciones entre los distintos medios de comunicación, y entre estos medios y sus audiencias.

Sin embargo, si bien se reconoce la convergencia como una cualidad característica del entorno mediático contemporáneo, el paradigma de aquella ha recibido también algunas críticas por su “optimismo tecno-determinista” (Fuchs, 2009, citado por Favaro, 2017, p. 157) o su idealismo triunfalista, que celebraba anticipadamente “el virtual triunfo del usuario” (Van Dijck, 2016, p. 17). Uno de los cuestionamientos más relevantes en relación con los propósitos de este trabajo es la tendencia a utilizar la expresión *cultura de la convergencia* como descriptor suficiente para denominar y dar sentido a la cultura del presente, situando así la convergencia de medios como elemento constitutivo central en la conformación de una *nueva* cultura (Hay y Couldry, 2011, p. 473).

Con esta recuperación selectiva, y necesariamente parcial, no pretendemos agotar el amplio repertorio de conceptos y denominaciones que se han formulado a lo largo de las últimas décadas para nominar y reconocer las cualidades de una configuración social y cultural que se asume como emergente y distintiva. Más bien, intentamos señalar aquellas con respecto a las cuales la noción de *cultura digital* asume, en la práctica, claras relaciones de sinonimia parcial.

En general, reconocemos en ellas, y en sus usos extendidos, un énfasis en la tecnología como principio último y determinante para explicar la cultura, que se sostiene a partir de una visión dicotómica entre el campo tecnológico y el cultural. En esta perspectiva causalista se oscurece la idea de la tecnología como construcción cultural y se termina privilegiando, o condicionando, la mirada hacia aquello que la tecnología potencia, habilita o constriñe, más que hacia los sujetos, las prácticas y las relaciones de sentido que constituyen las tecnologías y que se articulan con, en, desde, para y a través de ella.

## Hacia un acercamiento teórico a la noción de cultura digital

Ante este panorama, nuestro interés se centra en dilucidar cómo diferenciamos la cultura digital de las diferentes nominaciones que intentan caracterizar el fenómeno cultural actual anclado a las tecnologías digitales, y para ello resulta necesario clarificar aquello que consideramos *cultura* y los modos particulares en que esta muestra sus aspectos característicos o problemáticos en la *cultura digital*.

Como mencionamos anteriormente, un primer aspecto del cual partimos es que consideramos que lo *cultural* no se agota ni se explica exclusivamente por las cualidades de las tecnologías digitales. Una perspectiva causalista que explica los fenómenos culturales desde una de sus aristas (sea económica, política o tecnológica) oscurece las cualidades de aquello que se pretende comprender. Así, partir de oposiciones como tecnologías-cultura, material-inmaterial, realidad- virtualidad supone establecer estructuras de pensamiento que inhiben la comprensión del fenómeno en su conjunción.

En este sentido, combatiendo de algún modo la tendencia a observar únicamente las *consecuencias* de las tecnologías digitales y su aparente neutralidad, reconocemos que los artefactos o dispositivos tecnológicos son en sí mismos productos culturales, creados en una época, con intencionalidades y racionalidades particulares (Foucault, 1999; Barbaras, 2008; Baudrillard, 1996, 1998, 2004).

La idea de cultura como conjunto de redes de posibilidades prácticas nos permitirá aproximarnos a la idea de artefacto desde la perspectiva de las posibilidades prácticas determinadas por (y determinantes de) las capacidades humanas. Los artefactos constituyen los portadores de los espacios de posibilidad que los humanos crean. No son meras *affordances* físicas, ni siquiera *affordances* meramente funcionales, son redes de sentido que actualizan las trayectorias que constituyen la vida humana (Broncano, 2009, pp. 55-56).

Ello nos conduce igualmente al reconocimiento de sujetos cultural y socio-históricamente constituidos y situados, lo cual se distancia de perspectivas *globales* o *estructurales* de la cultura digital. Si bien tendríamos que hablar más bien de *culturas digitales*, por la diversidad y complejidad de contextos en los que se sitúa, entendemos que la cultura digital puede ser comprendida a partir de tendencias societales que articulan los modos de vivir en la cultura actual.

Esto nos plantea, por un lado, la necesidad de observar los fenómenos culturales como construcciones sociales de sentido que determinan las acciones humanas; y, por otro lado, nos lleva a estudiar estas configuraciones emergentes cualitativamente particulares por el tipo de sentido que producen.

Entonces, en oposición a una lógica causalista o determinista, asumimos una perspectiva que reconoce la articulación entre cultura-tecnologías a través de las configuraciones de sentido que los seres humanos atribuyen a su ser y al mundo, donde los sentidos se constituyen en la relación de las personas entre sí, con objetos y espacios concretos; es decir, se construyen desde las experiencias colectivas en un espacio y un tiempo determinados (Giddens, 2001; Maffesoli, 2008). En palabras de Broncano:

Lo que llamamos cultura no es otra cosa, pues, que el conjunto de esos arreglos (...) que crean los espacios y los ámbitos de posibilidad en los que habitan los humanos. Toda cultura es, por consiguiente, material porque no hay otro modo de que se constituya como espacio de posibilidades (2009, p. 53).

Es así que en la cultura digital se ha reconocido un conjunto de rasgos problemáticos característicos que nos conducen a considerarla como una *nueva conformación cultural*. Hablamos, en principio, de la *desmaterialización de la experiencia*, entendida esta como la tendencia según la cual “zonas cada vez más amplias del mundo real se hacen accesibles a través de una experiencia inmaterial. Hablamos de una experiencia en la que los elementos materiales se han reducido al mínimo” (Baricco, 2018, p. 83).

La digitalización, a través de la codificación de los datos del mundo, nos sitúa en una dimensión inmaterial de los intercambios sociales (económicos, laborales, educativos, amorosos, etc.). En sentido estricto, no podríamos hablar de inmaterial, por cuanto la información ocupa un espacio mínimo, se guarda en artefactos, consume energía; sin embargo, lo que queremos rescatar es el trazo grueso que nos muestra un mundo virtual por medio del cual podemos existir socialmente.

Otro de los rasgos de la cultura digital es la reconfiguración de la idea de tiempo y espacio. El tiempo que nos permitía ordenar la realidad, esa consecución de eventos, es trastocado por lo que autores como Baudrillard (1996) llaman el *tiempo real*, un sistema que codifica los datos del entorno y ofrece predicciones que median nuestra interacción con el mundo. Con ello da cuenta de la transformación de las dimensiones de la realidad (continuidad, principio, fin, pasado, futuro), de modo que los encadenamientos racionales que nos servían para acercarnos al conocimiento del mundo se desestructuran.

En síntesis, el tiempo real provoca una colisión de los polos opuestos, del futuro y el pasado, del sujeto y el objeto. La inmediatez y la aceleración se traducen en un tiempo despojado de narratividad; es decir, un tiempo sin dirección que se dispone en la adición de “presentes temporales, atomizados” (Byung-Chul, 2013, p. 30).

En el mismo sentido, el espacio se configura en un cruce permanente entre lo *online offline*, ese lugar deslocalizado cuya unicidad se delinea justamente en el tránsito, en la confluencia. Virilio (1995) se cuestionaba también la posibilidad de habitar en un régimen de espacio-tiempo trastocado, en el cual el tiempo real sustituye y se impone al espacio real. El espacio, por cuanto dimensión física, pierde densidad material y, en un movimiento paradójico, se comprime (el mundo entero está al alcance de un clic) y se desdobra, en un *ahora* desvinculado del *aquí*.

Al mismo tiempo, se ha producido asimismo una reconfiguración en las lógicas y relaciones comunicativas. Castells (2009) ha explicado este proceso como el surgimiento de una nueva forma histórica de comunicación, *la autocomunicación de masas*, con la que se hacía evidente “el potencial de hacer posible una diversidad ilimitada y la producción autónoma de la mayoría de los flujos de comunicación que construyen el significado en el imaginario colectivo” (p. 108).

Sin embargo, la crisis de los medios masivos, esas instituciones que controlaban los flujos de comunicación, administraban el discurso público y que habían operado a lo largo de los últimos dos siglos como mediadoras de nuestra relación con la realidad, se ha traducido también en el estallido de los lugares de enunciación estables y legitimados, en un reordenamiento de las relaciones de poder discursivo y en un replanteamiento de las propias reglas del discurso. Esto que se produce no es tanto la desintermediación, sino la emergencia exorbitante de otros mediadores que se disputan hoy el “poder de representación” (Reguillo, 2008), cuyo valor se edifica y sostiene a partir de principios asimismo emergentes y contingentes.

Ante este contexto, resulta casi evidente notar la reconfiguración de valores y lógicas sociales, otro rasgo problemático de la cultura digital. Para Baudrillard, por ejemplo, la acumulación continua (de información) ha generado la desestructuración del sistema de valores, al menos de aquellos que se reconocían en función de su opuesto (los valores morales, estéticos). Ahora prevalecen valores como la autenticidad, la fidelidad, la moda, la diferencia, que se definen no por su opuesto, sino por las características propias del objeto al que se aplica tal valor. José Luis Brea (2007), por su parte, plantea la transformación en los siguientes términos:

Los procesos de modernización son vividos como transformaciones culturales que tienen una dimensión mental: suponen ciertas modalidades de ordenamiento de las mentes. Los estadios que llamamos posindustriales, o que calificamos como sociedades de consumo, del conocimiento, de la información, de la imagen, etcétera, atienden a dimensiones de orden que no son ya puramente ordenamientos corporales, sino producto de desarrollos técnicos que están orientados a producir una movilización estructurada de la atención (...) existe una economía del poder que se muestra aquí como economía de la atención, como si la atención fuese un capital constante que pudiese ser “gestionado” a través de los dispositivos adecuados (2007, pp. 216-217).

Con estos rasgos no queremos agotar el tema: nuestra pretensión es, en todo caso, mostrar la existencia y pertinencia del estudio de esta conformación que nombramos *cultura digital*, y que, a nuestro parecer, tiene como fundamento para su estudio la comprensión de cómo nos situamos y disponemos ante y en esta realidad, entendiendo que las cualidades de esta *realidad* nos abren también nuevos horizontes de posibilidades.

## Las rupturas con la razón ilustrada

Los diferentes rasgos problemáticos que caracterizan la emergencia de la cultura digital nos remiten necesariamente a discusiones teórico-epistemológicas que se generaron en la llamada *Posmodernidad*, manifiesta en un cúmulo de cuestionamientos a los principios que regularon la producción de conocimiento en la Modernidad. En general, a este período de revisión y crítica se le conoce como *Posmodernidad*, aunque en esta convergió una diversidad de posturas artísticas, éticas, sociológicas y filosóficas. Podemos situar tres aspectos que la caracterizan y ubican las principales rupturas respecto a la Modernidad: (i) fin de los metarrelatos, (ii) cuestionamiento de la razón y la identidad como principios epistemológicos, y (iii) replanteamiento de la noción y estudio de la cultura.

El primer aspecto, reconocido por Jean-François Lyotard en *La condición posmoderna* (1987), plantea que la tendencia universalista de la Mo-

dernidad, y con ello la generación de lo que él llama los metarrelatos, resulta políticamente injusta, culturalmente impropcedente y científicamente insuficiente. Se critica cómo las narrativas universalizantes, como la idea de *progreso*, de *racionalidad* o de *verdad*, imponían una lógica occidental totalizante que anulaba la comprensión de otras formas culturales. Norbert Bolz (2005) lo sintetiza en estos términos:

Después de la caída del comunismo, la filosofía de la historia y la idea de progreso abdicaron definitivamente, y la historia se descompone nuevamente en muchas historias, en islas temporales. Desde entonces tenemos que aprender a manejarnos sin las figuras de sentido del tiempo cumplido: sin una meta o fin de la historia, sin sucesos de salvación o progreso, sin la representación conductora de la tradición, sin el fundamento de la experiencia ni la columna vertebral del origen (p. 179).

Esto nos conduce al segundo aspecto, que, si bien tiene sus orígenes en el romanticismo alemán, tomaría fuerza hasta el siglo XX, al grado de cuestionar la organización social de Occidente. En la Ilustración, la *razón* constituía la plataforma teórica sobre la cual se fundamentaban posturas éticas, epistemológicas, estéticas y antropológicas. La *razón* era considerada como fundamento del conocimiento y como identidad del hombre universal, es decir, en esta se sustentaban las prácticas científicas y políticas. La *identidad* expresaba la voluntad de tener un conocimiento universal del *ser* concebido por cuanto ser idéntico a sí mismo. De la proposición  $A = A$  reguladora de la lógica resulta la identidad de una unidad definida por la correspondencia con ella misma, y es este repliegue sobre sí el que define al ser como unidad: el ser idéntico a sí-mismo, consciente de sí-mismo, separado del mundo y de los otros para devenir él mismo.

El positivismo, en el espíritu de los tiempos modernos, establecía también la identidad como principio regulador del conocimiento. Según esta teoría, el método científico, aplicado en las ciencias naturales, era el principal modo de acceso al conocimiento, y la observación, la verificación de los hechos y la experiencia permitían acceder a una etapa positiva de la ciencia



desprendida de toda visión metafísica o teológica. Este método implicaba reducir todo fenómeno a un objeto observable, y considerar las relaciones como unidades controlables, medibles, asimilables al cálculo o reductibles a una relación de causa-efecto.

Heidegger (1958) criticó este principio, igual que el de la no-contradicción y del tercero excluido, indicando que el análisis de los principios del pensamiento debe conducir a una reflexión sobre los modos de aquel; en este sentido, dicha reflexión debe mostrar cómo nos ponemos a pensar o por qué dejamos de hacerlo (Heidegger, 1958, pp. 9-48).

El autor postulaba que la lógica que reposa sobre el cálculo, sobre el orden y sobre el logos continúa siendo el fundamento de la comprensión de su época, aquella de la técnica, de la máquina calculadora, porque el *ser* es entonces aquello que es calculado. Propuso así una nueva comprensión, liberando el pensamiento de la interpretación técnica y abandonando la relación sujeto-objeto para considerar el Ser en función de su manera de presentarse. Su aproximación revolucionó el pensamiento filosófico introduciendo el cuestionamiento sobre la forma como se analiza la relación de los individuos con el mundo y, más particularmente, el cuestionamiento sobre el conocimiento técnico del mundo.

En los estudios de orden antropológico se mostraba el carácter imprescindible de la comprensión del lenguaje para el entendimiento de la cultura, no solo como herramienta que permitía acceder a los conocimientos de una cultura, sino como elemento que contenía en sí mismo la representación de las cosmovisiones de una comunidad. Bajo esta óptica, el lenguaje constituía el principal elemento de representación de una cultura, y se establecía así la discusión sobre la dificultad de juzgar con valores de una sociedad a otra con distinto lenguaje.

Es así como los valores sustentados por la Modernidad perdían fuerza ante el reconocimiento de las diferentes culturas, el problema del lenguaje como centro de comprensión de las culturas, entre otras. Según Finkelkraut (1987), en la cultura posmoderna “el objetivo sigue siendo el mismo: destruir el prejuicio, pero, para conseguirlo, ya no se trata de abrir a los demás a la razón, sino de abrirse uno mismo a la razón de los demás” (p. 61).

## Anclajes epistemológicos para situarnos ante una nueva conformación cultural

“... en la aprehensión de la realidad tecnológica, no conocemos o no queremos cuestionar nuestro modo de ser y de pensar. O, peor aún, no sabemos analizarlo, no sabemos ver lo contemporáneo”.

Puech (2008, pp. 9-10)

En el afán de reconocer a la cultura digital como objeto de estudio se nos plantea la necesidad de delinear algunos anclajes epistemológicos que, si bien no son exhaustivos, sí nos ayudan a situarnos y orientarnos para avanzar en el reconocimiento de eso que identificamos como una *nueva conformación cultural*.

Para ello, retomando las críticas de la Posmodernidad, asumimos, inicialmente, una ruptura con los principios ilustrados de identidad-razón, y partimos de comprender la contradicción como principio vital del ser humano; un posicionamiento desde el cual los datos emanados de las emociones y de la sensibilidad son considerados fundamentales para la comprensión del ser humano y su cultura.

La aproximación racionalista de lo social, fundada en la idea de un ser humano racional que busca invariablemente la supervivencia en el marco de un perfeccionamiento permanente de la organización social, muestra solo una perspectiva parcial de lo que ocurre en la vida social. Los pequeños hechos que integran la experiencia humana y crean relaciones sociales en la cotidianidad (una mirada, un olor, un roce o cualquier momento compartido), y que eran considerados material despreciable sociológicamente por su irracionalidad, nos abren un campo de estudio. Como lo planteara Weber (1964), lo no-racional no es necesariamente irracional: tendría su propia lógica y un sentido que favorece la vida juntos.

Para entender la no-racionalidad en los términos propuestos por Weber, tenemos que partir de reconocer la contradicción del *ser* como un principio constitutivo de la cultura, no como momento dialéctico donde se intenta resolver por fin el problema de la diferencia, sino como estructura vital del ser humano y de lo social. El lazo social, como ha mostrado Maffesoli

(2000, 2004, 2008), no reposa sobre un dualismo maniqueo, sino en un pluralismo estructural.

Es en este mismo sentido que retomamos la tesis simmeliana según la cual la vida, en cualquiera de sus dimensiones, es siempre confrontada y rehecha en el movimiento contradictorio entre la unificación y la desagregación. En contra de la concepción moderna de una sociedad del futuro *perfecta*, Simmel señalaría que la tragedia de la cultura resulta del sobreaislamiento de formas objetivadas y de la vida subjetiva, es decir, que la cultura nace de la oposición entre el ser humano y las objetivaciones que él crea; esta es su paradoja:

... la vida subjetiva, que experimentamos en un flujo continuo y que, ella misma, tiende sobre su propio cumplimiento interno, es sin embargo incapaz de esperar de ella misma este cumplimiento desde el punto de vista de la idea de cultura; le hace falta pasar por esas creaciones de las cuales la forma le es desde ahora extranjera, cristalizada en una unidad cerrada y suficiente a sí misma. La cultura nace (y es esto lo que es finalmente esencial de comprender) del encuentro de dos elementos, que no la contienen ni uno ni otro: el alma subjetiva y las creaciones del espíritu objetivo (Simmel, 1988, p. 184).

Así, siguiendo a Simmel, la cultura no es más que un ideal prefigurado confrontado por seres humanos que buscan liberarse de ella, generando tensiones de manera permanente. Desde una perspectiva vitalista, Simmel analizó la racionalidad calculadora e indicó que el ser humano y la sociedad no son reductibles a un encierro identitario. Comprender *la vida por ella misma* se tornó para él en deber sociológico y, en este cometido, intentó definir un orden relacional para una aproximación metodológica flexible, conforme a la sociedad cambiante.

Algunas de las proposiciones simmelianas que supusieron, en su momento, un viraje epistemológico mayor para la investigación sociológica, y que nos interesa recuperar aquí, son las siguientes: aunque la sociedad sea una unidad abstracta que permite nombrar toda suerte de pequeños lazos entre los seres humanos, esta debe ser considerada como una entidad viva ligada al resto del mundo, en el espacio y el tiempo, porque su conforma-

ción no se realiza en el *deber ser*, sino en el presente, en pequeñas *acciones recíprocas* entre los individuos. En consecuencia, como esas acciones se actualizan día tras día, lo social no es una forma definitiva o permanente: es una forma histórica y cambiante.

El relacionismo simmeliano nos conduce a pensar la unidad, la coherencia y el orden social, que no es universal, en términos de enfrentamiento, de atracción, de dominación, de subordinación, de confianza, de desconfianza, etc. Detrás de la aproximación formal se impone una lógica relacional de comprensión del ser social, entendiendo que “no es el ser lo que ilustra la relación, es la relación que ilumina al ser” (citado por Baudrillard y Guillaume, 1994, p. 36), como lo afirmó Gaston Bachelard (2004).

El horizonte teórico seguido por Simmel para orientar sus análisis, y que asumimos como anclaje para situarnos ante esta conformación cultural emergente, es, entonces, el de un *relativismo no escéptico* (Deroche-Gurcel, 1999). Es decir, un relativismo que no implica “la disolución escéptica de todos los puntos fijos” (nociones y valores cardinales), sino una nueva concepción de esos “puntos fijos”, que los vislumbra como revelaciones de “los fenómenos de la acción recíproca” (Deroche-Gurcel, 1999, p. 17). Esto implica pensar (desde y sobre) los límites dentro de los cuales los seres humanos pueden experimentar y cuestionar el sentido de sus vidas y de su existencia.

Es en esta misma línea, y en el esfuerzo de distanciarse de los valores modernos de racionalidad y progreso, que Maffesoli utiliza la noción de *socialidad*, poniendo el acento en la cotidianeidad como ámbito intersticial en el que se funda y rehace continuamente lo social. “Más acá o más allá de las formas instituidas, que siempre existen y que a veces dominan, existe una *centralidad subterránea informal* que garantiza el perdurar de la vida en sociedad. Es hacia esta realidad que conviene volver nuestras miradas” (Maffesoli, 2004, p. 30).

La *socialidad* es concebida como un “aura misteriosa haciendo compartir de una manera no consciente los sueños, los fantasmas, las estéticas diversas” (Maffesoli, 2003, p. 158), donde se integran las dimensiones oníricas e imaginarias opuestas a la visión racional y contractual de lo social. Esta noción nos reenvía a una relación no impuesta por los discursos oficiales u ordenada institucionalmente, sino vivida, sensible, estructurada

en el espacio, y en la cual los rituales y las costumbres dan día tras día un sentido al estar juntos y estructuran maneras de ser y maneras de aprehender el tejido social. La *socialidad* es vivida en el presente, es inmediata y establece la unidad del conjunto de los datos de la cotidianidad y de la continuidad social.

En consecuencia, Maffesoli (2000) propone una ley sociológica, que acogemos también como principio: no privilegiar el análisis de aquello a lo que todos se adhirieron voluntariamente, sino el análisis de aquello que es emocionalmente común a todos, incluso si eso que aparece como emocionalmente común no es coherente o racional. Además, el hecho de que los datos pertinentes de las relaciones sociales se encuentren en lo cotidiano, en la apariencia de lo social, implica orientar la investigación sobre el mundo real, eso que el autor identifica como la investigación de una *razón interna*, que es la expresión de una cultura específica, una “racionalidad de fondo que se expresa en pequeñas razones momentáneas” (Maffesoli, 1996, p. 75).

A contrapelo de la racionalización moderna, que terminó por crear en todos los dominios (político, filosófico, institucional, etc.) un sistema autosuficiente pero desconectado de la vida social, de la originalidad existencial y de la creación bajo todos sus aspectos (Maffesoli, 1996, p. 39), posicionarse en el entendimiento de lo social en estos términos implica también “permanecer atentos a la dimensión *imaginal* del mundo” y aceptar entonces que “lo imaginario no es algo superfluo que viene a añadirse a lo serio de la existencia” (Maffesoli, 2002, p. 219).

En el contexto de la Modernidad, la imagen representaba aquello opuesto a la razón. Considerada como una apariencia, la imagen estaba asociada a la contradicción, a la imprecisión, a la falta de finalidad o de sustancia. Como un producto de la imaginación, estaba asociada a la irracionalidad, al misticismo o a la oscuridad. En los tiempos modernos, la rebelión contra los valores de la Edad Media y contra los presupuestos metafísicos condujo a la separación entre lo real y lo irreal, entre lo verdadero y lo falso, y, por consecuencia, entre lo racional y lo irracional.

Eso que era considerado como *real* debía ser experimentado por los sentidos o ser verificado teóricamente, de modo que fue asociado exclusivamente a aquello que era racionalmente pensable. Este movimiento

condujo al cuestionamiento de todo lo que era considerado como alejado del mundo real: lo místico, lo subjetivo, lo imaginario, lo simbólico y lo irracional. Intentando separar todo presupuesto metafísico, el racionalismo negaba su propio carácter mediador, así como toda contradicción o todo movimiento de la vida.

En una síntesis de las críticas a la imagen, a lo místico y a lo irracional, Durand (1969) sostiene que terminaron imponiéndose un “dogmatismo teológico”, un “conceptualismo metafísico” y una “semiología positivista”, en una tendencia hacia la “extinción progresiva del poder humano con relación a la trascendencia, del poder de mediación natural del símbolo” (p. 41). Para Durand (1969), el símbolo (y con él, la imagen) es siempre el producto “de imperativos bio-psíquicos por las intimaciones del medio” (p. 39), porque él “reposa fundamentalmente sobre la comunión. Ésta crea un lazo que engendra la ilusión de lo real, pero que es ya lo real” (Mauss, 1950, citado por Legros *et al.*, 2006, p. 62).

Desde esta perspectiva, la importancia de la aproximación simbólica reside en su capacidad de articular la vida en sociedad, lo que Durand explica por el trayecto entre la cultura y los gestos humanos. Asumiendo que existe una relación mutuamente constituyente entre psiquis y cultura, este autor apelaría al “trayecto antropológico” para referirse a la “génesis recíproca” entre lo pulsional y el entorno material y social, es decir, al “incesante intercambio que existe al nivel del imaginario entre las pulsiones subjetivas y las asimilaciones y las intimaciones objetivas que emanan del medio cósmico y social” (Durand, 1969, p. 38).

Así, frente a las grandes constricciones humanas como el tiempo, el símbolo ayuda a conjurar la angustia que este puede generar, porque simbolizar permite, por el control del *cogito*, dominarlo (1969, p. 157). Es el principio constructivo y el secreto de la imaginación: traer el tiempo sobre su propio terreno.

Al precisar el carácter del tiempo en el pensamiento simbólico, Durand se distanció del tiempo universal, cuantitativo y lineal, para plantear que este es también un *tiempo local*, cualitativo y experimentado en los lugares y en las cosas (Legros *et al.*, 2006, p. 72). Entonces, postulaba la prioridad de la imaginación sobre la razón en la determinación del actuar humano,

porque es precisamente a partir de la concepción (imaginación) del tiempo local o personal que imaginamos nuestro porvenir en relación con el mundo y en relación con los otros.

Desde el psicoanálisis, ya Jung (1932) había precisado que todo pensamiento reposa sobre las imágenes y sobre arquetipos, *esquemas o potencialidades funcionales que forman inconscientemente el pensamiento*. Desde la epistemología, Bachelard (1989) había mostrado el poder de la imaginación como dinamismo organizador que crea una homogeneidad en la representación. Lo que se plantea es, en síntesis, que no es la razón la que agota la comprensión del sentido de las acciones humanas, sino la imaginación, que crea imágenes y símbolos que integran las angustias más profundas del ser humano.

De este modo, la razón no sería más que “una de las principales producciones del imaginario mítico, (...) en apariencia, la más articulada y autocrítica, pero también aquella que ilusiona más creyéndose maestra del conocimiento, capaz de denunciar los otros mitos” (Fischer, 2007, p. 286).

Más allá de la mera facultad de *formar* imágenes, la imaginación se nos presenta entonces como “potencia dinámica que *deforma* las copias pragmáticas proporcionadas por la percepción, y este dinamismo reformador de las sensaciones deviene el fundamento de la vida psíquica toda entera” (Durand, 1969, pp. 25-26). La imaginación resultaría de una adecuación entre los deseos humanos y los objetos del entorno natural y social, y la imagen, más que una simple interfaz entre lo real y lo imaginario, sería “el acto constitutivo radical y simultáneo de lo real y de lo imaginario” (Legros *et al.*, 2006, p. 74).

Más que solo signos, plantea Durand (1969), las imágenes contienen materialmente sus sentidos, gracias al “semantismo de las imágenes” (p. 60). De tal suerte que “el imaginario social articula dialécticamente la realidad material, objetiva, y la producción cultural que transforma la apariencia de las cosas” (Legros *et al.*, 2006, p. 66); es decir, el imaginario sería la representación del objeto investido de las pulsiones del sujeto. Así, el imaginario, como amalgama y ensamble de imágenes y de relaciones de imágenes, “nos aparece como el gran denominador fundamental donde todos los procedimientos del pensamiento humano llegan a ser” (Durand, 1969, p. 16).

Retomando a Maffesoli (2002), la atención a lo imaginal permite, entonces, “abarcarse el conjunto de lo que permanece como una nebulosa a nuestro alrededor”, aquello que se nos devela en “los intersticios del parecer” y que “sustenta nuestra posibilidad de estar juntos” (p. 219).

## Aproximaciones a las tendencias sociales en la cultura digital

La pretensión sociológica de explicar aquello que mantiene el orden social, que es posible cualificar como *tendencias de la época* o *espíritu del tiempo*, nos lleva a intentar comprender los comportamientos humanos dentro de un marco explicativo. Simmel y Maffesoli se refirieron a *tendencias sociales* o *tendencias sociales* para matizar esta visión moderna de los estudios de lo social, explicando que solo se pueden mostrar las características del contexto cultural analizado.

Según Simmel (1988), la forma de lo social corresponde a una idea de orden plástico, en cuanto que tendencia o dirección, y no como *cosa*. Por su parte, Weber (1964) y Schütz (1987) propusieron la creación de *posibles* (sean personas, comportamientos o motivos salidos de los *ideal-tipo*) como base del estudio de la cultura para interpretar el *actuar humano*. Más allá del control predictivo, esta orientación sociológica es interesante por el hecho de que tiene por objeto la comprensión de un marco significativo de la cultura estudiada.

Así, empleamos la expresión *tendencias sociales* siguiendo a Maffesoli (2010):

Cuando quiero subrayar una característica esencial del ser-juntos, característica que sobrepasa la simple asociación racional, empleo el término *social*. Esta expresión es un poco bárbara, pero resulta necesaria en lo inmediato por separarse de un uso excesivo y (puede ser) terminado de lo social (p. 16).

Lo que esas tendencias sociales nos permiten entonces, es perfilar solo algunos trazos marcados que van delineando (*conformando*, en tér-



minos simmelianos) la cultura digital. Se trata, en todo caso, de observar el movimiento del animal en galope, como lo vería Baricco, aunque con ello dejemos de lado la delicadeza del color de sus ojos o la estructura de sus músculos tensos.

Algunas de esas tendencias han sido observadas por autores como Byung-Chul (2013, 2015), quien reconoce que la transparencia se posiciona como uno de los valores fuertes de la actualidad. Según este autor, “las cosas se hacen transparentes cuando abandonan cualquier negatividad, cuando se *alisan* y *allanan*, cuando se insertan sin resistencia en el torrente liso del capital, la comunicación y la información” (2013, p. 11). Es la transparencia virtual y obscena que expone el mundo hasta en sus más mínimos detalles, es “un infierno de lo igual”. Concretamente hablando del campo artístico, plantea cómo “lo bello mismo resulta satinado cuando se le quita toda negatividad, toda forma de conmoción y vulneración. Lo bello se agota en el ‘me gusta’. La estatización demuestra ser una ‘anestización” (2015, p. 5).

La transparencia se legitima como valor en oposición a los llamados sistemas ideológicos del siglo pasado o a Estados totalitarios en el ámbito político, en oposición también a la corrupción en el ámbito económico o a la manipulación mediática en el ámbito de la comunicación. En los hechos, la transparencia se evidencia con la propuesta de *software* libre, donde cualquiera puede usar, estudiar, distribuir o mejorar el desarrollo tecnológico; o en proposiciones como la de Wikipedia, que muestra las discusiones y construcciones discursivas de la comunidad en torno a un tema.

Transparencia también de las relaciones sociales que dejan huella en cada red social que registra los amores, desamores y amistades. Transparencia del espacio privado que presenta la recreación audiovisual y fotográfica de los viajes y eventos importantes. Es la transparencia que evidencia tanto el procedimiento detrás de la gestión, de la creación, o de la construcción, como la forma en que transcurren los eventos.

En el mismo tenor, décadas antes que Byung-Chul, Jean Baudrillard (2002) explicaba a través de la noción de *simulación* la duplicidad que genera la digitalización del mundo y cómo esta supera la lógica donde primaba el principio de realidad. El autor exponía la tendencia a negar la

distancia como principio de la cultura actual, la distancia interpretativa en el arte, la distancia simbólica del mundo, la distancia comunicativa con los otros. Sea por la escritura automática del mundo o por la obscenidad de la transparencia, Baudrillard planteaba cómo el exceso de visibilidad de los objetos (o de su reproducción digital) lo que hacía fundamentalmente era destruir la mirada.

Por otra parte, en el terreno socio-tecnológico, Van Dijck (2016) ha realizado un análisis de microsistemas y del ecosistema *online*, decantando la ideología de la conectividad en la comprensión de la socialidad actual. Para la autora, la naturaleza del ecosistema y la socialidad incluyen:

... el papel de los algoritmos en el direccionamiento de deseos, el poder de los usuarios para controlar sus datos, la aparente tensión entre la conexión comunitaria y la conectividad comercializada, y el significado de lo *público* y lo *no comercial* en el marco de una ecología dominada por fuerzas corporativas (p. 161).

Así las cosas, por un lado presenta la coincidencia de los valores de los microsistemas (YouTube, Facebook, Amazon, Google, etc.), como popularidad, orden jerárquico, neutralidad, crecimiento rápido, grandes volúmenes de tráfico y ganancias rápidas (2016, p. 164), y, por otro lado, el anclaje intrínsecamente económico de actividades sociales asociadas a recomendaciones personales.

Van Dijck critica cómo las plataformas, construyendo blindajes en sus sistemas, compiten con sus adversarios comerciales acaparando información (no comercial) de los usuarios (p. 171), y buscan el disciplinamiento de sus deseos, roles y patrones de comportamiento, de modo que “en escasos diez años, los algoritmos han logrado calificar y puntuar todos los actos sociales” (p. 163).

Para la autora, “los partidarios del nirvana de la interoperabilidad”, como les llama ella, parten del ocultamiento intencionado de sus lógicas de funcionamiento y de borrar las distinciones que operaban socialmente (consumidor-amigo / algoritmos-usuarios / organizaciones comerciales-no comerciales). Así, lo que sitúa en el centro de su argumentación es el pro-

blema del control de datos y contenidos de los usuarios, y la manipulación de la socialidad:

El ecosistema de los medios conectivos no *reproduce* las normas sociales; las plataformas interconectadas *producen* la socialidad, tomando procesos de comportamiento normativo de la vida real (la presión de pares) como modelos a seguir y objeto de manipulación (mediante las listas de popularidad) (2016, p. 177).

En otra línea de reflexión, Zafra (2015, 2016) se ha referido a la contemporánea *cultura-red* como “un escenario definido por la convivencia y construcción de mundo y subjetividad en pantallas en un contexto excedentario en lo visual” (2016, p. 133). La nuestra es una cultura excedentaria porque ella se sostiene en “la acumulación digital del mundo, de datos, archivos y fragmentos de vida” (2015, p. 21).

Zafra juega con el *excedente* para nombrar aquello que está de más, que sobrepasa lo necesario, pero también aquello en apariencia prescindible. Alude, entonces, a la “conversión de gran parte de nuestros mundos de vida en mundos estetizados, conformados por imágenes creadas y/o mediadas por pantallas” (2016, p. 136); un proceso al que hemos accedido, en parte, por su carácter aparentemente voluntario, opcional y prescindible, pero que hemos terminado asumiendo como necesario para existir socialmente: “La tecnología ha acelerado primero la estetización derivada de la extrema visualidad facticia y luego la inmersión normalizadora” (Zafra, 2016, p. 136).

En la cultura-red, la imagen es excedentaria porque es, a la vez, sobrea-bundante y prescindible. La hipervisibilidad produce paradójicamente un fenómeno de ceguera, puesto que el cúmulo exorbitante de imágenes excede a los ojos que miran. De esta manera, la hipervisibilidad encauza también otras formas de censura, de exclusión, de *desaparición* del sujeto; es decir, que dispone (impone) nuevos “condicionantes biopolíticos para ser y para poder ser” (Zafra, 2016, p. 134).

Así, la autora ha señalado la constitución de un nuevo ecosistema ocular-céntrico, en el que la experiencia social se sostiene en lógicas que vinculan inextricablemente la visibilidad y la existencia:

Un asunto prioritario aquí sería el que relaciona ser visto en la pantalla con existir para el mundo (nuestro mundo) y formar parte de las nuevas lógicas de *valor* en contexto. Con independencia incluso de una existencia material, lo expuesto y enmarcado en la pantalla, sea representado, presentado o creado, es lo que parece determinar hoy la nueva ontología de la cultura-red, la nueva articulación de lo real (Zafra, 2016, p. 134).

Es en el contexto de este cambio en el estatuto de la visualidad que el posicionamiento algorítmico se constituye como dispositivo de construcción de valor, que opera estableciendo relaciones de equivalencia entre ojos y capital. Ante la dificultad de reducir y manejar el exceso, el poder de la cultura-red es ese que “atraviesa cada base de datos que subyace en una búsqueda” (Zafra, 2015, p. 23). Se trata de un poder que se sostiene sobre lógicas que “reivindican el valor de la visualidad contabilizada como criterio fundamental del orden del mundo en red” (p. 26). Un poder que consiste en *crear mundos*, cuyo desciframiento y resistencia impone cuestionar, entonces, “quién gestiona el orden, quién programa las lógicas del *ver* como lógicas del *ser/no ser*, entre las infinitas variantes posibles, quién se hace imprescindible y repite o crea un mundo, un poder sobre el mundo” (Zafra, 2015, p. 23).

## Conclusiones

A lo largo de este texto hemos intentado trazar un recorrido que nos permitiera delimitar teóricamente la cultura digital como objeto de estudio, procurando también distinguir esta construcción de otras aproximaciones diversas que han tratado de dar cuenta de los fenómenos culturales asociados a las tecnologías digitales.

Siguiendo ese propósito, tratamos de tomar distancia con respecto a perspectivas causalistas y dicotómicas que hacen descansar en la tecnología la explicación última de las cualidades distintivas y problemáticas de la cultura digital contemporánea, para reconocer, en cambio, la articulación

entre cultura y tecnologías a través de las configuraciones de sentido que los seres humanos atribuyen a su ser y al mundo.

La postura teórica y epistemológica que delineamos aquí difícilmente admite conclusiones o cierres, por cuanto lo que hemos buscado es, justamente, situarnos y dirigir desde ella la mirada hacia un horizonte posible de investigación. Pensar la cultura digital desde sus construcciones de sentido nos sirve para, por un lado, situar el campo de posibilidades en los que se vive en la actualidad y que dirige nuestro actuar, y, por otro lado, nos brinda la flexibilidad de comprender tendencias que articulan lo tecnológico y lo cultural, lo estructural y lo banal que sustentan la cultura actual.

## Referencias

- Ardèvol, E. (2003). *Cibercultura: un mapa de viaje. Aproximaciones teóricas para el análisis cultural de Internet* [PDF]. Ponencia presentada en el Seminario de Cybercultura. Soria, Universitat Oberta de Catalunya, 28-23 de julio. [https://eardevol.files.wordpress.com/2008/10/eardevol\\_cibercultura.pdf](https://eardevol.files.wordpress.com/2008/10/eardevol_cibercultura.pdf)
- Bachelard, G. (1989). *Epistemología*. Editorial Anagrama.
- Bachelard, G. (2004). *Estudios*, Buenos Aires: Amorrortu.
- Barbaras, R. (2008). *Introduction à une phénoménologie de la vie*. Librairie Philosophique J. Vrin.
- Baricco, A. (2018). *The game*. Editorial Anagrama.
- Baudrillard, J. (1996). *El crimen perfecto*. Editorial Anagrama.
- Baudrillard, J. (1998). *De la seducción*. Ediciones Cátedra.
- Baudrillard, J. (2002). *Cultura y simulacro*. Editorial Kairós.
- Baudrillard, J. (2004). *El sistema de los objetos*. Siglo XXI Editores.
- Baudrillard, J. y Guillaume, M. (1994). *Figures de l'altérité*. Descartes & Cie.
- Bolz, N. (2005). Más allá de las grandes teorías: el *happy end* de la historia. En G. Schröder y H. Breuninger (Comps.), *Teoría de la cultura. Un mapa de la cuestión* (pp. 179-190). Fondo de Cultura Económica.
- Brea, J. L. (2007). *Cultura\_Ram. Mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica*. Editorial Gedisa.
- Broncano, F. (2009). *La melancolía del ciborg*. Herder Editorial.
- Byung-Chul, H. (2013). *La sociedad de la transparencia*. Herder Editorial.

- Byung-Chul, H. (2015). *La salvación de lo bello*. Herder Editorial.
- Carrión, J. (2020, marzo 29). La biología está acelerando la digitalización del mundo. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/es/2020/03/29/espanol/opinion/coronavirus-revolucion-digital.html>
- Castells, M. (1999). *Internet y la Sociedad Red* [PDF]. Lección inaugural del programa de doctorado sobre Sociedad de la Información. Universitat Oberta de Catalunya. [https://red.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/biblioteca/Castells\\_internet.pdf](https://red.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/biblioteca/Castells_internet.pdf)
- Castells, M. (2004). *La Era de la Información. Economía, sociedad y cultura* (Volumen I, *La sociedad red*). Siglo XXI Editores.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Couldry, N. (2011). More sociology, more culture, more politics: or, a modest proposal for 'convergence' studies. *Cultural Studies*, 25(4-5), 487-501. DOI: 10.1080/09502386.2011.600528
- Deroche-Gurcel, L. (1999). Prólogo. En G. Simmel, *Sociologie. Études sur les formes de la socialisation* (pp. 5-35). PUF.
- Durand, G. (1969). *Les structures anthropologiques de l'imaginaire*. Bordas.
- Durand, G. (1999). *Ciencias del hombre y tradición*. Ediciones Paidós.
- Durand, G. (2008). *L'imagination symbolique*. PUF.
- Escobar, A. (2005). Bienvenidos a Cyberia. Notas para una antropología de la cibercultura. *Revista de Estudios Sociales*, 22, 15-35.
- Favaro, L. (2017). Los estudios críticos de internet: conceptos, debates y retos. *Tecnocultura*, 15(1), 151-167. DOI: <http://dx.doi.org/10.5209/TEKN.56687>
- Finkelkraut, A. (1987). *La derrota del pensamiento*. Editorial Anagrama.
- Fischer, H. (2007). *La société sur le divan*. VLB Éditeur.
- Foucault, M. (1999). *Las palabras y las cosas*. Siglo XXI Editores.
- Giddens, A. (2001). *Las nuevas reglas del método sociológico. Crítica positiva de las sociologías comprensivas*. Amorrortu Editores.
- Hay, J. y Couldry, N. (2011). Rethinking convergence/culture. An introduction. *Cultural Studies*, 25(4-5), 473-486. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09502386.2011.60052>
- Heidegger, M. (1958). *La question de la technique en Essais et Conférences*. Gallimard.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Ediciones Paidós.

- Jensen, K. (2001). Modelos comunicantes: la importancia de los modelos para la investigación sobre los mundos de la Internet. *Comunicación y Sociedad*, 40, 65-104.
- Jung, C. (1932). *Métamorphoses et symboles de la libido*. Montaigne.
- Legros, P., Monneyron, F., Renard, J., Tacussel, P. (2006). *Sociologie de l'imaginaire*. Armand Colin.
- Liotard, J. F. (1987). *La condición posmoderna. Informe sobre el saber*. Ediciones Cátedra.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Anthropos Editorial.
- Maffesoli, M. (1985). *La connaissance ordinaire, précis de sociologie compréhensive*. Librairie des Méridiens.
- Maffesoli, M. (1996). Éloge de la raison sensible. Éditions Grasset & Fasquelle.
- Maffesoli, M. (2000). *Le temps des tribus*. La Table Ronde.
- Maffesoli, M. (2002). El reencantamiento del mundo. *Sociológica*, 17(48), 213-241.
- Maffesoli, M. (2003). *L'instant éternel. Le retour du tragique dans les sociétés postmodernes*. La Table Ronde.
- Maffesoli, M. (2004). *El nomadismo. Vagabundeos iniciáticos*. Fondo de Cultura Económica.
- Maffesoli, M. (2008). *Après la modernité? La logique de la domination. La violence totalitaire. La conquête du présent*. CNRS Éditions.
- Maffesoli, M. (2010). *L'Ombre de Dionysos. Contribution à une sociologie de l'orgie*. CNRS Éditions.
- Maffesoli, M. (2011). *La passion de l'ordinaire. Miettes sociologiques*. CNRS Éditions.
- Moya, M. y Vázquez, J. (2010). De la cultura a la cibercultura: la mediatización tecnológica en la construcción de conocimiento y en las nuevas formas de sociabilidad. *Cuadernos de Antropología Social*, 31, 75-96.
- Pérez Tornero, J. M. (2009). *La metáfora de la sociedad-red. Comunicación y poder, de Manuel Castells* [Blog]. <http://www.jmpereztornero.eu/2009/12/08/la-metaphora-de-la-sociedad-red-comunicacion-y-poder-de-manuel-castells/>
- Puech, M. (2008). *Homo Sapiens Technologicus. Philosophie de la technologie contemporaine, philosophie de la sagesse contemporaine*. Le Pommier.
- Reguillo, R. (2008). Saber y poder de representación: la(s) disputa(s) por el espacio interpretativo. *Comunicación y Sociedad*, (9), 11-33.
- Sacristán, A. (2021). La cultura digital y su futuro. Tecnologías en modo humanizado, convergente. *Telos*, (115), 83-88. <https://telos>.

- fundaciontelefonica.com/telos-115-cuaderno-un-mundo-en-construccion-alewjandro-sacristan-la-cultura-digital-y-su-futuro/
- Schutz, A. (1987). *Le chercheur et le quotidien*. Klincksieck.
- Simmel, G. (1981). *Sociologie et épistémologie*. PUF.
- Simmel, G. (1988). *La tragédie de la culture*. Éditions Rivages.
- Simmel, G. (1999). *Sociologie. Études sur les formes de la socialisation*. PUF.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI Editores.
- Virilio, P. (1995). Velocidad e información. ¡Alarma en el ciberespacio! *Le Monde Diplomatique* [PDF]. [http://ateneu.xtec.cat/wiki/form/wikiexport/\\_media/cursos/curriculum/interniv/dv36/paulvirilio.pdf](http://ateneu.xtec.cat/wiki/form/wikiexport/_media/cursos/curriculum/interniv/dv36/paulvirilio.pdf)
- Weber, M. (1964). *Economía y sociedad*. Fondo de Cultura Económica.
- Zafra, R. (2015). *Ojos y capital*. Publicaciones Consonni.
- Zafra, R. (2016). I like you image. Políticas de la afectividad y cultura del archivo en la red [PDF]. *Visualidades*, 14(1), 130-149. <https://www.remedioszafra.net/Ilikeyourimage-rzafra.pdf>



## Capítulo II

# **Cuando las historias de futuro se vuelven viejas.**

## **Cultura digital y educación**

María Elena Giraldo Ramírez

*Cuando el futuro se fue.*  
Gabo Ferro y Luciana Jury

Hace más de cincuenta años el paleoantropólogo francés André Leroi-Gourhan (1971) planteó que “... la prehistoria no tiene otra significación real que la de situar al hombre futuro en su presente y su más lejano pasado” (p. 8). Podría decirse que los relatos colectivos que han acompañado la aventura de la evolución humana tienen esta vocación. Este texto se mueve en esa línea y, en razón de ello, recoge una serie de reflexiones sobre la cultura digital y la educación en dos claves analíticas interdependientes: la una, diacrónica, explora relatos pasados que imaginaron un futuro, lo que podríamos llamar una mirada al presente en retrospectiva; la otra revisa algunos relatos del presente, con vocación prospectiva, que plantean

escenarios de futuro para el ser humano. En ambas miradas, el presente, el pasado y el futuro coexisten.

Para entender un poco más lo anterior, es ilustrativo el planteamiento de Claude Lévi-Strauss (1987) a propósito de los mitos. El tiempo mítico tiene, para Lévi-Strauss, una doble naturaleza: es a la vez sincrónico y diacrónico, lo cual constituye un *sistema de referencia temporal de un nuevo tipo*:

Un mito se refiere siempre a acontecimientos pasados: “antes de la creación del mundo” o “durante las primeras edades” o en todo caso “hace mucho tiempo”. Pero el valor intrínseco atribuido al mito proviene de que *estos acontecimientos, que se suponen ocurridos en un momento del tiempo, forman también una estructura permanente. Ella se refiere simultáneamente al pasado, al presente y al futuro* [las cursivas son mías] (p. 232).

De acuerdo con lo anterior, el mito es un *relato* que integra cualidades temporales distintas: ni *kronos* ni *kairós* ni *aión*, sino las tres temporalidades que fluyen, que fueron, pero que permanecen; como el título de la canción de Gabo Ferro y Luciana Jury que acompaña este artículo como epígrafe, *Cuando el futuro se fue*; o la sentencia del pensador político e historiador Michelet, que cita el propio Lévi-Strauss (1987, p. 232): “El futuro fue presente”.

Muchos de esos relatos plantean acontecimientos contrafácticos, que forman parte de universos posibles. La ciencia ficción ha explorado mucho ese horizonte, como la novela de Robert J. Sawyer *Flashforward* (1999), que en español fue traducida como *Recuerdos del futuro* (2001), una antinomia que, a todas luces, refleja lo que acontece en el relato: una memoria de acontecimientos que aún no han pasado y que afecta el presente de la humanidad. Antes que Sawyer, Philip K. Dick, en su cuento “The minority report” (1956), había explorado estas posibilidades de ver el futuro para actuar en el presente. El título en español de la adaptación cinematográfica de Steven Spielberg, *Sentencia previa* (2002), se acerca más a esa idea de anticipar acontecimientos futuros para evitar, en este caso, crímenes de toda índole.

También los relatos de no ficción dan cuenta de ese sistema temporal que integra situaciones pasadas y visiones de futuro en la lectura del presente de la humanidad. *Historia del futuro: la sociedad del conocimiento* (1995), del economista japonés Taichi Sakaiya, y *La edad del futuro* (1987), del historiador de la ciencia y escritor de ciencia ficción Isaac Asimov, son dos ejemplos de ello. William Marsh, en su nota a la edición inglesa de *Historia del futuro*, plantea que Sakaiya “escribe dentro de una tradición oriental que da por sentada la continuidad genérica de la experiencia humana” (Sakaiya, 1995, p. 14). Por su parte, Asimov mezcla relatos de no ficción con relatos de ficción (no necesariamente de ciencia ficción), en la clave de historia de la ciencia, o, más bien, de algunas historias de científicos reales con relatos de científicos imaginarios. La clave sigue siendo lectura del pasado y el futuro, que nos permiten una reflexión sobre el presente.

Los relatos nos definen como especie. Los seres humanos somos básicamente creadores de ficción, somos seres que hemos evolucionado gracias al lenguaje y a lo que nos permite el lenguaje; y la capacidad de ficcionar, la capacidad de crear cosas que no existen en el mundo, ha incidido de manera sustancial en lo que somos como sociedad (Harari, 2014). Las historias de futuro forman parte de este repertorio que ha estado siempre presente en nuestros relatos colectivos, y en estos la tecnología ha tenido un papel fundamental como generadora de mitos sociales y grandes relatos que se reciclan y se reinventan en la contemporaneidad.

Como lo señalaba Cassirer (1997) a propósito de los mitos, la mayor parte de los relatos de futuro, atravesados por la tecnología, *carecen de rima y razón*, por lo menos a la luz de la verdad científica y empírica. No funciona así en la vida social. Como nos lo recuerda Harari (2018), “los humanos pensamos más en relatos que en hechos, números o ecuaciones, y cuanto más sencillo es el relato, mejor” (p. 190). Así que para los profanos, estos relatos tienen un sentido, permanecen en el imaginario colectivo y, en muchos aspectos, tienen un efecto universalizante.

En esto coinciden Lévi-Strauss (1987) y Cassirer (1997) cuando señalan que los relatos míticos permanecen y persisten con independencia de la lengua y la cultura de la población, y, por ello, no es extraño encontrar los mismos relatos diseminados en lugares alejados tanto geográfica como social y culturalmente, pues lo que importa, en esencia, es la historia relatada.

Este artículo presenta cuatro temas que orbitan en ese gran relato que se ha consolidado en los últimos treinta años, el de la cultura digital: las tensiones entre las predicciones de futuro utópicas y distópicas, la crítica a estos predicados, y una perspectiva, si se quiere, más humanista, en clave educativa. En las referencias a esos cuatro temas, aunque se hará mayor énfasis en los relatos que provienen de la tradición académica y divulgativa, es inevitable hacer alusión a los relatos que provienen de la cultura popular, pues de muchas maneras resultan imbricados, por referencia, inspiración o reflexión directa, en lo que constituye el ecosistema comunicativo y cultural contemporáneo: la literatura, el cine, la radio, la televisión, la prensa; un ecosistema de medios que actualmente está contenido y diseminado por internet.

El primer relato, paleofuturo o retrofuturo, tiene que ver con cómo se imaginaron el futuro en el pasado o, como dicen algunos, visiones retrofuturistas, que dan cuenta de un optimismo temprano sobre la tecnología. El segundo relato, el sonambulismo tecnológico, confronta dos visiones sobre el tema de la cultura digital emergente en los años ochenta: la del filósofo crítico Langdon Winner y la del fundador del MIT Media Lab Nicholas Negroponte, las cuales, pese a ser decididamente encontradas, tienen elementos, nada menores, en común.

El tercero, en la clave de los grandes relatos, se refiere al mito de internet como el gran igualador y al correlato que configura el presente pandémico y su efecto desmitificador. Por último, el cuarto es un relato por construir, que pone a conversar, en clave educativa, dos textos que podríamos considerar canónicos: *Cultura y compromiso*, de la antropóloga Margaret Mead (2002), y *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro* (1999), del filósofo y sociólogo francés Edgar Morin. Este relato quiere hacer una invitación a superar el falso dilema de las visiones polarizadas y dicotómicas, donde la educación juega un papel medular.

## Los relatos tecnológicos: entre la utopía y la distopía

En la década de los sesenta, Paulo Freire (2002) advirtió que divinizar o satanizar la tecnología es una forma de pensar errada: la cosificación y la pér-

dida de la humanidad están presentes en ambos extremos. Por esos mismos años, era ya clara la decadencia del socialismo utópico con su aspiración de una sociedad mejor, más justa e igualitaria, que vio emerger la distopía del capitalismo, hoy en su punto más álgido. Aparecen con fuerza, además, los relatos distópicos, tanto en la literatura de ficción como en la de no ficción.

Tres relatos distópicos, clásicos de la ciencia ficción, *Un mundo feliz* (1932) de Aldous Huxley, *1984* (1949) de George Orwell y *Fahrenheit 451* (1953) de Ray Bradbury, tienen en común que su mundo distópico retrata una sociedad sometida a regímenes totalitarios donde la censura, el control y la vigilancia están a la orden del día; y donde la tecnología cumple un rol fundamental en el dominio de la naturaleza (transformación y destrucción), de la sociedad (manipulación y control) y del individuo (enajenación y pérdida de la libertad) (Booker y Thomas, 2009; Kopp, 2014).

Quienes conozcan el trabajo de los teóricos de la Escuela de Frankfurt (Adorno, Horkheimer, Marcuse) notarán las similitudes en sus críticas a una sociedad, la capitalista, que generaba una cultura homogeneizante, masiva, acrítica y despersonalizada, donde lo que más importa dentro de la industria cultural es la tecnología y lo que menos importa es la cultura: “Las partes interesadas explican la industria cultural en términos tecnológicos. (...) No se hace mención de un hecho: que la base sobre la cual la tecnología adquiere dominio sobre la sociedad es el poder de aquellos cuya influencia económica sobre la sociedad es mayor” (Adorno y Horkheimer, 1981, p. 394).

Estos vasos comunicantes entre la literatura de ciencia ficción y el análisis filosófico y sociológico de la teoría crítica, entre los años 1940 y 1960, configuran un marco de referencia de narrativas distópicas sobre sociedades totalitarias de raigambre tecnológica: “La caja de resonancia de una época”, como la llama Rudinei Kopp (2014, p. 160). La máquina y su corolario, la automatización; los medios masivos de comunicación y su corolario, la alienación. Ambos constituyen el entorno tecnológico frente al cual unos proyectaban un futuro distópico y los otros ejercían una función de crítica social y política. Tanto la automatización de la máquina, que había empezado el proceso de deshumanización, como el lenguaje “funcionalizado, contraído y unificado” de los medios, sobre todo de la televisión, contribuían a la unidimensionalidad del individuo (Marcuse, 1968).

Hasta entrados los años setenta, las visiones distópicas sobre la sociedad del futuro conservan, por lo general, un discurso respecto a la inevitabilidad de la enajenación y deshumanización del hombre en Estados totalitarios: su sometimiento como objeto de producción, codificado y despersonalizado hasta la pérdida total de su humanidad, el cuerpo. El imaginario creado por estos relatos en la creciente sociedad capitalista de la Primera y Segunda Revolución Industrial cambiaría radicalmente en los años ochenta y noventa con el advenimiento del computador personal y, particularmente, de internet.

Las implicaciones de la tecnología digital emergente no solo fueron evidentes en las formas de la mediatización de la experiencia social y cotidiana, sino que plantearon una vuelta de tuerca para los relatos de ficción, que encontraron en lo digital nuevos formatos expresivos impulsados por la narrativa audiovisual cinematográfica y televisiva (Booker y Thomas, 2009). A solo diez años de que William Gibson nos entregara en *Neuromancer* (1984) el término *ciberespacio* para describir el espacio digital, el prefijo ciber- (*cyber*) entró en vigor para caracterizar una nueva época (*new wave*): ciberpunk, *ciborg*, ciberespacio, ciberciudadanía, ciberactivismo, cibercultura.

Por supuesto, más allá de los relatos distópicos de ficción, que muestran escenarios de futuro apocalípticos, y de los análisis filosóficos de la teoría crítica, con marcado acento antitecnológico, el misoneísmo (miedo a las innovaciones) y la tecnofobia que parecían caracterizar a los primeros *ludditas* y *refuseniks* siguen formando parte no solo del imaginario colectivo, sino de las prácticas del ciudadano común. De los *ludditas*, que veían en las máquinas de las fábricas del siglo XIX al enemigo que los reemplazaría en sus trabajos (y por eso las destrozaban), y los *refuseniks*, que rehusaban el uso de la tecnología en la sociedad por razones políticas e ideológicas, pasamos a lo que llaman *neoludditas* (Graham, 2001): aquellos que ponen en duda los beneficios que internet y las tecnologías informáticas asociadas puedan traer a la humanidad.

Tal como se ha dicho con frecuencia en otros contextos (la energía nuclear o la manipulación genética, por ejemplo), lo que se ha inventado no puede desinventarse, y una vez inventado alguien en algún lugar querrá y logrará

utilizarlo. En el caso de Internet, ni siquiera se necesita especular sobre “alguien en algún lugar”. Hay tanta gente, en todos lados según parece, que lo ha adoptado que podemos estar seguros de que permanecerá. Al mismo tiempo, el hecho de calificar de luddita a quien dude de Internet corre el peligro de caer en el extremo opuesto, un extremo que podríamos llamar la “ideología de la tecnología” (Graham, 2001, p. 20).

Con lo digital reaparecen, con más fuerza, los relatos utópicos: las promesas de una tecnología que parece estar marcada por el principio de libertad, de no tener un dueño particular, de estar al servicio de todos, de carecer, prácticamente, de regulación. Parece cumplido el sueño de comunicación horizontal que les devolvería la voz a *las mayorías silenciosas* (Baudrillard, 1998). El algoritmo empezó a construir su imperio y, con ello, aparece el *tecnófilo*, como llamó Neil Postman (2011), hace poco menos de veinte años, a las personas que “miran la tecnología como un amante contempla a su amada, viéndola sin tacha y no abrigando ninguna aprensión sobre el futuro” (p. 5). Claro que Postman tuvo la precaución de llamarse a sí mismo *profeta tuerto*, el cual se refiere más a las cargas que a las posibilidades que brindan estas nuevas tecnologías. Digamos que, en esa categoría, podría ubicarse a Jean Baudrillard:

Aunque las situaciones cambien, el pesimismo se mantiene. Baudrillard, con una diferencia de veinte años, se apresura a descalificar los nuevos medios por promover el intercambio indefinido (1990), cuando era esto lo que denostaba de los *mass media*: su carácter intransitivo (1983). Del *sujeto unidimensional* se pasa al *sujeto fractal*. El primero, cosificado; el segundo desmultiplicado. El primero, un sujeto sin presencia en los medios, abstracto; el segundo, presente en todas las pantallas. Pero ambos igualmente alienados (Giraldo Ramírez, 2015, p. 88).<sup>3</sup>

Umberto Eco, que fue un integrado en la era de los medios de comunicación analógicos, terminó convertido en un apocalíptico en la era de los

---

<sup>3</sup> En esta cita, la autora alude dos textos de Jean Baudrillard: *Videosfera y sujeto fractal* (original en francés, 1989; edición consultada en español, 1990) y *Crítica de la economía política del signo* (original en francés, 1972; edición consultada en español, 1983).

medios digitales: “... las redes sociales les dan el derecho de hablar a legiones de idiotas que primero hablaban solo en el bar después de un vaso de vino, sin dañar a la comunidad” (Nicoletti, 2015, párr.1). Pese al aluvión de críticas de que fue objeto Eco por estas declaraciones, quizá encontremos en su obra póstuma, *De la estupidez a la locura* (2016), una clave de lectura más pausada de esas palabras, en la forma de unas crónicas sobre “un presente todavía sin nombre” (p. 16) o *para el futuro que nos espera*.

Con todo, en la era digital, estas visiones dicotómicas que se mueven entre la distopía y la utopía, la tecnofobia y la tecnofilia dejaron de ser relatos prerrogativa de las narrativas de la ciencia ficción o el discurso especializado. En el actual escenario social de medios, las redes digitales, como Twitter o Facebook, se han convertido en proveedores de información al lado de medios convencionales como la prensa, la radio y la televisión. Esto es, cada individuo conectado y con una cuenta en una de estas redes no solo se informa allí, sino que es un informante potencial... de cualquier tema (la conversación en el bar de la que hablaba Umberto Eco).

El relato de las redes empezó a tomar fuerza en los últimos diez años. Primero, las promesas utópicas de libertad de expresión y movilización ciudadana parecían hacerse realidad con las primaveras árabes, los movimientos de indignados y el *We Are The 0.99 #occupywallstreet*, que reclamaban, respectivamente, más democracia y libertad (en regímenes autoritarios), más diálogo y transparencia (por la corrupción de la clase política), y menos concentración del poder económico y político en las corporaciones financieras (encarnado en Wall Street).

En pocos años, el relato del poder emancipador de las redes digitales cedió el paso al relato de la *posverdad*, que alcanzó sus cotas más altas con las elecciones presidenciales de Estados Unidos (que ganó Trump) y el Brexit de Reino Unido. A raíz de estos hechos, *posverdad*, una palabra con diez años de existencia, se convirtió en la palabra del año 2016 para el *Diccionario Oxford*, en razón del aumento de su uso durante el segundo semestre de ese año (Oxford Languages, 2016).

*Posverdad*, *sesgo de confirmación* y *burbuja informativa* constituyen el coctel que domina los relatos de las redes digitales en los últimos años. Los tres apelan, más que a los hechos objetivos, a las emociones y a las creencias



personales a la hora de emitir una opinión. Esto lo advirtió el creador de la expresión *filtro de burbuja* Eli Pariser (2011, 2017): un término más conocido en español como burbujas informativas, los hilos invisibles de la edición algorítmica en la red tienden a reforzar nuestros prejuicios, nuestras opiniones, lo que se adhiere a nuestra narrativa, posturas homogéneas que confirmen nuestra visión de mundo. Las opciones del *me gusta* y *no me gusta* siguen prevaleciendo en las redes y exacerbaban una reacción binaria que profundiza, cada vez más, la polarización en la opinión pública de los países (Villoro, 2021).

## Retrofuturo o paleofuturo: el futuro tiene historia

Hay otro tipo de relatos que se mueven en el ámbito de las predicciones, sin más interés que responder a la pregunta de cómo será el futuro, cómo viviremos en cincuenta años, en cien años. Cercanas a la novela especulativa de los clásicos de la ciencia ficción de finales del siglo XIX y principios del XX Julio Verne y H. G. Wells, pero sin la trama que obliga el género, esas miradas a las visiones pasadas sobre el futuro están atravesadas por los avances tecnológicos y lo que estos le permitirían al ser humano.

¿Pero cuándo surgen las preocupaciones por el futuro? Isaac Asimov (1987) plantea que todo cambio tecnológico es progresivo y acumulativo, y que cualquier cambio en la historia de la humanidad que sea progresivo implica el concurso de la tecnología, aunque no lo parezca. Tal vez, el ejemplo más recurrente y conocido sea la reforma protestante de Martin Lutero: su impacto no hubiera sido tal sin la imprenta, que ayudó a diseminar sus escritos a una velocidad impensable con la técnica de los copistas.

Asimov (1987) también afirma que si bien el cambio es progresivo y siempre ha acompañado la historia de la humanidad, la conciencia de la existencia de un futuro potencial es de épocas recientes. Marca el año 1764 con la aparición de la máquina de vapor de James Watt como el punto de inflexión no solo para la aceleración de los cambios que trajo la Primera Revolución Industrial, sino para el surgimiento de una curiosidad consistente sobre el futuro: en el lapso de una sola vida, los indivi-

duos pudieron apreciar transformaciones disruptivas en la vida social, y esto no solo cambió el sentido del presente: también *descubrió* el futuro como posibilidad.

Por ejemplo, en la movilidad, medios como el ferrocarril y el barco de vapor colectivizaron el transporte e incrementaron la velocidad de movimiento, al tiempo que acortaron las distancias. La *cartografía cognitiva* (Castro Noquera, 1997) se transformó: aparecen un nuevo sentido de la duración (el tiempo) y una nueva percepción del entorno (el espacio) que afectan a los diferentes aspectos, macros y micros, de la vida social: “En la gente de un pueblo creado por el ferrocarril se advierte un nervio en el paso y una precisión en el lenguaje imposibles de encontrar en una ciudad accesible solo a un conductor de diligencia” (Benjamin Taylor, 1874, citado por Briggs y Burke, 2002, p. 142).

Peter Burke (2009), por su parte, dedica un artículo a demostrar que es un error pensar que antes de 1800 no existiera un sentido de futuro o cualquier visión del futuro como *construible*. De hecho, se refiere a los “sentidos prácticos del futuro en la Edad Media” (p. 15), que van más allá del destino o la profecía y pueden considerarse pronósticos o predicciones. Destaca, por ejemplo, los relatos que empiezan a circular a partir del año 1600 de los denominados *arbitristas*, así como las obras de los *utopistas*:

El surgimiento de estas palabras y los grupos a los que se refieren tanto en inglés como en español nos dicen algo de las actitudes cambiantes hacia el futuro. Los *arbitristas* se preocupan no sólo por las tendencias del futuro, sino por la forma en que estas tendencias pueden evitarse o remediarse, lo que implica que el futuro puede estar influenciado por las acciones humanas. De igual manera, las utopías de los albores de la era moderna escritas por Tomás Moro, Tommaso Campanella, Francis Bacon y otros, aunque no sucederían en el futuro, tenían la intención de estimular la reflexión crítica sobre el presente que conduciría al cambio (p. 16).

Estas obras constituyen para Burke ejemplos de un sentido de futuro, de una visión de futuro como algo *construible*. Además, en el ámbito de

relatos menos especulativos, resalta estudios, a finales del siglo XVII, dedicados al cálculo (las matemáticas de la probabilidad) y a la predicción del futuro en campos como la demografía, la economía y la política. Y, por supuesto, no podían faltar los relatos en clave de *ficción futurista*, como los que abundan en la actualidad, historias que tienen lugar en escenarios futuros, con títulos tan sugerentes como *Épigone, histoire du siècle futur*, publicada en 1659, y *Memoirs of the Twentieth Century*, publicada en 1733 (Burke, 2009).

Las historias presentes de las historias de futuro pasadas, con diferentes perspectivas, coinciden en que el futuro tiene historia, y es una historia marcada por el cambio tecnológico. Como sucede con tantas visiones de futuro, algunas pocas predicciones se han hecho realidad, muchas pueden parecer un chiste en la actualidad y, otras tantas, tal vez arañaron algo de lo que depararía el futuro, incluso solo unos pocos años después. Parece más fácil ahora, por la aceleración en el ritmo de cambio de la tecnología, realizar predicciones, aunque para algunos solo sea la tecnocultura que “promete una eterna novedad, pero a menudo es el mismo viejo futuro el que sigue regresando” (Hong, 2021, p. 1940).

Basta acercarnos un poco a las imágenes que han acompañado las narrativas de futuro desde finales del siglo XIX y principios del XX para evidenciar cómo las visiones de futuro de cada época son deudoras de predicciones anteriores. Estas imágenes no solo han construido una iconografía de futuros, muy centrada en la tecnología y el urbanismo, sino que han permitido visitar los imaginarios de futuros pasados.

En la década de los ochenta, Isaac Asimov se encontró una serie de postales del ilustrador francés Jean-Marc Côté. Las ilustraciones, creadas por encargo en 1889 para celebrar el cambio de siglo, muestran escenas que representan la vida futura en cien años, exactamente en el año 2000: los viajes aéreos (helicópteros, aerotaxis), colonias submarinas, la radio y, por supuesto, la escuela. Asimov (1987) decidió hacer un ejercicio analítico de estas predicciones del pasado para establecer algunas reglas que garantizaran *hacer futurismo con éxito*.

La base de la mayor parte de artilugios futuristas que se imaginó Côté es la electricidad, uno de los motores de la Segunda Revolución Industrial. Y,

de acuerdo con los análisis de Asimov, por esto mismo logró acercarse a las predicciones de la radio y del helicóptero, que materializaban el sueño de los viajes aéreos y la comunicación a distancia que se venían explorando en la segunda mitad del siglo XIX. No ocurrió así con la imagen de la escuela, que le resulta claramente improbable a Asimov: una máquina trituradora de libros conectada a unos cables que llegan a los auriculares de los alumnos; todo parece indicar que la información de los libros se convierte en sonido. Si bien la predicción estuvo alejada del tipo de tecnologías, la escena captura la esencia de los sistemas de reconocimiento y síntesis de voz, de uso generalizado actualmente (no así en el momento en que la analizó Asimov), sobre todo en el ámbito de las tecnologías accesibles e incluyentes.

Más cerca del aula del futuro estuvo el ilustrador futurista Arthur Radebaugh. En su serie de viñetas *Closer than we think!* (*¡Más cerca de lo que pensamos!*), publicada en diversos periódicos de Estados Unidos y Canadá entre 1958 y 1963, presentó su visión de cómo serían las aulas. Los profesores ya no deberían preocuparse por asistir a los colegios: podrían dar clases a varios grupos al mismo tiempo desde una ubicación remota; cada estudiante tendría a su alcance un dispositivo con cámara, pantalla y teclado para poder participar y hacer preguntas. A esto le llamó *push-button education*, basado en el trabajo del ingeniero Simon Ramo, catedrático del Instituto de Tecnología de California. Pero también imaginó la versión del alumno estudiando desde casa en un escritorio multipropósito con pantalla para ver y escuchar al profesor y un cuaderno electrónico para tomar notas (Novak, 2015).

Radebaugh también se acercó mucho a la predicción de los sistemas de reconocimiento de voz con su *speech transcoder*, una máquina registradora dispuesta en un gran supermercado para que los clientes dictaran sus pedidos a través de un micrófono; esto es, la máquina *entendía* el lenguaje natural y hacía la correspondiente transcripción. La base de las predicciones de Radebaugh estaba en una tecnología naciente que constituyó uno de los pilares de la Tercera Revolución Industrial, también conocida como Revolución Digital: las tecnologías de la información y la comunicación.

La invocación de futuros *innovadores* (Hong, 2021) cobra mayor fuerza con la digitalización, que transformó radicalmente las formas de registro y

tratamiento de la información. Con la aparición del computador personal a finales de los setenta y de internet a principios de los noventa, las viejas tecnologías de futuro de los cincuenta y los sesenta se reciclan en visiones de futuro entrelazadas de forma más consistente en el lenguaje y la acción del individuo en una suerte de prácticas performativas: parece más claro que es un futuro presente, por completo, en la cotidianidad de la gente. O como lo planteó Nicholas Negroponte en 1980: “La informática ya no se trata de computadores. Se trata de la vida” (Negroponte, 2014).

## Cultura digital y sonambulismo tecnológico

La afirmación de Negroponte, ahora, a cuarenta años, es una obviedad, pero en 1980 era una excentricidad de futurólogo. Sin embargo, en 1986, el teórico político Langdon Winner en su ya clásica obra *La ballena y el reactor*, desde otra orilla, podría decirse que reconocía en esta afirmación un hecho: “The significance of this state of affairs is by no means confined to its material success. When we use terms like ‘output’, ‘feedback’, ‘interface’, and ‘networking’ to express the transactions of everyday life, we reveal how thoroughly artificial things now shape our sense of human being” (Winner, 1986, p. 9).

Esta cita hace referencia a la visión de Winner de las tecnologías como *formas de vida* (1986, 2014), donde lo que los individuos hacen con los objetos técnicos no solo manifiesta la existencia de estos, sino, particularmente, las formas de existencia de los propios individuos; y el lenguaje, en este sentido, es el que mejor refleja estas prácticas tecnológicas. Por tanto, cuestionaba el papel instrumental que tradicionalmente se le había dado a la tecnología y que, según él, ya no servía para explicar su naturaleza: “What is needed is an interpretation of the ways, both obvious and subtle, in which everyday life is transformed by the mediating role of technical devices” (1986, p. 9).

Lo anterior revela una coincidencia, nada menor, en los discursos de los años ochenta de Negroponte y Winner: la claridad de que lo digital forma parte de la cultura. Pero sus visiones frente a la tecnología no pueden ser

más distintas. Son contemporáneos, hijos de su tiempo, y han dedicado su vida al estudio de la tecnología en la sociedad. El primero, Nicholas Negroponte, arquitecto venido a científico informático, fundador del Media Lab del MIT, se describe a sí mismo como un “visionario pragmático”, implicado en lo que predica, involucrado, de muchas maneras, en la creación de tecnologías clave de la era digital, desde el computador personal, pasando por la virtualización de mapas tipo Google Street View, hasta la inteligencia artificial (2014).

El segundo, Langdon Winner, es un académico y teórico político que ha centrado su trabajo en analizar los problemas sociales y políticos que rodean el cambio tecnológico moderno. En su blog se describe a sí mismo como maestro y activista político. Sus obras dan cuenta de una visión humanista y crítica del impacto de la tecnología en la sociedad, sin llegar a la distopía. En este horizonte, se encuentran dos de sus planteamientos más conocidos en los años ochenta: uno, la pregunta *¿tienen política los artefactos?*, y su correspondiente respuesta afirmativa, y el otro, una categoría que cada vez cobra más fuerza, *el sonambulismo tecnológico* (que será explicado más adelante).

“Una de las cosas que tiene la edad es que puedo decirles con total seguridad que he estado en el futuro. Estuve allí muchas veces, en realidad” (2014). Estas palabras de Negroponte, pronunciadas en su charla TED *Una historia de 30 años del futuro*, parecen una declaración de principios: el futuro siempre ha formado parte de su presente. Indudablemente, Negroponte es un tecnófilo, en el sentido que describe la *tecnofilia* Graham Gordon (2001), menos dramática que la de Neil Postman (2011). Cree ciegamente en los beneficios de la tecnología; por tanto, no solo es deseable, sino necesario, accederla y usarla plenamente. Con dos corolarios: lo más avanzado es lo mejor y la tecnología es neutra. Él mismo ha dicho en varias ocasiones que no logra entender el discurso antitecnológico (2014).

Sin embargo, hay un aspecto en el cual se ha diferenciado de otros tecnófilos: en su visión, la cuestión de los medios es tan esencial como la cuestión del valor de los fines. Esto es, la tecnología importa sí ayuda a los demás, sí ayuda a construir un mundo mejor. Tal vez el proyecto que puede dar cuenta de mejor manera de esta visión es *One Laptop per Child* (OLPC).

Así lo plantea Negroponte (2007) “Ser una organización sin ánimo de lucro es absolutamente fundamental (...) por dos motivos: uno, el propósito moral es claro. (...) Y el segundo es muy contrario a lo esperado: puedes tener la mejor gente en el mundo”. Se refiere, respectivamente, al propósito moral de conectar a los más vulnerables y a que todos los que participan en el proyecto lo hacen sin cobrar, porque creen en esa misión.

Una vez que los niños tuvieran el acceso a la computadora, ellos harían lo que saben hacer: aprender... solos. Esto es, sin escuela y sin maestros. En su charla TED sobre OLPC, el mismo Negroponte anotaba: “Y cuando la gente me decía, ‘¿quién va a enseñarles a los maestros para que les enseñen a los niños?’. Yo me decía, ‘¿de qué planeta vienen ustedes?’” (2007). Esto evidencia ese rasgo del tecnófilo, con su optimismo ciego en el *solucionismo tecnológico*: OLPC no solo ayudaría a resolver los problemas educativos, sino que también ayudaría a eliminar la pobreza, crear paz y trabajar por el medioambiente (Souter, 2021).

Para David Souter (2021), Negroponte cayó en la trampa del determinismo tecnológico, entre otras cosas por esa mirada neutra de la tecnología como algo que existe en un vacío social y cultural (Giraldo Ramírez, 2015). Por un lado, los costos de los XO, como les llamaron a estos computadores portátiles, por más bajos que fueran para el mercado, significaban un costo muy alto para algunos países en desarrollo que no podían darse el lujo de invertir en una tecnología aún no probada. Y por el otro, estaban pensados para el autoaprendizaje, en contextos donde pocas personas resultaban ser autodidactas: “... most will be left behind if that is made the norm, as Negroponte’s allies were suggesting, making society more not less unequal” (Souter, 2021, párr. 18).

Ese sesgo en la mirada que produce la fascinación tecnológica es lo que llaman Brown y Duguid (2002) la *visión en túnel*, una visión estrecha que no ubica la oportunidad tecnológica en contextos reales. Por su parte, Langdon Winner (2009) caracteriza este tipo de comportamiento como *amnesia educativa*: cada revolución tecnológica promete revitalizar la enseñanza y el aprendizaje, pero para ello olvida (¿deliberadamente?) iniciativas similares que le precedieron. Para ilustrarlo, señala que en poco más de un siglo, desde las películas educativas de Thomas Edison (1909)

hasta la fecha (de publicación de su artículo), hay poca evidencia de que cualquiera de las diferentes herramientas tecnológicas introducidas en las escuelas haya mejorado la educación.

The history of disappointment about the application of specific educational technologies is reflected in the embarrassing fact that no one looks back upon the past century of ongoing edu-tech innovations (including those of the past 5 to 10 years) with any great sense of accomplishment. (...)

In fact, the continuing waves of promotional zeal in educational technology are accompanied by a willingness to forget the results of earlier experiments and to forge ahead as if today's innovations were totally unprecedented. Perhaps that is why there is no Museum of the History of Educational Technology anywhere in the world. (...) Perhaps the reason for this absence is that, unlike other fields of technological development, there are few if any notable breakthroughs or genuine improvements that anyone cares to remember. Curators would go bald scratching their heads, asking: 'Which unforgettable successes and social benefits can we depict within this ongoing stream of technological initiatives?' (Winner, 2009, p. 588).

Las narrativas que se desprenden de esta visión sesgada sobre la tecnología son variadas, pero con una misma base: el determinismo tecnológico y la creencia en la neutralidad de la tecnología. El relato quizás más arraigado es el de la difusión de las innovaciones, que nos acompaña desde la década de 1960 y cuyo principio es adoptar y usar siempre lo nuevo, con dos correlatos principales: el discurso del déficit y la obsolescencia programada.

El primer correlato, el discurso del déficit, se enfoca principalmente en el déficit económico y en el déficit en la cognición: no tener recursos para acceder y no tener las habilidades para usarlo se resuelven fácilmente. En el primer caso, el del acceso, las campañas de mercadeo te muestran los altos beneficios, en contraste con el bajo costo: "Hemos renunciado a reparar los sistemas técnicos, pero a cambio podemos actualizarlos continuamente de una forma relativamente sencilla y barata" (Quintanilla, 2017, p. 26).

En lo concerniente al manejo, por un lado, el diseño tecnológico en la era digital se ha enfocado en productos más *transparentes* y *amigables* para



el usuario. Esto se ha logrado a través de las interfaces gráficas que facilitan el uso de cualquier dispositivo, al tiempo que ocultan el funcionamiento, el soporte de programación que lo hace viable. Y esto plantea una paradoja que Miguel Ángel Quintanilla (2017) considera una nueva fuente de alienación de los sistemas técnicos actuales: la opacidad de los dispositivos impide a los usuarios desentrañar y comprender su funcionamiento y, por tanto, tener un mínimo de control. Por el otro, están las campañas de alfabetización digital, sobre todo en educación, que se dedican a capacitar en el uso prescriptivo de la herramienta.

El segundo correlato, la obsolescencia programada, se ha movido en dos direcciones. La primera, limitar la vida útil de los artefactos, la estrategia más conocida y también la más cuestionada por la deliberada intención de mantener y renovar el consumo, al tiempo que se incrementan las ganancias. Y la segunda, aparentemente más sutil y velada, la de apelar a la seducción por lo nuevo. Esta última, una de las grandes estrategias del capitalismo según Lipovetsky (2020): la seducción ya no se limita al ámbito de las relaciones amorosas o eróticas, ya atraviesa todas las esferas sociales, la economía, la política, la educación y la cultura en general. “Es el momento de la diseminación social de las operaciones de seducción que se han hecho tentaculares, hegemónicas, destinadas a la innovación permanente” (p. 12).

El resultado: aunque se resista, la gente al final hace el cambio, adopta la innovación, so pena de quedar desconectada del mundo. Como lo plantea Langdon Winner (1986), el destino inexorable del ser humano parece ser el de la adaptación. Así dicho, quizá la explicación de Winner está dada por el determinismo tecnológico. Sin embargo, él mismo aclara este equívoco:

It may seem that the view I am suggesting is that of technological determinism: the idea that technological innovation is the basic cause of changes in society and that human beings have little choice other than to sit back and watch this ineluctable process unfold. But the concept of determinism is much too strong, far too sweeping in its implications to provide an adequate theory. It does a little justice to the genuine choices that arise, in both principle and practice, in the course of technical and social transformation. Being saddled with which it is like attempting to describe, all instances of sexual

intercourse based only of the concept of rape. A more revealing notion, in my view, is that of technological somnambulism. For the interesting puzzle in our times is that we so willingly sleepwalk through the process of reconstituting the conditions of human existence (1986, pp. 9-10).

El concepto de *sonambulismo tecnológico* de Winner parte de la base de que la humanidad se ha dedicado más a crear y a difundir tecnología que a realizar un análisis crítico sobre sus impactos en todas las esferas sociales. Ello debido a una visión esencialista que se centra en cómo funciona la tecnología y qué hacer con ella. La primera es una inquietud de quienes están implicados en la creación (inventores, técnicos, ingenieros, etc.); la segunda, referida al uso, solo plantea inquietudes acerca de qué hacer con la herramienta: la relación que se establece con la herramienta es, esencialmente, no problemática (Winner, 1986, 2014).

La tecnología y su uso se dan por sentados; problematizar, cuando menos, resulta irrelevante. Para referirse a ese destino inexorable, Negroponte (1998) anunciaba así una de sus predicciones en 1998: “Como el aire y el agua potable, ser digital se notará solo por su ausencia, no por su presencia” (párr.3). Y este, precisamente, es el punto que remarca Winner, pero desde una óptica crítica, ni tecnopesimista ni tecnooptimista: la tecnología está imbricada en todas las condiciones de la vida social y moral humana, no son entes independientes que, exclusivamente, sirven *para* un propósito específico de la actividad cotidiana (lo que los hace neutrales); son reestructurantes de esas condiciones, son *formas de vida*. Con lo cual, no hacerse preguntas sobre ello significa para Winner caminar imperturbables, *como sonámbulos a través del proceso de reconstrucción de la existencia humana*: lo que cuenta es el uso de la tecnología, lo que hace *para* nosotros, no lo que hace *con* nosotros.

## Internet: el mito del gran igualador

En un reciente artículo, Sun-Ha Hong (2021) plantea la sugerente metáfora de la *sala de espera* para señalar el dilema de las visiones tecnofuturistas

que se repiten y se reciclan no solo en el tipo de artefactos, sino en los propósitos: mejorar la vida del ser humano. Así que, con esas promesas instaladas en el imaginario colectivo, continuamos en la senda del sonambulismo tecnológico, viviendo el relato de futuro como un hecho del presente:

Technofutures ask us to build our beliefs and lives in anticipation of what lies on the “other side”, where the promised innovations have really arrived. Meanwhile, we are asked to ignore the problems and inequities that fester in the present—partly because they are implied to be “already solved” in the projected future, and partly through “value-lock” in which technological systems bake in old prejudices (e. g., Bender, Gebru, McMillan-Major, & Shmitchell, 2021, p. 614). The waiting room inverts the futurist positionality from prediction to conservation (Hong, 2021, p. 1942).

De muchas formas, internet es un claro ejemplo de lo anterior. Se ha vendido, desde su aparición, como *el gran igualador*, aquel que prometía acceso pleno a la información, una comunicación horizontal y una interactividad que les daría la posibilidad a los consumidores de convertirse en actores, productores de sus propios contenidos. “En las últimas décadas, a la gente de todo el planeta se le ha ido diciendo que la humanidad se halla en la senda hacia la igualdad, y que la globalización y las nuevas tecnologías nos ayudarán a llegar pronto a ella. En realidad, en el siglo XXI podrían surgir las sociedades más desiguales de la historia” (Harari, 2018, pos. 1391).

Las promesas de futuro... pasado se han convertido en eslogan que amplifica el relato por vía de la mitificación: internet democratiza el acceso a la información, democratiza el acceso al conocimiento, acceso y conectividad para todos, alfabetización (digital) para todos, computadoras resolviendo la crisis en la educación. Y el lenguaje, como dijimos anteriormente, es esencial en el atrincheramiento de los relatos de innovaciones futuras. Lo que decimos sobre los dispositivos y artefactos tecnológicos permite reconocer cómo la lengua refleja el contenido de la práctica tecnológica (Winner, 1986). Como lo propone Hong (2021), nos movemos en el presente, con base en el futuro proyectado: la promesa se convierte en hecho, en verdad.

Sin embargo, y más allá de la ácida crítica que hace el pensador y periodista alemán Frank Schirrmacher en *Las promesas incumplidas de internet* (2012) al neoliberalismo versión Silicon Valley, el presente pandémico ha hecho un descarnado ejercicio desmitificador de esas promesas de igualdad. La pandemia ha dejado en evidencia algo sabido, pero raras veces asumido: si bien el acceso no soluciona los problemas sociales más acuciantes, sobre todo en la educación, la brecha de acceso sí profundiza la desigualdad y la inequidad ya existentes; particularmente en una región como América Latina y el Caribe, con ocho países en la lista de los más desiguales del mundo<sup>4</sup> (Dinero, 2018).

Por supuesto, es claro que el índice de Gini, el cual usa el Banco Mundial para medir la desigualdad, calcula desde una sola dimensión: las diferencias de ingresos. Por tanto, otras condiciones de vulnerabilidad, diversas y profundas, suelen no visibilizarse, como, por ejemplo, carecer de agua potable, electricidad, salud, alimentación, educación, etc. Todas estas son dimensiones de la pobreza que también soslayan las promesas democratizadoras de internet.

Y si nos centráramos solo en los aspectos de conectividad y acceso, el informe sobre los impactos del COVID-19 del Instituto Internacional de la Unesco para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (IESALC) deja claro que en la región los estudiantes se tuvieron que enfrentar a una realidad de baja conectividad en los hogares (45 %), la cual, además, se concentra en la zona urbana (Unesco e IESALC, 2020). Otro informe, esta vez de la Cepal sobre la evolución e impactos de la pandemia, hace hincapié sobre lo elemental:

... la adopción de soluciones tecnológicas está condicionada por factores estructurales: una heterogénea estructura productiva, un mercado laboral con una marcada informalidad y precariedad, una clase media vulnerable, un debilitado Estado de bienestar, una infraestructura digital deficiente y restricciones socioeconómicas al acceso y la conectividad (Cepal y Unesco, 2020, p. 2).

---

<sup>4</sup> En su orden los países más desiguales: Haití, Honduras, Colombia, Brasil, Panamá, Chile, Costa Rica y México.

Para completar con datos este panorama, un estudio reciente (Reimers y Schleicher, 2020) evidenció que solo la mitad de los estudiantes en 59 países pudo acceder a todo el contenido escolar durante el confinamiento que produjo la pandemia. Las razones fundamentales están dadas por la disparidad en el acceso, la conectividad y las habilidades de uso de la tecnología tanto de estudiantes como de profesores.

De allí una de las diez recomendaciones que hace la Unesco para enfrentar la educación en tiempos de pandemia: “... que las soluciones tecnológicas no perjudican a quienes ya parten de una situación de desventaja” (Unesco e IESALC, 2020, p. 54). Hay historias de futuro añejas para un gran porcentaje del mundo occidentalizado, pero hay una proporción aún más grande para quienes esas historias de futuro no fueron, no llegaron. Se habla mucho de la brecha digital, pero se olvida la multidimensionalidad y las vulnerabilidades. Quizás el problema esté, como lo planteó William Gibson, en que el futuro ya está aquí, pero simplemente no está distribuido uniformemente (Kennedy, 2012).

## **La educación, una nueva eutopía: a modo de conclusión**

En el prólogo a una de sus primeras obras, *Historia de las utopías*, Lewis Mumford, refiriéndose a los revolucionarios del siglo XVIII y a sus seguidores posteriores, que exageraban la maleabilidad de la sociedad, dice:

Para ellos, y siguiendo a Locke, la sociedad humana era producto de la mente humana y debía ser tratada como un folio en blanco sobre el cual cada generación podría, tras borrar el pasado, dejar su propia impronta ideal. De ahí que se equivocasen al sobrevalorar tanto la cantidad como el valor de las mutaciones creativas que se producían en cada generación y al infravalorar la importancia de los “vestigios” y las “persistencias” que había ido depositando cada generación anterior, que aumentaban de forma inimaginable la riqueza de la vida humana y que, por cierto, resultaban, como el lenguaje mismo, esenciales para la supervivencia (2013, pp. 11-12).

Para Mumford (2013), una de las virtudes de las utopías clásicas (pese a todos los problemas que tenían) era que consideraban la sociedad como un todo. Algo que no veía en la sociedad de su época (años sesenta del siglo XX), que “había dividido la vida en compartimentos estancos: economía, política, religión, guerra, educación; y dentro de tales divisiones, los intentos de reforma y mejora, o de invención y creatividad, se llevaban a cabo en compartimentos aún más pequeños, con muy escasas referencias al todo dentro del cual desempeñaban su papel” (p. 14).

El pensamiento utópico para Mumford debe ser lo opuesto a esta fragmentación, que se evidencia en la hiperespecialización, en el sectarismo, en el unilateralismo. Esto es uno de los problemas de la sociedad en general y de la educación en particular: sabemos cada vez más de cada vez menos, que se convierte en la contracara del *efecto* Dunning-Kruger: creer que se sabe mucho, cuando el conocimiento real es muy pobre; el efecto de la burbuja informativa que describe Pariser (2011, 2017) y que produce un tipo de sonambulismo tecnológico, el cual bien podría resumirse en esta frase del filósofo surcoreano Byung-Chul Han: “Ahora uno se explota a sí mismo y cree que está realizándose” (Geli, 2018, párr. 4).

El primero de los problemas que detectó Mumford en su *Historia de las utopías*, infravalorar los *vestigios* y las *persistencias* de generaciones anteriores, fue ampliamente analizado por la antropóloga Margaret Mead (2002) en su libro *Cultura y compromiso*, publicado en 1970, y cuyo subtítulo da cuenta de ese propósito: *Estudio sobre la ruptura generacional*. Mead dice que las características culturales de una sociedad se transforman con el paso del tiempo, lo que suscita dos interrogantes: por un lado, ¿cómo puede servir la interacción entre generaciones para contrastar y evaluar esos cambios?, y, por el otro, ¿cómo superar la ruptura generacional en las relaciones conflictivas contemporáneas de jóvenes, padres y abuelos?

La respuesta, o al menos el tema central que le sirve como tal para analizar esos interrogantes, es el problema del compromiso: “¿Con qué pasado, presente o porvenir pueden comprometerse los jóvenes idealistas?” (Mead, 2002, p. 14). La respuesta de Mead está en la necesidad de reubicar el futuro, un futuro que no está adelante en el tiempo, sino entre nosotros, “... como algo [que] está aquí, que ya está listo para que lo alimentemos y lo ayudemos y lo protejamos, que ya necesita elementos que debemos

preparar antes de que nazca, porque de lo contrario será demasiado tarde. De modo que, como dicen los jóvenes: El futuro es ahora” (p. 142).

La forma más expedita de alimentar, ayudar y proteger al futuro es la educación. Una educación donde el pasado, como lo expresa Mead, no sea coactivo, sino el soporte que ha proporcionado el conocimiento necesario para la configuración de la cultura contemporánea.

El segundo de los problemas que planteó Mumford (2013) es la división de la vida en compartimentos estancos, lo que produce sectarismo, parcialidad, especialización, etc. Esta falta de visión holística de la vida incide en la crisis civilizatoria. Si alguna obra se acerca a dicha visión, es la del filósofo Edgar Morin (1999) y, particularmente, *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*, donde hace la pregunta por el conocimiento pertinente para enfrentar la crisis de la que habla Mumford. Para Morin, lo humano se ha dislocado y las realidades complejas se han quebrantado, con lo cual se hace urgente y necesaria una reforma paradigmática del pensamiento, donde la educación tenga un papel fundamental.

Para combatir lo que llama Morin los *estereotipos y conformismos cognitivos* (que están en la base del *sonambulismo tecnológico*), se debe, dice, hacer frente a la hiperespecialización de la ciencia y la fragmentación en los saberes, y para ello la educación debe evidenciar el contexto, lo global (relación entre el todo y las partes), lo multidimensional y lo complejo. Recuperar la comprensión, la reflexión y la visión de largo plazo en una sociedad que siempre ha de estar atenta a situar y enseñar la condición humana.<sup>5</sup>

Las tecnologías de la llamada Cuarta Revolución Industrial (inteligencia artificial, *big data*, internet de las cosas, realidad aumentada) son aún más opacas para el usuario, al tiempo que están más imbricadas en la actividad cotidiana: sabemos cada vez menos de ellas, pero las usamos más. ¿Cómo salvar esa paradoja? ¿Somos suficientemente conscientes de lo que pasa en nuestra vida cotidiana, atravesada como está por las tecnologías digitales?

... quizá el peor pecado de la ciencia ficción actual es que tiende a confundir inteligencia con conciencia. Como resultado, se preocupa en demasía por una

<sup>5</sup> Resulta cuando menos desoladora la crisis por la que pasan actualmente las disciplinas humanistas tanto en la escuela como en la universidad.

guerra potencial entre robots y humanos, cuando en realidad lo que hay que temer es un conflicto entre una pequeña élite de superhumanos empoderados por algoritmos y una enorme subclase de *Homo sapiens* despojados. Cuando se piensa en el futuro de la IA, Karl Marx sigue siendo mejor guía que Steven Spielberg (Harari, 2018, pos. 4156).

Convertir la educación en la eutopía de Tomás Moro, *el buen lugar*, aquel que se empeñe más en formar conciencia sobre los problemas que aquejan no solo a nuestra especie, sino al planeta todo; aquella que acompañe, alimente y proteja el futuro puede ser un camino plausible para evitar el falso dilema al que nos han abocado tantos relatos de futuro con sus visiones polarizadas y dicotómicas de la realidad tecnológica y social. Aunque lo pueda parecer, no estamos como Neo (personaje de *The Matrix*, 1999), condenados inexorablemente a escoger entre la pastilla azul, que me deja tranquilo, sonámbulo, aceptando lo que me brinda la matriz (una prisión para la mente), y la pastilla roja, que me despertará de ese mal sueño y me permitirá salir de la cárcel para reconocer el mundo con mis propios ojos, no con los de una simulación dictada por los algoritmos.

Porque el asunto no es sustraerme o marginarme de la vida social, de la cultura, de la cual formo parte, como asimismo forman parte los artefactos tecnológicos. Y en esto pueden ayudar las herramientas que brinde una educación comprometida con el futuro, en el sentido del *compromiso* planteado por Mead y refrendado por Morin: decidido a combatir tanto la ceguera como la vana ilusión.

## Referencias

- Adorno, T. W. y Horkheimer, M. (1981). La industria de la cultura: ilustración como engaño de las masas. En J. Curran, M. Gurevith y J. Woollacott, *Sociedad y comunicación de masas*. Fondo de Cultura Económica.
- Asimov, I. (1987). *La edad del futuro*. Plaza & Janés Editores.
- Asimov, I. y Côté, J. M. (1987). *El futuro: una visión del año 2000 desde el siglo XIX*. Alianza Editorial.



- Baudrillard, J. (1998). *Cultura y simulacro*. Editorial Kairós.
- Booker, M. K. y Thomas, A. M. (2009). *The science fiction handbook*. Wiley-Blackwell Pub. <http://www.credoreference.com/book/wileyscifh>
- Briggs, A. y Burke, P. (2002). *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Editorial Taurus.
- Brown, J. S. y Duguid, P. (2002). *The social life of information*. Harvard Business School Press.
- Burke, P. (2009). La historia del futuro, 1500-2000. *Historia y Sociedad*, 16, 11-22.
- Cassirer, E. (1997). *Antropología filosófica*. Fondo de Cultura Económica.
- Castro Noquera, L. (1997). *La risa del espacio. El imaginario espacio-temporal en la cultura contemporánea: una reflexión sociológica*. Editorial Tecnos.
- Cepal y Unesco. (2020). *La educación en tiempos de la pandemia de COVID-19*. Cepal. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/45904>
- Dinero. (2018, marzo 7). Los 10 países más ricos del mundo... Y los 10 más desiguales. *Revista Dinero*. <http://www.dinero.com/economia/articulo/los-10-paises-mas-ricos-del-mundo-y-los-paises-mas-desiguales/259786>
- Eco, U. (2016). *De la estupidez a la locura: crónicas para el futuro que nos espera*. Editorial Lumen.
- Freire, P. (2002). *Pedagogía de la autonomía*. Siglo XXI Editores.
- García-Marín, D. y Aparici, R. (2019). La posverdad de la burbuja informativa. *The Conversation*. <http://theconversation.com/la-posverdad-de-la-burbuja-informativa-118657>
- Geli, C. (2018, febrero 7). Byung-Chul Han. “Ahora uno se explota a sí mismo y cree que está realizándose”. *El País*. [https://elpais.com/cultura/2018/02/07/actualidad/1517989873\\_086219.html](https://elpais.com/cultura/2018/02/07/actualidad/1517989873_086219.html)
- Giraldo Ramírez, M. (2015). *La mitificación de las tecnologías de la comunicación en educación: actitudes, discursos y prácticas de los docentes universitarios colombianos* [Tesis de doctorado]. Universitat Autònoma de Barcelona. <http://www.tdx.cat/handle/10803/328425>
- Graham, G. (2001). *Internet: Una indagación filosófica*. Cátedra.
- Harari, Y. N. (2014). *Sapiens. De animales a dioses: una breve historia de la humanidad*. Editorial Debate.
- Harari, Y. N. (2018). *21 lecciones para el siglo XXI*. Editorial Debate.
- Hong, S. (2021). Technofutures in stasis: smart machines, ubiquitous computing, and the future that keeps coming back. *International Journal of Communication*, 15(0), 21.

- Kennedy, P. (2012, enero 13). William Gibson's Future Is Now. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2012/01/15/books/review/distrust-that-particular-flavor-by-william-gibson-book-review.html>
- Kopp, R. (2014). Los medios de comunicación y la transformación del hombre en la literatura distópica. *Comunicación y Sociedad*, 22, 159-178.
- Leroi-Gourhan, A. (1971). *El gesto y la palabra*. Universidad Central de Venezuela.
- Lévi-Strauss, C. (1987). La estructura de los mitos. En *Antropología estructural* (pp. 229-252). Ediciones Paidós.
- Lipovetsky, G. (2020). *Gustar y emocionar: ensayo sobre la sociedad de la seducción*. Editorial Anagrama.
- Marcuse, H. (1968). *El hombre unidimensional*. Editorial Seix Barral.
- Mead, M. (2002). *Cultura y compromiso: estudios sobre la ruptura generacional*. Editorial Gedisa.
- Morin, E. (1999). *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. Unesco.
- Mumford, L. (2013). *Historia de las utopías*. Pepitas de calabaza ed.
- Negroponte, N. (1998). Beyond digital. *WIRED* 6.12. <https://web.media.mit.edu/~nicholas/Wired/WIRED6-12.html>
- Negroponte, N. (2007). *One Laptop per Child, two years on* [Video]. TED. [https://www.ted.com/talks/nicholas\\_negroponte\\_one\\_laptop\\_per\\_child\\_two\\_years\\_on](https://www.ted.com/talks/nicholas_negroponte_one_laptop_per_child_two_years_on)
- Negroponte, N. (2014). *Una historia de 30 años del futuro* [Video]. TED. [https://www.ted.com/talks/nicholas\\_negroponte\\_a\\_30\\_year\\_history\\_of\\_the\\_future?language=es](https://www.ted.com/talks/nicholas_negroponte_a_30_year_history_of_the_future?language=es)
- Nicoletti, G. (2015, junio 11). Umberto Eco: “Con i social parola a legioni di imbecilli”. *lastampa.it*. <https://www.lastampa.it/cultura/2015/06/11/news/umberto-eco-con-i-social-parola-a-legioni-di-imbecilli-1.35250428>
- Novak, M. (2015, abril 2). 42 visions for tomorrow from the golden age of futurism. *Gizmodo*. <https://gizmodo.com/42-visions-for-tomorrow-from-the-golden-age-of-futurism-1683553063>
- Oxford Languages. (2016). *Oxford Word of the Year 2016*. <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>
- Pariser, E. (2011). *Beware online “filter bubbles”* [Video]. TED. [https://www.ted.com/talks/eli\\_pariser\\_beware\\_online\\_filter\\_bubbles](https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles)
- Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja: cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Editorial Taurus.
- Postman, N. (2011). *Technopoly: the surrender of culture to technology*. Random House US.

- Quintanilla, M. A. (2017). *Tecnologías entrañables: ¿es posible un modelo alternativo de desarrollo tecnológico?*. Los Libros de la Catarata.
- Reimers, F. y Schleicher, A. (2020). Aprendiendo durante la pandemia: de la disrupción a la innovación. *Educalidad*. <http://educalidad.com/eventos/aprendiendo-durante-la-pandemia-de-la-disrupcion-a-la-innovacion/>
- Rodríguez, H. (2018). Así pensaban en el 1900 que sería el mundo en el año 2000. *Historia, National Geographic*. [https://historia.nationalgeographic.com.es/a/asi-pensaban-1900-que-seria-mundo-ano-2000\\_12922](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/asi-pensaban-1900-que-seria-mundo-ano-2000_12922)
- Sakaiya, T. (1995). *Historia del futuro*. Editorial Andrés Bello.
- Schirmacher, F. (2012). Las promesas incumplidas de internet. *El Malpensante*, 137. <https://elmalpensante.com/articulo/2726/las-promesas-incumplidas-de-internet>
- Souter, D. (2021). Inside the digital society: lessons from little laptops [Blog]. *Parenting for a Digital Future*. <https://blogs.lse.ac.uk/parenting4digitalfuture/2021/01/13/one-laptop-per-child/>
- Unesco e IESALC. (2020). *COVID-19 y educación superior: de los efectos inmediatos al día después. Análisis de impactos, respuestas políticas y recomendaciones*. <https://www.iesalc.unesco.org/2020/04/14/iesalc-insta-a-los-estados-a-asegurar-el-derecho-a-la-educacion-superior-en-igualdad-de-oportunidades-ante-el-covid-19/>
- Villoro, J. (2021). *El sueño de la razón*. Grupo SURA.
- Winner, L. (1986). *The whale and the reactor: a search for limits in an age of high technology*. University of Chicago Press.
- Winner, L. (2009). Information technology and educational amnesia. *Policy Futures in Education*, 7(6), 587-591. DOI: <https://doi.org/10.2304/pfie.2009.7.6.587>
- Winner, L. (2014). Technologies as forms of life. En R. Sandler, *Ethics and emerging technologies* (pp. 48-60). Springer.

## Capítulo III

# La aparición del prosumidor en la cultura digital: contextos y condiciones

Rodrigo González Reyes

En el año 2005 apareció, de la nada y sin mucho alboroto, lo que muchos vieron como un sitio de autoalojamiento de videos: era YouTube. Pensado originalmente como un repositorio de material videograbado que permitiera archivar y publicar contenido audiovisual en *streaming*, en menos de un lustro fue virando hacia una plataforma de autoproducción.

En parte, esto quiere decir que se convertía en un producto tecnológico cuyo principal atributo y promesa de venta no era ya ser un proveedor de atajos entre consumidores y productores casuales, sino el ofrecer un espacio donde las personas pudieran subir material producido, ex profeso, para ser distribuido y visualizado en esa plataforma (Kyncl y Peyvan, 2019). Su lema era, ya entonces, muy claro: “*Broadcast yourself*” (“Transmite tú mismo”). Habían nacido, también sin mucha conciencia de haberlo hecho, los

*youtubers*, y con ellos el boom de la producción de contenidos centrados en el usuario, y el modelo más claro, que hoy conocemos como el *prosumidor*.

Aunque al día de hoy pensamos en estos *youtubers* y otros autoprodutores como actores que compiten entre ellos para ganar una fracción de nuestra atención (Odell, 2019), la inmensa mayoría del material y canales existentes en YouTube consiste en contenido generado por usuarios llanos e improvisados, gente armada con un teléfono inteligente y, algunas veces, alguna aplicación de edición y publicación. Nada más. Para ejemplo, basta saber que más de mil quinientos millones de personas son usuarios de YouTube y, de ellos, una cantidad importante genera contenidos (Kyncl y Peyvan, 2019, p. 13), y esto es relevante porque la mayor cantidad de material videograbado en el mundo es consumida ahora vía YouTube.

Es importante este surgimiento, también, porque con YouTube los llamados medios centrados en el usuario (*user centered media*) han pasado a establecer una revolucionaria mancuerna en la que si hay un usuario que consume, es porque detrás hay un usuario que produce. El antiguo monopolio, donde los medios de expresión se concentraban en manos de un puñado de grandes productores mediáticos, al estilo de Hollywood, cedió ante la enorme presión de millones de personas en posesión de tecnología casera barata y conocimientos de producción apenas básicos, pero ansiosas de compartir sus propios contenidos y de construir sus propios ámbitos de expresión, creación y consumo.

No obstante que Hollywood sigue existiendo y los grandes desarrolladores y monopolios mediáticos, con seguridad, no desaparecerán (pues la editorialización, curaduría y producción de contenidos de calidad sigue siendo una actividad altamente rentable y necesaria para flotar en el mar de la infoxicación), es seguro que la customización de contenidos y la posibilidad de la distribución desintermediada han generado nuevas formas de capturar audiencias y nuevas estructuras de oferta y demanda que han hecho emerger, a su vez, novísimos mercados culturales, y todo esto se debe a que los nuevos generadores y voraces consumidores de contenido *prosumen*.

Por su parte, si bien hemos hablado de YouTube y su papel en el horizonte audiovisual, la situación se replica en todos los escenarios de las economías culturales y mediáticas a partir de la plataformización y la con-

vergencia tecnológica (Galloway, 2017): Wattpad en el contexto editorial, Twitter en el ámbito informativo, Pinterest en la creación visual..., y la lista corre. Esta transformación profunda y estructural en la forma de acceder a la creación cultural y de insertar nuevos renglones de actividad económica con base en la distribución al detalle de grandes volúmenes de contenidos simbólicos y en la cocreación de valor no sería posible sin la existencia de esta nueva articulación.

Si lo vemos así, ellos son quienes generan contenidos, no las firmas mediáticas; son ellos quienes distribuyen y generan redes de circulación de esos contenidos, no los corporativos tecnológicos. Aunque, como en todo, hay que leer la letra pequeña del contrato y tener en cuenta que estos prosumidores están lejos de ser los rebeldes que desafían al sistema o los elementos disruptores que retan al *statu quo* (pues con su actividad han dado lugar a nuevas formas de expropiación del conocimiento, de expolio de los activos creativos, e inaugurado nuevas estructuras, inequitativas por cierto, de propiedad intelectual), es innegable que con ellos estamos más cerca del ideal de la democratización y diversificación que de las precarias modalidades de acceso de hace diez, quince o veinte años.

Es por esto, por el papel central que desempeñan estos prosumidores en la reorganización del ecosistema cultural, particularmente en el de lo que llamamos *cultura y economía digital*, que a lo largo del presente trabajo ofrecemos un recorrido sobre las distintas condiciones que han posibilitado su aparición.

## ¿Quién es el prosumidor?

A finales de la década de los setenta, el sociólogo norteamericano Alvin Toffler acuñó el término *prosumer* (prosumidor), que resulta de la contracción de dos palabras: *producere* y *consumere* (Toffler, 1979). La idea tras esta concepción era poner el foco en el regreso de un modelo que se creía agotado en la Edad Media y que se caracterizaba por la necesidad, vigente hasta aquel momento, de que una misma persona produjera todo lo que consumía.

En sentido estricto, el término *prosumidor* engloba a todo aquel que es capaz de producir y consumir a partes iguales o casi iguales. Aunque el término es ampliable a cualquier actividad humana que implique los principios de la producción y el consumo, actualmente se acota a los públicos mediáticos y los usuarios de las tecnologías de la información y la comunicación en cuanto agentes, en el sentido estricto de “tener agencia”, capaces de crear contenidos culturales o informativos, al tiempo que están posibilitados para hacer uso y reuso de los creados por otros, incluyendo en esto lo ofertado tanto por industrias culturales formalizadas como por usuarios o grupos informales.

No importando si hablamos de *makers* que reproducen piezas mecánicas en impresión 3D a partir de planos de acceso libre o de amas de casa que a través de una app del celular confeccionan un meme o *sticker* (Anderson, 2012, p. 12; Rifkin, 2016, p. 118), la idea es la misma: la mediación tecnológica que tienen en su poder, tanto en términos de *software* como de *hardware*, de aparatos e interfaces, de infraestructura y *know how*, para hacer, rehacer, poner en circulación y tomar y apropiarse lo hecho por otros para crear cosas nuevas de manera fácil, intuitiva y casi gratuita, y esto representa, en más de un sentido, una revolución y un reordenamiento general del aportar y el crear valor en los ámbitos culturales.

Si vamos a la historia del término, y según lo retoma Toffler (1979), con la llegada de la división social del trabajo especializado, el arribo de la producción de excedencia y la transformación radical que trajo el comercio de esos excedentes, se separan las actividades económicas entre consumidores y productores. A lo largo de los siguientes quinientos años, estos modos de producción (en el sentido marxista) se fueron afinando y consolidando hasta dar lugar al sistema industrial actual, donde industrialización y maquinización acabaron por establecer un esquema en el cual es altamente difícil encontrar actividades económicas que permitan, como no sea por ocio, autoconsumir lo que se produce, incluso en economías rurales o marginales.

Con este telón de fondo, Toffler descubre que en las formas actuales de sociedad, que son las sociedades postindustriales de fin de siglo (Bell, 1980), las tecnologías que empiezan a extenderse en la forma de técnicas basadas en el operario, pero que tienen salida en el consumidor (un

cajero automático, que era novedad en la época, por ejemplo), llevan a retrotraer ese mismo cartabón, mas ahora en un contexto de superabundancia y de hiperespecialización en cada actividad económica.

Como también es sabido, aunque esta visión de las etapas productivas no era ninguna novedad para la disciplina económica (Srnicsek, 2019, p. 10), Toffler logró ver en ello la esencia de una prognosis más que la obviedad de una diagnosis. En su analogía, mientras que otrora las personas estaban obligadas, al vivir en una economía de subsistencia, a ser las productoras y consumidoras simultáneas de todos los satisfactores de la vida diaria, en las sociedades contemporáneas aparecía de nuevo la posibilidad (que ya no la necesidad) de reestablecer ese binomio, pero en un giro de presencia tecnológica que apuntaba a los satisfactores más abstractos y existenciales de una sociedad altamente diversificada.

En este punto es necesario hacer un alto y decir que Toffler, en ese momento, ocupaba un lugar importante fuera del hermético espacio de las universidades como autor popular y de culto en la divulgación científica, el periodismo cultural y, particularmente, la literatura conocida como *futurista* (Toffler, 1972). Desde esas trincheras, el término, que hacía justicia a su espíritu futuroológico, se elevó al nivel de nuevo clásico y recorrió en muy poco tiempo las distintas bases de la teoría social de la época, para traspasar a los ámbitos de la academia e instalarse, cómodamente, en la plática coloquial y cotidiana del ciudadano común.

Posteriormente, ya en la década de los noventa del siglo XX y hacia principios de la primera del XXI, cuando internet hizo su aparición como una tecnología comercial que iba colonizando todas las áreas de la vida social y cultural, el rescate del concepto y su explosión resultaron casi naturales. A fin de cuentas, si algo dejaba ver el regreso del prosumidor en toda su extensión y dinamismo, eran internet y el creciente entorno de tecnologías digitales asociadas, que recorría un amplio espectro que va desde el escáner fotográfico hasta el micrófono integrado al teléfono móvil.

Con la mirada puesta en las transformaciones posibles y los miedos probables, quedaba claro que cualquier persona con acceso a los básicos tecnológicos de la sociedad de la información, con internet al centro, era un prosumidor en potencia, mientras que el abaratamiento del equipamien-



to, cada vez más extendido y sofisticado, permitía vislumbrar un cambio tan importante en las formas de relacionarnos con las ideas de hacer y apropiar que algunos comenzaron a hablar de una Cuarta Revolución Industrial (Schwab, 2016), de la aparición de sociedades de costo marginal cero (Riffkin, 2016), pero también de nuevas dictaduras de la expropiación capitalista del conocimiento socialmente generado (Fumagalli, 2010).

Como fuere, el prosumidor, como concepto y como actor de carne y hueso, estaba ya presente más allá de los imaginarios (Jenkins, 2017). El avance de internet y las tecnologías digitales acabarían por darle un lugar central en la conformación de la cultura y la economía digital, y de sentar un conjunto sofisticado de nuevas reglas de juego que abarcan hoy desde los supuestos organizativos del capital tecnológico en la industria toda (Fumagalli et al., 2020) hasta la revalorización de las actividades comunicativas anteriormente vistas como remanentes no rentabilizables ni esenciales del y para el actuar social (Moulier-Boutang, 2012).

## **De *amateurs*, aficionados y emprendedores informales**

El último cuarto del siglo XIX fue, en muchos sentidos, muy distinto a cualquier otro cuarto de siglo. En esos escasos veinticinco años, la humanidad vio aparecer una ingente colección de adelantos, cambios e innovaciones como nunca antes (Hardford, 2018, pp. 19-23). Los descubrimientos científicos estaban a la orden del día. En todo esto, el papel de un conjunto de agentes, que aparecen translúcidos en el recuento histórico de la modernización del XIX y el XX, fue no solo central, sino sobre todo insustituible en este proceso: los aficionados y emprendedores informales (Anderson, 2012, pp. 18-19), que son la primera forma histórica del nuevo prosumidor.

Escondidos en garajes y habitaciones convertidas en improvisados laboratorios o talleres, estos personajes sistematizaron conocimientos informales, corrieron con el precio que reclama la innovación (que es costoso e implica alto riesgo financiero) y operaron como canales no formales de circulación de información y saberes.

Más allá de que se tratara de químicos aficionados, de mecánicos con títulos o amas de casa con grandes dotes experimentales, este variopinto conjunto de personalidades le dio impulso a una importante cantidad de emprendimientos que hoy juzgamos como partes naturales del ecosistema económico del siglo XX (Stebbins, 1992), a la vez que fomentó el crecimiento y extensión de una cultura que hoy llamamos *emprendimiento de innovación* (Von Hippel, 2006), inspirado en el principio productivo y deontológico del *hágalo usted mismo* (DIY, *do it yourself*) (Leadbeater y Miller, 2004).

Herederos de historias como esta, así vieron la luz la bicicleta, la baquelita, la lámpara incandescente y las anilinas (Bijker, 1997; Mukherjee, 2016), pero también descubrimientos de fenómenos en las áreas biológicas, médicas y sociales.

Estas condiciones, por su parte, resultan indispensables para entender de dónde surge el ímpetu prosumidor actual, pues estos en su origen sentaron las bases prácticas en un interés que se arraigó y medró a lo largo del siglo XX a través de estos amateurs y aficionados. Fueron personas que, entendiendo el valor del propio hacer, también entendieron que ningún cuerpo de conocimientos puede ser individual y que la creación individual tiene raíces, siempre, en lo que crean los otros.

Desde esta posición, acomodados en sus contextualidades, *amateurs* y aficionados crearon redes de aprovechamiento colectivo para convertirlo en novedades y prodigios que transformaron lo que los inflexibles modos de la academia, hermética y excluyente, y de la riesgosa y competitiva carrera industrial no pudieron.

Desde ahí rescatamos la figura de los aficionados y los emprendedores informales, pues, en cuanto prosumidores primigenios, muestran el interés por la prosumisión como una proclividad natural en entornos de escasez (de novedad, de irrupción, de riesgo), y ponen de relieve que, más que una posibilidad técnica de consumir y producir a partes iguales, el prosumo encarna la posibilidad de ampliar los circuitos, modificar los estándares y enriquecer los inventarios tradicionales y oficiales de lo que está a disposición, tal como sucedía a lo largo del siglo pasado, cuando la poca variedad de modalidades de producción cultural se encontró con el mesmerismo de la nueva reproductibilidad técnica.

En este eje, es también importante señalar que, aunque al prosumidor se le suele situar como un agente que habita preferentemente en el ecosistema de la producción de contenidos digitales, particularmente los audiovisuales, y se le suele invocar (y no sin razón y para mal) como parte fundamental del anclaje, consolidación y crecimiento involuntario de una nueva economía digital de la explotación intelectual (Srnicsek, 2018), en realidad el principio de prosumo digital se amplía extensamente a la creación de portafolios de contenidos que traspasan o hacen viajes de ida y vuelta al terreno del soporte físico y la economía sólida.

Así, aunque definitivamente se presenta como el centro de la economía del contenido generado por usuarios (*user generated content*), que da lugar a gran parte de la plataformización de esta nueva economía digital (Srnicsek, 2019), la creación de esos mismos contenidos permite, sin lugar a dudas, nivelar la democratización del acceso a partir de diversificar las ventanas y canales de ingreso a la exhibición cultural, aumentar las respuestas de producción de las audiencias-usuarios, ampliar la elasticidad de la demanda de productos culturales (digitales o no) y fomentar, como hubiera dicho Adorno, *la progresión del reino de las mercancías* en el terreno de los intangibles y simbólicos.

Con ello, los prosumidores, al momento de asumir roles particulares en los distintos escenarios de la producción, circulación y consumo cultural, y de objetivarse en movimientos, prácticas y modelos de acción diferenciados, se suman al amplio catálogo de máquinas culturales que, a medio camino entre la digitalidad y la economía de lo concreto (Anderson, 2012, pp. 33-34), se reconfiguran entre ellas cada día y, con ello, a los mercados y corredores de ampliados consumos culturales.

Tal como veremos más adelante, si bien no todo ciudadano (ni usuario tecnológico), pero tampoco cada consumidor cultural, puede ser contemplado como prosumidor, o bien compartir horizontalmente este marbete (por distintas causas que van del acceso a la alfabetización y la inactividad política a la coerción comercial), una proporción muy alta de quienes tienen, usan y portan tecnologías infocomunicativas es, al menos en un grado básico, generadora y consumidora de contenidos.

Asimismo veremos que, aunque estos generadores de contenidos son muy importantes en ciertos escenarios y en ciertos aspectos de la econo-

mía digital de la cultura (Mallamaci et al., 2020), el centro en este trabajo estará puesto en la revisión de las distintas condiciones que han nivelado el terreno que favoreció el inicio de este juego, el cual tiene márgenes en lo informal, lo no oficial y, muchas veces, incluso en lo ilegal (Clay y Phillips, 2016).

Para ello, proponemos un recorrido contextualizador sobre las condiciones que envuelven a los procesos de producción-distribución, circulación y consumo cultural a lo largo del siglo XX, para, posteriormente, pasar a revisar cómo estos prosumidores han tomado formas distintas, acometido objetivos diferentes y, al corto plazo, ingresar a los meandros de la economía y la cultura digital a veces como actores disruptivos y, otras, como parte orgánica del propio *establishment*.

## El gran contexto: la digitalización como escenario de actuación prosumidora

La capacidad de producir y consumir a la par, o en paralelo o casi en paralelo, encontró en las tecnologías informáticas (y las de la información, que no son lo mismo) no solo un horizonte de constatación, sino, sobre todo, uno de experimentación.

Un hecho importante que suele dejarse de lado cuando se toma el tema de la prosumisión es el papel que la digitalización ha tenido al llegar e insertarse en las formas de producir, distribuir y consumir bienes culturales antes del siglo XXI. En el sentido más técnico, la digitalización es un proceso que podemos resumir en un gran principio: la capacidad de convertir contenidos físicos en paquetes de datos intangibles. Esto equivale a decir que un libro impreso sobre un soporte en papel es proclive a transformarse en un archivo con extensión PDF o un disco de audio de vinilo en un archivo MP3.

Para entender esto mejor, vayamos a la parte más técnica, aquella que explica la migración de átomos a bits (Negroponte, 1996), el pasar de lo material a lo inmaterial. En principio, se trata de *desmaterializar* la información que se encuentra prisionera en un soporte o vehículo; con ello se

logra, como apunta Baricco (2019), la dilución de los datos, que los vuelve ligerísimos y permite convocarlos desde la nada a partir de instrumentos cada vez más pequeños (p. 82). Aunque esta posibilidad funge como el centro del proceso de digitalización, no es el único: una vez que los átomos han sido convertidos en bits, aparece el problema de su resguardo y transmisión, y aquí es donde entran dos procesos concomitantes: su almacenamiento y su transmisión.

En torno a lo primero, diremos que uno de los grandes logros técnicos de finales del siglo XX con relación a la gestión de la información ha sido la posibilidad de guardar cada vez más datos en áreas y volúmenes cada vez más pequeños. *Terabytes* y *terabytes* de información hoy pueden ser guardados en láminas de tres centímetros cuadrados y un milímetro de espesor. En esa conjunción, lo que es digitalizado o nace ya digitalmente creado puede resguardarse en espacios, más que pequeños, más exiguos.

Por si esto fuera poco, la internet, como el tendido de redes que permite conectar nodos en todos los puntos de esas redes, que son informáticas, habilita la posibilidad de circular o distribuir esa información digitalizada entre los nodos conectados, y ahí aparece la transmisión, que entonces es inmediata, reticular y que deja diferir, en convergencia con el almacenamiento, el momento de la producción del momento del consumo; así, mientras las tecnologías digitales permiten la generación de información y contenidos digitalizados, la internet aparece como la tecnología que permite transmitirlos y gestionarlos.

Con estas posibilidades a mano, los usuarios tecnológicos pudieron generar contenidos por sí mismos y distribuirlos a costos rayanos en cero, dividir los tiempos y las actividades de producción de los del consumo y, entonces, diversificar sus situacionalidades, plataformas e interfaces de apropiación social: de otra manera, resurgía el prosumidor. Este proponía y las audiencias y públicos disponían. Esto, que gustó y fascinó a las grandes masas de consumidores culturales, no gustó a las industrias culturales tradicionales, es decir, aquellas que no participaban directa o indirectamente del nuevo esquema (al contrario de lo que hicieron, por ejemplo, YouTube o las redes sociales como Facebook, que son plataformas centradas en la producción del usuario).

Al poco tiempo comenzaron a ver con ojos desconfiados a los recién llegados hasta alcanzar una reacción feroz (Lessig, 2005), pues su arribo hacía temblar desde los cimientos a un poderosísimo sector que veía con horror cómo los dos modelos en los que se erigía se desvanecían con inusitada rapidez en el fino aire: el modelo del coste por copia y el de la intermediación. Para entender en qué se basan ambos modelos, demos primero un paseo por sus contextos.

## La reproducción técnica, en el origen

El desarrollo de la cultura occidental, que ha mantenido la hegemonía global durante al menos tres milenios, contó durante los últimos dos con una única forma de difusión y fijación del pensamiento: el manuscrito (Fevre y Martin, 2019, p. 21). A un ritmo lentísimo y con fallas enormes en el proceso de divulgación y avance, las obras no veían más de unas cuantas decenas de copias, que se leían y desperdigaban lingüística y geográficamente a lo largo de siglos. Sin embargo, a finales del siglo XV, con la invención de la prensa de tipos móviles ideada por Gutenberg y la sustitución del pergamino o la vitela por papel de pulpa de celulosa, sobrevino una revolución.

La palabra escrita, por primera vez en la historia, era capaz de ser reproducida por medios técnicos (la palabra impresa), pero, sobre todo, de hacerlo a grandes volúmenes y en muy corto tiempo.

Para el siglo XIX, la industria editorial florecía como ninguna otra (Owen, 2009, p. 1), y esta revolución técnica derivó en una revolución cultural: aparecieron nuevos públicos, se diversificaron los géneros literarios, se transformó el uso social de la lectura, y a todo ello se le atribuyen también revoluciones políticas derivadas, a su vez, de la capacidad de difusión del pensamiento a través del primer gran medio de comunicación masivo (Briggs *et al.*, 2020).

De ahí, a la odisea del libro como artificio de la multiplicación, se le sumó a la letra escrita la imagen a granel: el desarrollo de la litografía a finales del XIX permitía, ahora, sobrepasar los arcaicos métodos reprográficos basados en el grabado de efímeras y artesanales placas de cobre o madera (puntasecas, xilografías y aguafuertes) por un proceso semiindustrial de alta calidad

gráfica y, de una vez y para siempre, tanto la imagen como el libro encontraron en el impreso un valor radicalmente nuevo e instauraron un nuevo mercado dentro de los mercados simbólicos. Libro y litografía dejaron de ser *falsificaciones* para pasar a ser *reproducciones* (Benjamin, 2016).

A la saga le siguió la fotografía, y la era de la reproductibilidad técnica se instaló como una nueva y poderosa lógica de moldeo económico y cultural en la conformación de las sociedades contemporáneas.

Aunque la transformación fue mayúscula y se le considera como un hecho alterno e inaugural al inicio de la edad Moderna (Chartier, 2018), un problema de fondo se inscribía en su esencia histórica: las audiencias y públicos quedaban supeditados, ahora, ya no a la desprovisión total sino a la escasez selectiva que dictaban las dinámicas y lógicas de producción de un modelo vertical impulsado, a su vez, por la mala presencia de los medios de producción y el control cenital que los agentes políticos seguían teniendo desde el Renacimiento sobre el material intelectual (Ginzburg, 2015).

De otra manera, el control sobre el flujo de ideas e innovaciones (contenidos) ya existía como juego, y este se jugaba de un solo lado de la cancha. La otra mitad tenía que conformarse con mirar pasivamente cómo ese juego se desarrollaba frente a ellos. Estos públicos, estáticos y aburridos, consumían en gran volumen catálogos de contenidos que, a pesar de estar más nutridos que nunca en la historia, resultaban colecciones poco diferenciables entre sí, mientras que generar contenidos propios quedaba reducido a los hobbies y pasatiempos, y solo en algunas áreas donde el costo técnico no implicaba la inversión de una pequeña fortuna (Gelber, 1999).

La prosumisión, como actividad estándar, era todavía una fantasía. Habría que esperar a la llegada de los medios digitales, interactivos y multidireccionales para ello, aunque eso ya aguardaba a la vuelta del siglo y venía de la mano de la mediatización.

## Reproducción e integración sectorial

Si hacemos caso al principio que se ha venido trabajando, la prosumisión, en cuanto proceso básico y técnico, puede asumirse como la capacidad de los usuarios tecnológicos actuales de consumir y producir a la par o casi a

la par. Esto, en más de un sentido, quiere decir que se da por sentado que esta posibilidad no ha estado presente ni siempre ni todo el tiempo a lo largo de la historia, como ya hemos afirmado. Esto también quiere decir que, en todos los otros momentos, ambos procesos han quedado separados o, al menos, que han ocupado un lugar diferenciado en la línea procesual que inicia con el producir y termina con el consumir.

Con este trasfondo podemos decir que consumir-distribuir-consumir parece ser la progresión natural en todos los sistemas económicos históricos y en todos los escenarios productivos, incluyendo en ello a las industrias y mercados de la cultura, aunque algo de esto comenzó a cambiar, al menos, en torno al proceso de producción a principios del XX: las mercancías, a través de la maquinización, eran cada vez más *reproductibles* o, lo que es lo mismo, cada vez más sujetas a la posibilidad técnica de fabricarse como copias iguales a grandes volúmenes (Jeffries, 2018).

Esto, por su parte, trae a colación una nota importante: reproducción a grandes volúmenes no quiere decir, en automático, mayor variedad en la oferta, y esto se deriva de que al producir a grandes volúmenes, pero en un contexto donde los medios de reproducción son escasos (por ser carísimos y estar sujetos a altos riesgos financieros), solo se reproduce y vende aquello que promete venta a gran escala.

En este caso las copias o reproducciones, que se basaban en un soporte (papel, vinilo, celulosa, etcétera), llevaron a que las industrias culturales generaran catálogos exigüos y se centraran, estratégicamente, en la comercialización de ciertos tipos y formatos de soporte. Como resultado, las industrias de la cultura y sus productos y servicios se integraron horizontalmente en una lógica histórica que no se había movido, esencialmente, en siglos, al menos desde la invención de la imprenta de tipos móviles (Bhaskar, 2014, p. 18), y con ello también homologó la estructura fundamental de la oferta y la demanda, que ya no solo de la producción y el consumo (Spigel, 2013).

A mediano plazo, esto dio como consecuencia la reconversión de los modelos de público, audiencia o cliente cultural, y de los modelos de rentabilización de la cultura, pero también el tamaño de las cuotas de mercado y, particularmente, la imposición de un tipo de competencia distintiva entre



estas industrias y las tradicionales a partir de nuevas estructuras de monetización, basadas en poner el foco en la venta de catálogos omnipresentes, pero pobres en diversidad, y en favorecer industrias de la creación cultural altamente estructuradas y especializadas, cuyos eslabones eran reacios a aceptar las integraciones horizontales de otras cadenas sectoriales y, por lo tanto, se inhibían la innovación y la diversificación de contenidos y modalidades de consumo.

## Mediatización y desintermediación

En lo relativo al fenómeno de la tecnologización, y de manera convergente con todo lo anterior, otro hito del siglo XX que es necesario revisar, y que sirvió de caldo de cultivo en la aparición de la actividad prosumerista, fue el proceso de mediatización: la aparición transversal y creciente de medios de comunicación-información y la dependencia cada vez mayor hacia ellos entre las sociedades que los usaron y acogieron (Couldry y Hepp, 2013).

En ese recorrido, primero con el diario impreso, luego el cine, la radio y, al final, con la televisión, las sociedades del siglo XX dependieron cada vez más de estos medios, y no tanto por una enajenación irreflexiva o una adicción idiota a los escapismos que, para muchos, suelen representar estos medios (Wolf, 2004, pp. 95-97), sino sobre todo por la creciente y denodada dependencia cognitiva y organizacional que los ciudadanos mediáticos desarrollamos (Wolf, 2004, pp. 55-54) en torno a la necesidad del actuar informado y ahora, también, de expresarnos, casi siempre a partir de la creación y consumo de contenidos autocreados.

Al ritmo de galope, ya para la década de los cincuenta, los medios de comunicación masivos (entre los que va destacando la televisión como medio electrónico y con una posición única como medio de acompañamiento en el hogar) no solo tienen la función de informar y entretener, sino que también se convierten en los más importantes dispositivos tecnoculturales en la historia alrededor de la distribución de bienes simbólicos (Wolf, 2003, pp. 85-87).

Es en este momento cuando los medios de comunicación masivos, en toda su expresión, se transforman en las principales plataformas de distribución de bienes culturales e información, y en dispositivos doblemente articulados que, al tiempo que se convierten ellos mismos en contenidos culturales, se imponen como los vehículos de los contenidos y mercancías culturales procedentes de entornos externos al sistema de medios y de contenidos mediáticos (Silverstone, 1996).

En síntesis, mientras las industrias culturales apuestan y se insertan en un modelo de rentabilización de los bienes culturales basado en *vender* y *tasar* el soporte (el papel del libro, el vinilo del disco, el acrílico del CD, etcétera), el ecosistema mediático existente hasta entonces (radio, cine, televisión y prensa) se aventura a convertirse en la ventana de exhibición y principal distribuidor de los bienes culturales más populares, que en lo sucesivo son adquiridos por los públicos en la forma de soportes; estos públicos resultan cada vez más dependientes de la actividad mediática y de la presencia tecnológica de aquella.

En la escena, la concentración del poder de oferta se vuelve, entonces, mediático; las industrias culturales ganan en la eficacia de la distribución de soportes físicos y las audiencias-consumidores se atienen a la escasa cartera de productos y servicios culturales que este puñado de actores acaparan e inmovilizan.

La cena está servida para la disrupción que puede causar alguien que se ostente como un agente independiente a esa cadena situacional, particularmente cuando la ostentación viene con la capacidad de consumir-distribuir y consumir a partes iguales bajo el brazo, y, particularmente, cuando esto viene acompañado de la capacidad de disociar el contenido del soporte al convertir los átomos en bits a poco costo o casi *gratis* (Anderson, 2010; Rifkin, 2016, p. 118).

## El modelo de coste por copia y la intermediación

En forma de viñeta, podemos decir que en un escenario como el anteriormente descrito, quien posee los medios de producción-conversión dicta

también las transformaciones en la cadena toda de producción, distribución y consumo. Si regresamos la película a la década de los ochenta del siglo XX y hacemos ahí un corte, si tomamos una fotografía instantánea sobre estos procesos en cualquier industria de contenidos, que va desde la editorial hasta la televisiva, veremos que el proceso queda estructurado, con transparencia, en un esquema que llamamos *lineal-vertical*. Esto quiere decir, fuera del tecnicismo implícito, que cada parte del proceso va de arriba hacia abajo, que es consecutivo, no transferible y no intercambiable en el orden de otro, lo cual, a su vez, se traduce como que la producción es el eslabón de la cadena que da lugar a todos los otros eslabones y que el proceso termina en el consumo.

Aunque esto pueda parecer intrascendente por su supuesta *obviedad* (el hecho de que algo inicie siendo producido y termine siendo consumido), resulta que en otros modelos, a los que llamaremos *no lineales*, este proceso puede ser circular y continuar en un bucle progresivo que, lejos de clausurarse en su propio círculo, como en la mítica imagen del ouróboros, da lugar a nuevas etapas del proceso que se reproducen en puntos posteriores y lejanos al de su inicio en la forma de un resorte, tal como sucede, por ejemplo, con los contenidos que circulan en redes sociales, donde una fotografía puede transformarse en un meme o un *sticker* y cualquiera de ellos en un video y luego, a su vez, en un clip de audio, y así consecutivamente a través de un proceso transmedial continuo.

En este punto, y relativo a los modelos lineales, el papel de quien produce es independiente y autónomo de quien consume, y el de la circulación aparece como una especie de abisagramiento que articula la labor de quien produce con la de quien consume. Así, cada parte tiene un rol muy definido, poco cambiante, algo por demás muy identificable en todas las fases.

Este modelo de organización se monta en otro: hablamos del modelo del coste por copia, que ya hemos anunciado. En él lo importante radica en que cada agente productor obtiene la mayor parte de sus ganancias de la venta del soporte de un producto (la venta de cada unidad, que es la copia de un original), y no tanto de su contenido.

Esto, que también puede parecer irrelevante, tiene una consecuencia práctica y vital en el proceso de prosumo: cuando los bienes culturales se

venden como soporte, hay que tomar en cuenta que su condición material los hace incurrir en costos adicionales al guardárselos y transportárselos.

Si a esta condición sumamos que el costo de producción de una primera unidad prototipo (el costo marginal) de la que se hacen todas las copias suele ser carísimo, esto lleva, a su vez, a que pocos pueden darse el lujo de arriesgar su capital en producir contenidos (que podrían resultar un fiasco) y que quienes sí se animan a producirlos deben encarecer a grandes dimensiones el producto al integrar a su cadena de valor los eslabones de distribución, almacenamiento, venta al detalle y exposición (Riffkin, 2016, pp. 14-15). Es por esto que los catálogos de contenidos durante el siglo XX resultaban tan iguales, ralos y repetitivos (Anderson, 2007, p. 32).

Por si esto fuera poco, con estas condiciones, quienes revenden (librerías, tiendas de discos, cines, etcétera) se ven obligados a ofrecer casi únicamente copias de aquellos productos que más se venden (*hits, top-ten, bestsellers, éxitos de taquilla...*), ya que almacenar copias diversas de productos que no se mueven incrementa espectacularmente los gastos de resguardo, catalogación y redistribución (Anderson, 2007, pp. 18-21).

Tras esta lógica es que todo se articula a través de este otro esquema, la *intermediación*: si las industrias culturales obtienen lo más jugosa de sus utilidades con la venta de cada copia, la otra parte del ecosistema, los intermediarios, lo hace al absorber los costos de la primera cuando toma como propio el negocio y riesgo de distribución y almacenamiento; esta parte gana e incrementa sus rendimientos al exhibir y ofrecer al detalle casi exclusivamente aquellos segmentos del catálogo que prometen la mayor cantidad de ventas.

Esta relación se ancla, regularmente, en la regla del 80/20 o regla de Pareto: 80 % de las ganancias se obtienen a partir del 20 % de productos; es decir, este 20 % genera el 100 % de los beneficios (Anderson, 2007, p. 18; Lidwell *et al.*, 2018, p. 14). Con ello, estos actores, los intermediarios, suelen determinar la extensión de la demanda al privatizar, exclusivizar y regular, al final de la cadena que llega hasta el consumidor, los activos generales de los eslabones anteriores a ellos. Negocio redondo (aunque no circular).

Visto así, lo que tenemos frente a nosotros es un panorama que nos deja observar una estampa algo triste: industrias que monopolizan (o casi) un

escueto mercado de los contenidos y mercancías simbólicas con base en la rentabilización (casi exclusiva) del soporte; intermediarios que reducen todavía más el catálogo al movilizar tan solo un pequeño porcentaje de lo existente; un sistema de medios cada vez más extenso, pero que se une, cada vez más, a la facción de los intermediarios, y una pléyade de consumidores aburridos e imposibilitados para transformar la oferta mientras están atados a un sistema mediático totalmente vertical, donde unos cientos producen lo que consumen cientos de millones, y a medios de creación tecnológica escasos, carísimos e incapaces de conectar una hipotética oferta alterna con esos consumidores hastiados, diversos y dispersos.

Tal como lo deja adelantar ese pasado que ya conocemos, lo único que faltaba para romper esta inercia eran tres condiciones: un proceso que permitiera librarse del soporte y del intermediario para poder compartir, a bajo costo, lo esencial (el contenido simbólico e intangible de la obra); alguna tecnología que permitiera que ese compartir fuera horizontal y reticular (que ayudara a llegar de uno a muchos, de muchos a muchos o de muchos a pocos), y una dotación técnica que permitiera crear y cocrear contenidos con el fin de crecer, adicionar, enriquecer, extender y reconvertir los paupérrimos catálogos existentes.

Para sorpresa de todos e inadvertidamente, entre 1990 y 1994, cambiará para siempre este escenario (Baricco, 2019, pp. 54-67): en la primera fecha aparece el protocolo genérico de la Word Wide Web de la mano de Tim Berners-Lee y en la segunda el primer teléfono inteligente, impulsado por IBM.

Desde ese momento, cuando la digitalidad como posibilidad técnica cotidiana pasa a la cancha de los públicos (consumidores, espectadores y audiencias), la otra parte pierde el control relativo del juego. Esos espectadores, antes pasivos, tienen en sus manos equipos de comunicación cada vez más poderosos y baratos que reúnen poco a poco las tres condiciones; y pasa algo en especial: ya son usuarios y no solo audiencias, públicos, ciudadanos o consumidores.

La época de los prosumidores había llegado, y con ella un enorme cúmulo de reacciones y transformaciones que van de los proteccionismos a ultranza de los obsoletos modelos de derechos de autor y estructuras

de propiedad intelectual con origen en la Era de las Luces (Parks, 2017, p. 15) hasta nuevas estrategias millonarias de expropiación de la creación y la creatividad (Srnicek, 2018), en el otro extremo. Como fuere, el prosumidor había llegado para quedarse y el prosumo se convierte en el proceso metabólico que reordena el caos traído por una nueva clave de lectura del mundo hasta ahora conocida.

## Algunas conclusiones

La prosumisión, con toda seguridad, seguirá nuevos caminos. La imparable transformación de los entornos digitales, sin lugar a dudas, prefigura un ecosistema de convergencias tecnológicas y de ingenierías sociales que arrojará nuevos tipos de prosumidor y prosumisión. Entre tanto, algo importante es voltear a ver a ambos lados de la acera y verificar que existen posturas encontradas, a veces totalmente incompatibles, en torno al papel del prosumidor en los parajes culturales y económicos actuales.

Por un lado, podemos ver la postura extremadamente romántica u optimista, que observa en el prosumidor mediático una nueva oportunidad de reorganización horizontal de los esquemas de emisión-recepción y creación-apropiación, particularmente a través de la cultura de la colaboración y la cultura participativa (Jenkins, 2017; Jenkins et al., 2015; Kyncl y Peyvan, 2019); y otra, más bien oscura y poco prometedor, la cual dictamina que la aparición del prosumidor únicamente ha representado la oportunidad de echar del trono a los poderes entronizados durante el siglo XX para que otros actores, igual o incluso más siniestros que los anteriores, tomen la batuta y recreen el diorama a su propio deseo.

No es necesario profundizar en que quienes salen perdiendo en esta última visión, definitivamente, son las audiencias, incluidos en ellas los prosumidores (Fumagalli, 2010; Fumagalli et al., 2020). Aunque podemos encontrar algunas figuras que median los reversos del péndulo en su viaje hacia los extremos, no son las más abundantes (Fuchs, 2015; Van Dijck, 2019).

En lo que el tiempo nos deja mirar hacia atrás, en una recuperación retrospectiva, solo nos queda voltear hacia nuestros móviles y preguntar-

nos, cada vez que abramos una aplicación o nos conectemos a alguna red social o plataforma, quién está detrás de ello y en qué parte de la cancha estamos jugando.

## Referencias

- Anderson, C. (2007). *La economía long tail*. Tendencias Editorial.
- Anderson, C. (2010). *Free: how today's smartest businesses profit by giving something for nothing*. Hachette.
- Anderson, C. (2012). *Makers, la nueva revolución industrial*. Ediciones Urano.
- Baricco, A. (2019). *The game*. Editorial Anagrama.
- Bell, D. (1980). *El advenimiento de la sociedad postindustrial*. Ediciones Cátedra.
- Benjamin, W. (2016). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. CreateSpace.
- Bhaskar, M. (2014). *La máquina de contenido: hacia una teoría de la edición desde la imprenta hasta la red digital*. Fondo de Cultura Económica.
- Bijker, W. (1997). *Of bicycles, bakelites, and bulbs: toward a theory of sociotechnical change*. MIT Press.
- Briggs, A., Burke, P. y Ytreberg, E. (2020). *A social history of the media*. Polity Press.
- Chartier, R. (2018). *El orden de los libros: edición conmemorativa 40 aniversario*. Editorial Gedisa.
- Clay, A. y Phillips, K. (2016). *The Misfit Economy: lessons in creativity from pirates, hackers, gangsters and other informal entrepreneurs*. Simon & Schuster.
- Couldry, N. y Hepp, A. (2013). Conceptualizing mediatization: contexts, traditions, arguments. *Communication Theory*, 23(3), 191-202. DOI: <https://doi.org/10.1111/comt.12019>
- Fevre, L. y Martin, H. J. (2019). *La aparición del libro*. Fondo de Cultura Económica.
- Fuchs, C. (2015). *Culture and economy in the age of social media*. Routledge.
- Fumagalli, A. (2010). *Bioeconomía y capitalismo cognitivo*. Traficantes de Sueños.
- Fumagalli, A., Giuliani, A., Lucarelli, S. y Vercellone, C. (2020). *Cognitive capitalism, welfare and labour: the commonfare hypothesis*. Routledge.
- Galloway, S. (2017). *The four: the hidden DNA of Amazon, Apple, Facebook and Google*. Random House Large Print.

- Gelber, S. (1999). *Hobbies: Leisure and the culture of work in America*. Columbia University Press.
- Ginzburg, C. (2015). *El queso y los gusanos: el cosmos según un molinero del siglo XVI*. Ediciones Península.
- Hardford, T. (2018). *Cincuenta innovaciones que han cambiado el mundo*. Penguin Random House.
- Jeffries, S. (2018). *Gran Hotel Abismo: biografía coral de la Escuela de Frankfurt*. Turner.
- Jenkins, H. (2017). *Cultura transmedia: la creación de contenido y valor en una cultura en red*. Editorial Gedisa.
- Jenkins, H., Ito, M. y danah boyd. (2015). *Participatory culture in a networked era: a conversation on youth, learning, commerce and politics*. Polity Press.
- Kyncl, R. y Peyvan, M. (2019). *Streamponks*. Penguin Random House.
- Leadbeater, C. y Miller, P. (2004). *The pro-am revolution: How enthusiasts are changing our society and economy*. Demos.
- Lessig, L. (2005). *Free culture: the nature and future of creativity*. Penguin Books.
- Lidwell, W., Holden, K. y Butler, J. (2018). *Principios universales de diseño*. Blume Editorial.
- Mallamaci, M., Gordon, P., Kreпки, D., Mónaco, J., Guardia, E. y D'Alessio, H. (2020). ¿Qué puede un bit? Datos y algoritmos como relación social fundamental de la Economía Digital. *Sociológica*, 35(101), 33.
- Moulier-Boutang, Y. (2012). *Cognitive capitalism*. Polity Press.
- Mukherjee, S. (2016). *El emperador de todos los males: una biografía del cáncer*. Penguin Random House.
- Negroponte, N. (1996). *Being digital*. Vintage.
- Odell, J. (2019). *How to do nothing: resisting the attention economy*. Melville House Pub.
- Owen, L. (2009). *Comprar y vender derechos*. Fondo de Cultura Económica.
- Parks, T. (2017). *Desde aquí leo. Miradas al cambiante mundo del libro*. Fondo de Cultura Económica.
- Riffkin, J. (2016). *La sociedad de costo marginal cero*. Editorial Gedisa.
- Schwab, K. (2016). *La cuarta revolución industrial*. Editorial Debate.
- Silverstone, R. (1996). *Televisión y vida cotidiana*. Amorrortu.
- Spigel, L. (2013). *Make room for TV: television and the family ideal in postwar America*. University of Chicago Press.
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Caja Negra Editorial.
- Srnicek, N. (2019). *Platform capitalism*. Polity Press.



- Stebbins, R. (1992). *Amateurs, professionals, and serious leisure*. McGill University Press.
- Toffler, A. (1972). *The futurists*. Random House.
- Toffler, A. (1979). *The third wave*. Bantam.
- Van Dijck, J. (2019). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI Editores.
- Von Hippel, E. (2006). *Democratizing innovation*. MIT Press.
- Wolf, M. (2003). *Los efectos sociales de los media*. Paidós.
- Wolf, M. (2004). *La investigación de la comunicación de masas*. Ediciones Paidós.

## Capítulo IV

# **Espacios de significación en la cultura digital: apropiaciones identitarias de jóvenes usuarios de videojuegos**

Ana Valeria Rodríguez Barrientos

En los últimos años, el interés por asimilar las transformaciones de la sociedad a partir del uso y las apropiaciones personales del internet ha popularizado un sinnúmero de estudios que buscan aproximarse a lo digital. Las ciencias sociales han puesto especial énfasis en este tipo de aproximaciones desde diferentes aristas. Los espacios digitales se posicionan como un entramado de debates teóricos, epistemológicos e incluso metodológicos que han abierto la oportunidad al análisis de temáticas que en otros espacios de convergencia podrían resultar inconcebibles.

Sin embargo, también ha resultado polémico, e incluso inconcebible, el acercamiento empírico que algunos investigadores hemos realizado a temáticas digitales, pues permea aún en el imaginario académico la concep-

ción de que ciertos aspectos sociales carecen de la formalidad o rigurosidad científica necesaria como para formar parte apremiante de las agendas de investigación y debate; empero, es evidente en diversos puntos, en los cuales profundizaré en adelante, lo necesario de considerar dar cobertura analítica a todo tipo de temas, sobre todo a aquellos que suceden de los espacios digitales.

No es novedad que la sociedad se encuentra en constante transformación y que las tecnologías, especialmente internet, han influido en casi todos nuestros espacios; por lo cual, es evidente la necesidad de que las investigadoras y los investigadores prestemos atención al ritmo social y a sus vicisitudes, pues es ahí donde habrá que profundizar el estudio. Cada vez más jóvenes estudiantes y académicos hallan en *lo digital* un espacio no solo de interacción, sino de diversas vetas de interés analítico.

Muchas de las investigaciones en este sentido atienden a intereses personales que en el camino de aprendizaje y trayectoria de cada una se modifican hacia posicionamientos epistemológicos que, bien logrados, han abierto un mar de posibilidades teóricas y metodológicas para, sobre todo desde las ciencias sociales, lograr la comprensión de las relaciones sociales que en estos espacios se pueden identificar.

Atendiendo, entonces, esta invitación para hablar sobre la cultura digital y sus espacios de significación, escribiré sobre los procesos identitarios de los jóvenes que, además de hacer uso de otro tipo de herramientas digitales, identifican en la práctica de videojugar algunos elementos que han incidido en aspectos personales, como la identidad, las relaciones interpersonales y otros más.

Considero importante avisarle al lector que quien aquí escribe parte de distintas disciplinas sociales, principalmente la psicología social y los estudios culturales. Esto permitirá asimilar de forma más sencilla algunas posturas aquí presentadas y, sobre todo, será de utilidad para las reflexiones que puedan generar los ejemplos empíricos. Tras haber establecido estas premisas, trazo algunas afirmaciones que darán pie a profundizar sobre el tema.

Invariablemente, la cultura es elemento fundamental para la comprensión social. Tanto esta como la sociedad se encuentran en transformación constante considerando los contextos globales y locales, políticos y sociales.

Uno de los elementos que se han popularizado en las últimas décadas, y que sin lugar a duda ha permeado a la sociedad y, a la par, a la cultura, corresponde a las tecnologías digitales, también conocidas como tecnologías de información y comunicación (TIC), pues de un momento a otro se convirtieron en uno de los elementos más representativos en la transformación del mundo.

Estas tecnologías se caracterizan por ser digitales; es decir, aquellas cuyos elementos básicos tienen como fundamento aplicaciones de computación y programación. Fue hace aproximadamente cincuenta años cuando estas tecnologías comenzaron a modificar los medios de comunicación: los llevaron de lo analógico a lo digital, con lo cual el uso, el acceso y la adquisición no solo se popularizaron, sino que también se hicieron más fáciles en algunas coordenadas del mundo. Estas transformaciones fueron paulatinas, hacia el nuevo siglo, y en la actualidad la digitalización resulta un hecho evidente.

Estos sistemas de comunicación que comenzaron a ser utilizados en espacios profesionales, y más tarde en domésticos, han penetrado la cotidianidad de tal manera que hoy son utilizados en la vida laboral, empresarial, económica, política y otras innumerables actividades, y forman parte de dinámicas como el ocio. En cuanto hablar de lo anterior puede implicar un gran número de elementos, vale la pena aclarar desde estas primeras líneas que haré referencia a los videojuegos como herramientas lúdicas y de ocio en relación con los espacios digitales.

El ocio, que es también entendido como tiempo libre, ha sido concebido como una de las necesidades elementales del ser humano, por cuanto permite, sin consecuencias sociales o personales, sublimar emociones o deseos, lo cual, en otras condiciones, podría resultar dañino o pernicioso. Incluso, en algunas disciplinas, como la antropología, el juego ha sido identificado como una actividad muy antigua de la sociedad, y evidentemente necesaria para la interacción social.

La industria del videojuego ha sido atribuida durante muchos años al gusto de los infantes; sin embargo, es preferida por el sector de los jóvenes frente a cualquier otro grupo etario. Asimismo, esta industria es tan amplia y diversa que su análisis es posible en aspectos económicos, políticos, labo-

rales, de consumo, de producción, de significación, narrativas, *marketing...*: solo por mencionar algunas de las áreas que convergen. Los estudios sociales al respecto han incrementado en áreas como la gamificación y los *serious games*. En fin, este ensayo tiene la intención de abonar más cercanamente los aspectos socioculturales de este entramado cultural.

Siguiendo lo anterior, el objetivo planteado de este texto corresponde a la articulación entre la cultura digital y los videojuegos, mostrando elementos que nos ayuden a comprenderlos como objeto de investigación que nos conduce a un acercamiento frente a procesos subjetivos. Para esta aproximación utilizo algunos ejemplos empíricos rescatados de investigaciones que previamente he realizado.

En aras de cumplir con lo planteado, en el primer apartado recupero algunas nociones sobre la cultura digital trazando un camino para mostrar algunos de los motivos que considero tejen este marco de interacción con los videojuegos, los cuales, en el segundo apartado, serán contextualizados a partir de las industrias culturales, para dar paso al entrelazamiento de estas aproximaciones teóricas con ejemplos concretos que derivan de mis investigaciones previas. Para rematar este ensayo presento algunas líneas de análisis aún abiertas, y una invitación a la reflexión a propósito de la importancia de estas temáticas.

## ***Level one:* cultura digital**

Cuando se trata de hablar sobre la cultura digital, puede resultar complicado establecer con claridad a qué nos referimos. Diversos autores, y desde múltiples disciplinas, han dedicado innumerables esfuerzos a establecer sus elementos y las diferencias con algunos términos que han sido utilizados como sinónimos o aproximaciones. Desde otras perspectivas, la cultura digital se encuentra también en un debate de posturas que provienen desde lo tecnofílico hasta lo tecnofóbico, aunque aquí no estableceré ningún juicio de valor al respecto: la única intención corresponde a situarme desde algunas aproximaciones teóricas que conduzcan a la ejemplificación desde los videojuegos.

Uno de los principales referentes teóricos, cuando de cultura digital se trata, es Pierre Levy (2007):

En el conjunto de la cultura digital se integra una diversidad de agentes y colectivos pertenecientes a los diferentes tipos de sistemas culturales que forman las redes culturales digitales. Entre los agentes de la cultura digital no solo se encuentran los individuos y los colectivos de usuarios y conectados, en general, a los medios materiales y simbólicos digitales (p. 11).

Tengamos presente que la cultura digital no debe ser reducida al impacto o las modificaciones que puedan resultar de las innovaciones o convergencias tecnológicas que implica: se refiere también a las implicaciones de y en los usuarios, las dinámicas sociales, cotidianas, entre otras, de las cuales insistiré en las relaciones donde, más allá de las telecomunicaciones, hay expresiones y aspectos simbólicos, significados sociales, interpretaciones, valores, etc. (Winocur, 2009), que enfatizan la presencia del usuario en el entramado digital como un espacio en el que suceden este tipo de interacciones.

Otros autores, como Lasén y Puente (2016), identifican que la cultura digital tiene estrecha relación con lo propuesto por Castells y Gimeño (1999) sobre la era de la información, lo cual, aunque más cercano a posicionamientos económicos, resalta la importancia del internet como elemento que modifica la sociedad. Asimismo, añaden el concepto de *sociedad de la información*, recuperado desde distintos autores para apostar por una comprensión más amplia e integral de lo que la cultura digital puede significar.

La intención de incorporar estos conceptos atiende al interés de establecer que la cultura digital no se refiere aisladamente a los elementos tecnológicos y las implicaciones que tienen en los aspectos económicos, sino también a la idea de incluir y considerar elementos y procesos relacionados con lo cultural: por ejemplo, los procesos subjetivos, el lenguaje propio de este marco de interacción, las dinámicas interpersonales, las agencias y algunas otras construcciones y reconstrucciones sociales.

Retomando la idea de la interacción en lo digital, agrego la premisa de que todo tipo de interacciones aquí sucedidas dotan al sujeto con una

capacidad de agencia, en principio individual, pero también colectiva. De lo anterior habrá que considerar la importancia de los sistemas tecnológicos implicados, por cuanto permiten que estas interacciones sucedan y al mismo tiempo abren paso a una interrelación de la que somos parte (Levy, 2007, p. 14). Lo anterior es considerado por Lasén y Puente (2016) como una *agencia compartida*, que puede ser entendida desde las imbricaciones y confluencias de conexión recíproca entre el usuario y estas herramientas.

Es importante recalcar que uno de los protagonistas principales de la cultura digital es el internet, que paulatinamente se entremezcla con las dinámicas cotidianas de todo tipo, generando una suerte de homologación entre lo sucedido en línea y lo que sucede fuera de esta. En debate está la frontera, si es que existe, entre lo llamado *online* y lo *offline*. Este análisis ha llevado a pensar que actualmente se trata más de un espacio de concurrencia simultánea de la vida social. En palabras de Winocur (2009): “La experiencia de la convergencia radica en el sentido vital que ha adquirido en su vida el hecho de estar comunicado con todos a todas horas y en todos los lugares” (p. 250).

Existen amplios debates sobre la *validez* o *realidad* de estos espacios: aquellos marcan tajantes diferencias entre *adentro* y *afuera* de lo digital, y en este mismo discurso resulta complicado puntualizar sobre lo *online* y lo *offline*. Por lo tanto, me mantengo en la postura de la concurrencia simultánea, entendiendo lo digital como parte de lo cotidiano. Al respecto, Subirats (2001) menciona que “por sus características técnicas de difusión masiva, su efecto ilusionístico y su consenso automático rebasa cualquier valor estrictamente representativo, para adquirir el estatus de una realidad más verdadera que la propia experiencia subjetiva e individual de lo real” (p. 94).

Lo anterior hace visible que estos espacios de convergencia digital, además de ser un canal de comunicación, poseen características que otros medios no: la simultaneidad, la capacidad multimedia, la hipertextualidad, la posibilidad de interconexión mundial, la inmediatez, entre otros, hacen del internet, y de la cultura digital, un espacio simbólico donde se llevan a cabo actividades humanas cotidianas, como leer, escribir o escuchar, gracias a lo cual estos espacios digitales crecen, se enriquecen, se diversifican, proliferan y se mantienen.

La cultura digital implica procesos, entre los cuales la subjetivación, las experiencias y las relaciones interpersonales son los más evidentes testigos. Dichos procesos se perciben y se experimentan tanto de forma personal como de forma colectiva. Asimismo, encontramos aquí espacios públicos, semipúblicos y privados, lo cual aumenta el grado de complejidad cuando se trata de interactuar. Por lo tanto, la cultura digital puede tener diferentes implicaciones. Lasén y Puente (2016) afirman:

Esto es, en la manera en que experimentamos, pensamos y nos percibimos a nosotros y nosotras mismos, a los demás y al mundo. Estos procesos de subjetivación también se ven afectados por la agencia compartida entre personas y tecnologías, y se juegan en la vida diaria, configurados por la interacción entre diferentes estrategias de identificación, modos de socialización y personalización de los sujetos (p. 15).

Si bien es importante posicionar al usuario como parte fundamental de las implicaciones de las tecnologías y los espacios digitales, no podemos omitir las propias innovaciones tecnológicas, tal como lo mencionan Lasén y Puente (2016) con la premisa de la agencia compartida. En ese sentido, será bueno tener presente que las tecnologías han facilitado la creación, distribución y manejo de la información, para actividades sociales y económicas principalmente, lo cual evidencia los ciclos de producción de las industrias y el consumo, así como las apropiaciones que tienen los usuarios.

## ***Level two: industrias culturales, un paso más para llegar a los videojuegos***

La producción y el consumo a los que hago referencia consideran algunos procesos subjetivos y culturales, como las imágenes, ideas, conceptos, estereotipos, entre otros que invariablemente permean el imaginario social y colectivo, para generar en las personas deseos, aspiraciones, y otros elementos que trascienden y se entremezclan con su vida cotidiana. Castells (2009) identifica este tipo de situaciones dentro de la sociedad en red. Una



de las formas posibles para observar lo anterior parte de la consolidación de las industrias culturales.

Las industrias culturales fueron estudiadas en principio por Benjamin (1989) y retomadas posteriormente por Adorno y Horkheimer (1998), quienes ayudaron a ahondar en las implicaciones sociales de las nuevas tecnologías en relación con otros ámbitos sociales y, específicamente, de la cultura. Esto incluía al arte y sus aspectos políticos y filosóficos, además de que consideraba la superestructura capitalista en la cual estaba inserto y la imbricación que tiene con la estructura. La industria cultural implicaría la participación masiva de personas que a su vez usarán invariablemente técnicas de reproducción, y el resultado serán productos estandarizados.

Los autores, más que hablar de cultura desde un punto de vista antropológico estricto, sitúan en la mesa de debate producciones como la televisión, la música, el cine, la radio, entre otras, donde ubican también a las producciones artísticas, museos y demás actividades como la danza, el teatro, la pintura, la artesanía..., resaltando la producción monetaria a partir de ello y señalándola como elemento de *doble valor* (García y Piedras, 2006, p. 51). Y debaten sobre la oferta, demanda y otros elementos económicos que la identifican como un espacio productivo con potencial que, definitivamente, aporta al crecimiento económico del país.

En síntesis, las industrias culturales pueden ser entendidas como el consumo que socialmente se hace de la cultura, y no solamente en sentido mercantil, sino también como objetos que dotan de atributos a quien los posee, y ello provocará diversos tipos de apropiaciones personales y simbólicas, tanto individuales como colectivos. A lo anterior se suman las innovaciones y transformaciones tecnológicas, además de la influencia de los medios de comunicación, pues el impacto social sobre quien produce y sobre quien consume debe ser considerado.

Desde la popularización de las TIC emerge el concepto de *economía creativa*, donde la creatividad es una ventaja competitiva e implica la necesidad de nuevas y mejores formas de establecer diferencias y vínculos con la cultura, los bienes y servicios, y los usuarios o consumidores: de allí surgen las industrias creativas. Estas últimas y las industrias culturales son diferenciadas por la Unesco (2010): "... dependen de los campos de activi-

dad que cubren y [del] interés que los usuarios de cada definición tienen, bien sea para medir el peso del sector, argumentar su importancia o definir políticas para promoverlo” (p.17).

Para 2010, este mismo organismo propuso una definición conjunta para estos dos tipos de industria: “... aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (Unesco, 2010, p. 17). De lo anterior es posible identificar que no se limita a la producción de la creatividad humana y a la reproducción industrial: incluye también actividades que pueden estar relacionadas y que coincidan con la realización y difusión de estos productos.

En relación con lo anterior, para el caso mexicano, la Secretaría de Cultura (2018) presentó el texto titulado *Mapa de ruta de industrias creativas digitales*, que recupera algunas pistas para su análisis. Las industrias creativas digitales se entienden aquí como la convergencia entre las tecnologías en la creación artística que genera impacto en las relaciones de los creadores y los públicos, y genera, así, otros espacios de difusión y distribución de bienes y servicios culturales:

En la convergencia de las tecnologías que crecen de modo exponencial, y de los cambios culturales que impactan todos los órdenes de actividad del ser humano, emergen nuevos espacios para la creación artística. En ellos surgen las Industrias Creativas Digitales (icd), como uno de los sectores de mayor crecimiento en el ámbito global (...) auguran el tránsito de las expresiones culturales hacia nuevas formas de interactividad y experiencia, según su grado de digitalización (pp. 18-19).

Resulta de suma importancia considerar esta distinción porque tiende un puente entre la cultura digital y los videojuegos. Ayuda también a identificar que estos forman parte de las industrias culturales y creativas, por elementos que, como su nombre lo indica, devienen de la creatividad y se materializan en este producto, cuyas dinámicas económicas lo posicionan como una de las industrias con mayor auge. No solamente la producción

en masa, sino también las dinámicas que surgen de los usos y apropiaciones del videojuego, se visibilizan en los datos que muestro a continuación.

El creciente interés por la industria de los videojuegos es visible en su incorporación dentro de agendas políticas nacionales; ejemplo de ello es el censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi, 2020), que incorporó en la última encuesta preguntas respecto al número de consolas que tienen los ciudadanos en casa, o la Encuesta Nacional sobre Hábitos y Consumos Culturales 2020 (Universidad Nacional Autónoma de México, 2020), que hizo lo propio. Si bien en este momento mi interés de investigación no atiende al estudio en profundidad de este tipo de información, sí facilita la distinción y precisión de ciertas claves para el análisis situado en el caso mexicano, como la reflexión bajo las ópticas de clase, edad y género.

Los videojuegos, entonces, forman parte tanto de las industrias culturales como de las industrias creativas digitales. Aquellos son objetos de entretenimiento con finalidades lúdicas. Su manufactura, producción y circulación apuntan a obtener ganancias (se venden). Pero al mismo tiempo son un objeto cultural, pues se relacionan con aspectos de la vida y la condición humana, y de ello suceden apropiaciones y relaciones concretas, sobre las cuales profundizaré en las líneas siguientes.

### ***Level three: sobre los videojuegos***

Una vez establecido lo anterior, en una suerte de contexto teórico a partir del cual es posible afirmar que entiendo a los videojuegos no solamente como una herramienta digital de ocio, sino como parte de la cultura digital y, al mismo tiempo, como una creciente industria cultural y creativa digital, tomaré las siguientes líneas para contextualizar *grosso modo* a aquellos en términos de consumo y producción, pues considero pertinente situar también en este sentido, ya que servirá para abonar a la comprensión de la importancia de esta industria en crecimiento constante.

Para enero de 2021, las ganancias de la industria de los videojuegos habían alcanzado la cifra de 189,3 billones de dólares en todo el mundo;

esto corresponde a un 15 % más frente al reporte del mismo mes del año anterior (SuperData, 2021) (estas cifras consideran los juegos móviles, de computadora, consola, *e-sports* y de realidad virtual). El impacto económico de la industria ha crecido exponencialmente en los últimos diez años, mientras las implicaciones de empresas tecnológicas y de mercadotecnia han encontrado aquí un espacio que favorece a todos los protagonistas.

Para el caso mexicano, los ingresos del mercado de videojuegos alcanzaron en 2020 más de 32 millones de pesos (Inegi, 2020). Asimismo, para finales del mismo año, la cifra de videojugadores en nuestro país estaba cercana a los setenta y dos millones, lo cual representa, además de un 57,4 % de la población total, un aumento del 5,5 % con respecto al año inmediatamente anterior. El creciente interés por esta industria es visible en la incorporación de estas temáticas en diversas agendas políticas.

El ya citado Inegi incorporó en el último censo preguntas respecto al número de consolas que tienen los mexicanos en casa, lo cual nos acerca un poco más a conocer las apropiaciones que hacemos de la práctica de videojugar. Si bien las consolas no son la única herramienta posible de juego, este tipo de estadísticas muestra otro aspecto del panorama social: resulta importante porque generalmente son empresas privadas las que realizan este tipo de estudios, y algunas veces son de acceso restringido.

La Encuesta Nacional sobre Hábitos y Consumos Culturales 2020 (Universidad Nacional Autónoma de México, 2020) incorporó los videojuegos al mencionar la rapidez de los avances tecnológicos y cómo esto ha modificado el equipamiento cultural de los hogares mexicanos. Al respecto: “En 2004 formaba parte del equipamiento doméstico en 12,3 % de los hogares. En el presente estudio lo es en 39,6 % de ellos” (Inegi, 2020). Habrá que tener presente que este tipo de estudios nos ayudan a conocer una aproximación de los usos y consumos, además de apuntar algunas pistas para el análisis situado, mas no ofrecen un panorama generalizado de la situación de nuestro país.

Los videojuegos surgieron hace más de cincuenta años, aunque fue hasta mediados de los años ochenta que tuvieron un gran auge: desde entonces, la popularidad de estas herramientas de ocio digital no ha hecho más que aumentar. Esta industria se rodea de un imaginario colectivo

caracterizado por dos aspectos: el primero de ellos hace referencia a que está enfocada a las infancias; el segundo atiende a los consumos y preferencias masculinas. Al respecto, apunto a continuación que ambos, según las estadísticas, son errados.

Rescato las siguientes cifras: para el año 2019, cerca del 70 % de los usuarios de videojuegos eran mayores de dieciocho años y el promedio estaba entre los treinta y los treinta y cinco años (Entertainment Software Association, 2019). Para finales de 2020 se contabilizó cerca de un 46 % de usuarias femeninas (New Zoo, 2020). En áreas como el *streaming*, por ejemplo, de acuerdo con la página Stream Scheme,<sup>6</sup> con datos de abril de 2020, cerca del 35 % de usuarios de Twitch<sup>7</sup> en América eran mujeres, cantidad que ha aumentado en comparación con datos de 2017, cuando eran únicamente el 18,5 % (Stream Scheme, 2020).

Estos datos me sirven para contextualizar mejor el panorama de los videojuegos y como una oportunidad para aportar en la modificación de los imaginarios colectivos predominantes en relación con esta práctica. Asimismo, estos datos evidencian la apremiante necesidad de generar estudios específicos y situados, debido a que la información existente sobre las prácticas y apropiaciones de los usuarios, en México y América Latina en general, es limitada o nula.

## ***Level four: ¿y lo digital?***

Lo que sigue tras haber mostrado un poco del panorama que subyace al entramado es apuntar con más profundidad la relación que he encontrado entre videojuego y cultura digital. Apuesto siempre por la importancia que tiene el usuario que participa de las dinámicas e interacciones sociales que se forjan en estos espacios digitales. Mis investigaciones han dado un lugar prioritario a los jóvenes usuarios, entendidos como generadores de apro-

---

<sup>6</sup> Sitio dedicado al apoyo de nuevos *streamers* y a la recolección de datos sobre el tema.

<sup>7</sup> Sitio web destinado al *streaming*, principalmente de videojuegos propiedad de Amazon.

piaciones, interacciones, símbolos y significados que los dejan configurar una adscripción identitaria desde esta práctica.

Cabra (2010) apunta que “los videojuegos se perfilarían como lugares de reconfiguración de las formas de la subjetividad y como agentes potenciales de conocimiento” (p. 164). Esta premisa permite identificar la relación que tienen con la tecnología y cómo las relaciones colectivas, y las individuales, pueden incidir en el conocimiento y en otro tipo de implicaciones, como el cuerpo, las emociones...

La cultura digital tiene implicaciones en diferentes aspectos y niveles sociales; sin embargo, mi interés aquí es apuntar con la mayor claridad posible respecto a las relaciones y prácticas que han devenido. Lasén y Puente (2016) mencionan:

La práctica de consumo de un videojuego no se agota en sí misma, sino que es reconstruida y reinterpretada continuamente por la comunidad de jugadores, tanto en términos de prácticas como en significados (...) Se trata, por tanto, de un espacio difuso y reticular donde surgen identidades y culturas compartidas, en el que las narraciones, los imaginarios y la producción material se realizan de forma conjunta entre distintos coautores humanos y tecnológicos (p. 10).

El uso del espacio digital está relacionado en profundidad con cambios culturales por medio de la producción y consumo, pero también con las interacciones, y la forma en que la gente siente, piensa y experimenta dinámicas ahí sucedidas. En palabras de Ricaurte (2018): “Es necesario destacar que los estudios sobre cultura digital deben ser encarados como situados, encarnados y en la vida cotidiana (Hine, 2015) como resultado de la red de relaciones, del contexto y coyuntura en los que tiene lugar (p. 21).

Es importante tener presentes estas perspectivas, por cuanto la tecnología y la cultura digital están en constante cambio: somos testigos de dinámicas que hace unos años eran inimaginables. Sin embargo, considero que el elemento clave que posibilita estas transformaciones y las dinámicas mismas, con los procesos de interacción, apunta directamente al sujeto, quien, en la búsqueda de mejores y mayores experiencias, modifica estas

tecnologías para su beneficio y bienestar, lo cual nos permite reconocer tales dinámicas en la cotidianidad.

Internet resulta ser uno de los principales componentes de la cultura digital, como queda claro. Así que vale la pena también asociar brevemente la relación que los videojuegos han tenido con aquel. Como el recorrido por la evolución de las consolas y sus implicaciones tecnológicas podría resultar extenuante, tomo como punto de partida el lanzamiento de la Xbox 360 y de la PlayStation 3, cerca de 2005, porque las conexiones a la web fueron algo prioritario. Las funciones eran limitadas y de bajo desempeño, y rápidamente las empresas trabajaron en sus actualizaciones, hasta consolidar el juego en línea como uno de los ámbitos más fuertes de la actualidad.

Tras varias modificaciones, las posibilidades de jugar en línea fueron mejorando y generando otro tipo de beneficios, para los usuarios y para las empresas de videoconsolas, e incluso para compañías de mercadotecnia y tecnología, pues este hito abrió también la posibilidad de que los jugadores se profesionalizaran. Esto vislumbra nuevas formas de interacción, sociabilidad, identificación, es decir, relaciones e identidades.

Según la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) (Inegi, 2017), el 6,9 % de los usuarios accedía a la red a través de una consola de videojuegos. Por su parte, la Encuesta Nacional sobre Consumo de Medios Digitales y Lectura (Banamex e Ibbey México, 2015) reportaba que, posicionándose en tercer lugar, las consolas de videojuegos eran más populares en casa y más utilizadas para el acceso a redes sociodigitales que para otros contenidos audiovisuales o para videojugar.

El internet ha facilitado en muchos aspectos los avances tecnológicos. Los dispositivos de acceso a este se han expandido para garantizar, a su vez, el acceso a todo tipo de contenidos, casi desde cualquier parte: teléfonos inteligentes, tabletas electrónicas, videoconsolas. Resulta, por lo tanto, irrefutable la premisa de que el internet ha intervenido en las dinámicas de ocio, socialización, interacción en general, y hasta el acceso a juegos se ha visto favorecido.

En este sentido, a través de mi recorrido académico y mis investigaciones, he apostado por la comprensión de los sujetos dentro de la realidad a la

que pertenecen, es decir, de forma situada, considerando al mismo tiempo sus contextos. Esto, con el respaldo de las teorías del interaccionismo simbólico, me ha llevado a un acercamiento al proceso histórico personal, a la interacción entre el usuario y el videojuego y a la estructura sociocultural. Aquí es posible visualizar la forma en que se establece la identidad, cómo se gestan las interacciones entre los usuarios.

Desde esta postura es también posible explicar la importancia que tienen los actos sociales, los símbolos que se crean a partir de las interacciones y los significados que personalmente allí se conciben; las relaciones y sentimientos que experimentamos a través del hipertexto y la hipermedia de las tecnologías, y, finalmente, la presencia del yo, o *self*, esa parte que nos conecta con las subjetividades y que invariablemente está mediada, ahora más que nunca, por las tecnologías, y, de añadidura, por la cultura digital.

Aunque estos espacios digitales no pueden ser reducidos a una sola dinámica, pues es evidente la presencia de relaciones laborales, educativas, afectivas, participativas, políticas..., mi interés apunta hacia los videojugadores porque, además de tener diversas formas y niveles de apropiación, han desarrollado también algunas relaciones identitarias.

## **Level five: de cómo y para qué estudiar videojuegos**

Entre las relaciones que he venido apuntando y los procesos subjetivos que se gestan en los espacios de la cultura digital, ha sido de mi interés estudiar las relaciones interpersonales, así como los procesos identitarios de jóvenes usuarios de videojuegos. En las siguientes líneas describiré brevemente la estrategia metodológica de la cual echo mano para llevar a cabo los acercamientos empíricos al respecto, a fin de, posteriormente, mostrar algunas aproximaciones a las apropiaciones identitarias de dichos jóvenes.

En investigaciones previas tuve la oportunidad de colaborar con jóvenes usuarios de videojuegos; la mayoría de ellas y ellos en el margen de edad entre los veinte y los treinta años, lo cual fue establecido con la intención de considerar su trayectoria en la práctica de videojugar con una temporalidad



de diez años o más, teniendo en cuenta las medias estadísticas. En cuanto me ha interesado su proceso subjetivo, eché mano de herramientas que me acercaran a un ejercicio etnográfico, como la observación participante, la no participante y las entrevistas narrativas.

Las interlocutoras y los interlocutores comparten algunas características. La mayoría de ellos tienen estudios de nivel superior terminados o en curso y trabajos de medio tiempo o tiempo completo; además, viven dentro de sus núcleos familiares básicos y son mexicanos. Procuré mantener la representatividad de género con la mayor equidad posible. Ellas y ellos fueron contactados siguiendo la herramienta conocida como *bola de nieve*. Tras el acercamiento empírico, transcribimos los diarios de campo, así como las entrevistas y registros de observación, para posteriormente codificarlos y procesarlos en Atlas.Ti.<sup>8</sup>

Entre los varios interrogantes que he hallado en el camino investigativo, menciono este: ¿para qué estudiar videojuegos? Rescato, entonces, la premisa de que el juego es una actividad necesaria. Tal como lo menciona Huizinga (1954), el juego es entendido como una compensación necesaria de un impulso dinámico, por medio de situaciones que no podríamos vivir en la realidad. Esto hace sentido asimismo cuando señalamos a los videojuegos como una forma de expresión.

Videojugar no puede ser, entonces, una actividad aislada o un momento efímero: está estrechamente relacionado con la cultura digital y las relaciones que ahí se gestan, a la vez que ha generado una amplia red cultural que lo ha acompañado y permea a chicos y grandes. Pamela, interlocutora que disfruta de videojugar en el sentido de vivir una experiencia agradable y que ha encontrado allí, además, oportunidades laborales, comentó:

Es, creo, una forma muy natural de expresión humana, ¿no? El videojuego (...) todas estas diferentes representaciones, interacciones (...) son una forma muy común de expresarnos, especialmente porque creo que es una interacción

---

<sup>8</sup> Herramienta tecnológica y técnica para apoyar la organización, el análisis y la interpretación de información en investigaciones cualitativas. Ordena grandes cantidades de información en formatos digitales.

única, es como un híbrido perfecto (...) es una expresión humana ¿Por qué? Porque al final del día hay alguien que lo pensó, hay alguien que lo ideó en su mente, hay alguien que decidió plasmarlo, hay alguien que decidió programarlo, representarlo gráficamente, hay alguien que hizo todo ese proceso (...) creo que al final del día siempre hay una representación del mundo, y el videojuego es eso, porque podemos ver representación de personajes, representación de género; podemos también ver diseño de niveles, vemos arquitectura, vemos arte conviviendo con el espacio, con programación y con tecnología... (Comunicación personal, Pamela, 30 años, 2019).

Esta narrativa rescatada pareciera fungir como un resumen empírico de lo que hemos revisado hasta ahora. Las implicaciones de los videojuegos no solo en la finalidad del juego (la práctica), sino para quienes desarrollan, diseñan o tienen alguna otra labor con la industria... Todo esto refiere a las similitudes halladas en la misma lógica de los juegos y la vida cotidiana. Al mismo tiempo, acerca al lector a algunos elementos identitarios que presentaré en lo sucesivo acompañados de otras narrativas de estos jóvenes videojugadores, en las que también es posible identificar implicaciones de la cultura digital.

## ***Game on!* Identidades, jóvenes y videojuegos**

Para poder continuar con este recorrido, establezco que la identidad es entendida aquí como un proceso relacional y dinámico, donde los contextos, los procesos históricos personales y las situaciones grupales y sociales permean, al mismo tiempo que modifican, la cotidianidad y, por lo tanto, la señalada identidad. Siguiendo la línea de lo simbólico, este proceso es subjetivo, y surge y se desarrolla en la interacción cotidiana con los otros, implicando y performando actos que configuran a la identidad.

Después de un largo recorrido de investigación, he establecido que para los jóvenes usuarios de videojuegos, la identidad no está limitada a

los procesos subjetivos ni cautiva en la mente y el cuerpo, sino que forma parte de los objetos, lugares e, incluso, personas. Esto se ve representado en procesos interpersonales, como las relaciones familiares, de amistad y en las relaciones de pareja. A propósito de ello, el cuerpo juega un papel muy importante, no solo porque es a partir de este que se experimenta la práctica: también porque desde él se establecen apropiaciones y marcos de interacción.

De lo planteado, recupero dos momentos de la narrativa de ellos. En el primero, el sujeto cuenta sobre la evolución que han tenido los lazos creados con algunos de sus compañeros de juego a lo largo de los años. Vale la pena apuntar que las relaciones interpersonales son necesidades básicas que favorecen los lazos sociales, y al videojugar han hallado hitos en su vida, entre quienes juegan de forma constante y con quien lo comparten:

Con el paso de los años, los videojuegos se volvieron algo personal, muy íntimo, no lo compartía con cualquiera. Entonces, cuando juego con mis amigos en serio, voy a jugar con mis hermanos (...) Es un lazo muy personal, muy íntimo (...) es de mi hermano: él no me va a dejar caer, va a ir corriendo a reanimarme; así igualito va a ir corriendo a echarme la mano en cualquier circunstancia de la vida; entonces va más allá del videojuego, es cuando una relación se vuelve compleja y completa en la vida real (...) son los *güeyes* con los que juego y con los que voy a tomar una cerveza, y voy hasta el velorio, ¿no? (Comunicación personal, Rodo, 29 años, 2019).

El segundo momento tiene que ver con algunas apropiaciones del juego a través del cuerpo; en este caso, a través de los tatuajes. El cuerpo, como mediador de esta actividad lúdica digital, puede ser también entendido desde sus vínculos culturales, sociales e históricos, pues es donde principalmente estos contextos se experimentan. Asimismo, como menciona Nateras (2005), el cuerpo “reivindica ciertas prácticas sociales o acciones culturales tanto individuales como grupales que determinados sujetos o adscripciones identitarias juveniles llevan a cabo, principalmente en la escena pública, desde la interpelación o confrontación con el otro o los otros” (p. 6):

De videojuegos tengo el de *BioShock*, que me acabo de hacer hace un mes, y nada más, porque tengo uno de Batman, no sé si cuente; tengo uno de aventura y uno de Game of Thrones. Como que todas mis *fandoms* siempre las traspaso a un rayón de piel... (Comunicación personal, Ángela, 27 años, 2019).

Es necesario decir que no por el hecho único de jugar videojuegos se desarrolla un proceso identitario: este es acompañado de otros elementos tecnológicos como celulares, *gadgets*, accesorios. Al indagar sobre las trayectorias de vida de las jugadoras y los jugadores, encontré coincidencias en los marcos bajo los cuales se acercaron a la cultura digital, pues a edades tempranas comenzaron a conocer herramientas tecnológicas gracias a sus padres o a algún otro familiar mayor. Aquí reconocen un hito respecto al interés que esto les despierta en relación con los videojuegos. Rescato como ejemplo un fragmento de la narrativa de Lesly:

Afortunadamente tenía computadora en mi casa con internet, era como 2001. Entonces todo es culpa de mi papá: yo digo que todas mis *frikeses* son culpa de mi papá. Él me dio como los medios para yo poder tener eso, ¿no? (...) ahora es muy común que tengan teléfonos y acceso a internet, está muy normalizado; pero hace casi veinte años no lo era (Comunicación personal, Lesly, 27 años, 2019).

Me ha sido posible reconocer que este camino identitario está permeado por conocimientos, entre empíricos y teóricos, de los jóvenes interlocutores sobre el internet y las herramientas tecnológicas, así como otros espacios de convergencia digital (las redes sociodigitales, por ejemplo). Estos referentes proporcionados por la cultura digital están integrados, de formas quizá imperceptibles para ellas y ellos, a su lenguaje de uso cotidiano. Este lenguaje, a su vez, permite dar sentido a afectos y situaciones simbólicas que suceden durante y posterior a la práctica de videojugar.

En el entramado de la cultura de los videojuegos, existe el debate ante las nociones de *gamer* y *videojugador*, pues, para muchas y muchos, la forma de nombrarse se acompaña de una especie de jerarquía, nivel de conocimientos y horas invertidas de juego. Estas etiquetas pueden tener efectos sobre la socialización entre usuarios, con quienes no lo son, y en las percepciones

personales e identitarias. En esto influyen también otros elementos, como creencias, contextos culturales, la manera como ellos consideran que un usuario debe ser, actuar, lo que debe tener para formar parte de este entramado identitario:

Depende mucho de, pues, estas situaciones como culturales, que van generando ciertas generaciones, y a partir de las características que ellos consideran aceptables o que aprueban que eso los convierte en una persona, entre comillas, *gamer*, ¿no? (Comunicación personal, Lesly, 27 años, 2019).

En acercamientos empíricos no formales, he llegado a escuchar que el término *gamer* es un sinónimo sin más implicaciones, un apelativo *interesante* para nombrarse, y que, además, tiene amplia relación con las estrategias de mercadotecnia de insumos tecnológicos que las empresas ponen a la venta con este título para llegar a más públicos. Sin embargo, en este acercamiento analítico, me fue posible notar que la etiqueta *gamer* prioriza el conocimiento profundo sobre todo lo relacionado con la industria y la cultura de los videojuegos. En este sentido:

Para poder catalogar a alguien como *gamer*, o sea, desde mi perspectiva, es alguien que juega mucho tiempo, o sea, que les dedica mucho tiempo a los videojuegos y que aparte son superfans, que saben del último juego que salió (...) están superenterados de “ay, en este año salió” o “este personaje lo incorporaron porque es nuevo”, o no sé; entonces, o sea, realmente yo no tengo como este fanatismo de conocer al cien sobre la industria del videojuego (Comunicación personal, Stephanie, 30 años, 2019).

En esta línea, aquellos identificados como *videojugadores* atribuyen más esta actividad a espacios y temporalidades ocasionales, quizás con algunos conocimientos sobre la cultura del videojuego, pero en cuestiones más específicas, como franquicias de su preferencia o videojuegos que los han acompañado a lo largo de toda su vida. Aunque los usuarios expresan que estos dos pueden ser tomados en términos generales como sinónimos, en la narrativa, implícitamente, surgen componentes que permiten hacer una diferenciación:

Si haces tacos, pues eres un taquero, ¿no? Si haces videojuegos, desarrollas videojuegos, eres un desarrollador de videojuegos, y si juegas videojuegos, eres un videojugador. Y creo que es una forma correcta y formal de referirse a alguien que es parte de esto (...) soy un videojugador porque juego y, como te digo, si yo me encargara de partir carne, de cortarla, sería un carnicero (Comunicación personal, Rodo, 29 años, 2019).

La identidad se encuentra estrechamente relacionada con la autopercepción y los procesos subjetivos de quienes narran, ya que el hecho de identificarse como *gamer* o *videojugador* coexiste con otro tipo de identidades, de las cuales es imposible desprenderse (género, estudiante, joven, miembro de un colectivo, etc.). Lo anterior muestra que formamos parte de entramados identitarios simultáneos. Al videojugar se establecen marcos de interacción a través del propio juego y reglas que se consolidan, mantienen y reproducen a lo largo del tiempo y de diferentes contextos, por ejemplo, en espacios como la cultura de los videojuegos.

## ***Continue...? Insert coin: una suerte de conclusión***

Anteriormente, los videojuegos eran estudiados, por lo general, desde perspectivas como la patologización, la criminalística, aspectos psiquiátricos, y desde disciplinas que no consideraban características subjetivas de las usuarias y los usuarios. Nunca ha sido mi intención como investigadora negar estas posturas o emitir un juicio de valor sobre estas herramientas de ocio digital. Sí forma parte de mis intereses mostrar otras perspectivas, donde los aspectos sociales y culturales puedan moldear los cimientos para nuevas vetas de análisis e investigación empírica al respecto, y, al mismo tiempo, se incorporen elementos desde lo multi- y transdisciplinar.

Estudiar videojuegos, y estudiarlos como parte de la cultura digital, cobra sentido una vez que precisamos que no se trata de elementos aislados sin implicaciones sociales. Esto que aquí he presentado, además de apuntar hacia aspectos subjetivos personales, está relacionado con otros procesos sociales: por ejemplo, aspectos laborales no solo de compraventa

de insumos para videojuegos, sino también aspectos relacionados con aquellos que juegan para trabajar y trabajan para poder jugar (Cerón y Rodríguez, 2020).

Ser investigadora joven, interesada por espacios sociales aparentemente *nuevos*, ha sido motivo de tensiones, incluso en el ámbito académico. El estudio de estas temáticas en un inicio fue sutil, y en algunas coordenadas geográficas ha sido mayor. Esto nos recuerda la importancia de considerar los contextos socioeconómicos y culturales: es claro que tienen implicaciones en los fenómenos que aquí nos interesan. Hace años, estudiar las redes sociodigitales, el internet o los videojuegos no era abiertamente aceptado; sin embargo, el enlace intenso de la cultura digital y la vida cotidiana es innegable, quizá ahora mucho más que antes.

Uno de los procesos más importantes en mi ámbito personal ha sido la reflexividad a la que me he tenido que adherir, y no solamente por ser estudiante, o por compartir la condición de joven, mujer y a la vez identificarme como videojugadora. Esto me ha implicado pensarme desde un lugar de conciencia sobre la forma como me relaciono con las otras y los otros, y mantener mi rol como investigadora, al mismo tiempo que procurar una vinculación horizontal con quienes videojuegan.

Invito al lector o lectora, sin importar cuál sea su adscripción, a reflexionar sobre sus prácticas y apropiaciones digitales. Que lo haga, además de en términos identitarios, como aquí he compartido, asimismo desde sus consumos, preferencias y cualquier otro vínculo que le sirva para desarrollar herramientas de uso cotidiano y como parte importante de las grandes estructuras del sistema capitalista, sus dinámicas y la estructura social en general, incluidos lo político y lo económico, por supuesto.

Tal como lo he dicho en las líneas anteriores, el asumirse como parte de esta adscripción identitaria de los videojugadores implica la coexistencia con otro tipo de identidades, dentro de las cuales resaltan la condición de clase y el género. De la primera es posible afirmar que, por cuanto esta práctica requiere ciertos instrumentos tecnológicos de costes elevados, la mayoría de quienes videojuegan desde hace más de diez años pertenecen a estratos sociales de clase alta, media alta o media baja. En definitiva, las dinámicas que suceden en los espacios digitales tienen relación con otros

contextos sociales que no necesariamente son asimismo digitales (algunas prácticas socioculturales se reproducen aquí).

Sobre la condición de género, resaltan problemáticas que han devenido en violencias simbólicas, explícitas, psicológicas, en su mayoría con tintes sexuales, que en algunas ocasiones han llegado hasta la violencia física. Esto muestra la necesidad de llevar a cabo estudios que tengan como punto de partida las implicaciones del género: las complicaciones, retos y tensiones de las mujeres que forman parte del entramado de los videojuegos.

Las prácticas digitales asociadas a los grupos de jóvenes incluyen relaciones y otros hábitos sociales: lo afectivo, lo sexual, la sociabilidad, el trabajo... También como un reflejo de otras áreas sociales. La participación política, la empatía por movimientos sociales, la solidaridad ante desastres naturales, etc., han hallado en estos espacios digitales una nueva forma de visibilización, entre otras cuestiones. Esto desemboca en cuestionamientos críticos a propósito de las maneras de relacionarnos con las otras y los otros, aun en los espacios de ocio de la cultura digital.

Más que cerrar las reflexiones aquí vertidas, invito a otros investigadores e investigadoras interesados en la cultura digital y las relaciones sociales que suceden en estos marcos a que tengan presente la importancia tanto de los procesos estructurales como de los procesos interpersonales, además de las adscripciones identitarias o elementos subjetivos, ya que, en sí mismas, las herramientas tecnológicas son diseñadas, distribuidas, modificadas y utilizadas por las personas, las mismas que, en la naturaleza de otro tipo de investigaciones, quedan desdibujadas, o queda omitida su capacidad de agencia.

## Referencias

- Adorno, T. W. y Horkheimer, M. (1998). La industria cultural. Ilustración como engaño de masas. En *Dialéctica de la Ilustración* (pp. 165-212). Editorial Trotta.
- Benjamin, W. (1989). *Walter Benjamin. La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. Discursos interrumpidos*. Editorial Taurus. DOI: <http://doi.org/10.1096/fj.09-0701ufm>



- Banamex e Ibbby México (2015). *Primera Encuesta Nacional sobre Consumo de Medios Digitales y Lectura*. [http://www.ibbymexico.org.mx/images/ENCUESTA\\_DIGITAL\\_LECTURA.pdf](http://www.ibbymexico.org.mx/images/ENCUESTA_DIGITAL_LECTURA.pdf)
- Cabra, N. (2010). Videojuegos: máquinas del tiempo y mutaciones de la subjetividad. *Signo y Pensamiento*, XXIX(57), 162-177. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86020052010>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Castells, M. y Gimeno, C. M. (1999). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Siglo XII Editores.
- Cerón, J. y Rodríguez, A. (2020). Trabajo para jugar y juego para trabajar. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, 11(20), 121-142. <https://ojs.sociologia-alas.org/index.php/CyC/article/view/147>
- Entertainment Software Association. (2019). *Essential facts about the video game industry*. <https://www.theesa.com/resource/essential-facts-about-the-computer-and-video-game-industry-2019/>
- García, N. y Piedras, E. (2006). *Las industrias culturales y el desarrollo de México*. Flasco y Siglo XXI Editores.
- Huizinga, J. (1954). *Homo Ludens*. Alianza Editorial.
- Inegi. (2017). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares*. <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2017/>
- Inegi. (2020). *Censo de Población y Vivienda 2020*. <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>
- Lasén, A. y Puente, H. (2016). La cultura digital [PDF]. *Materiales Docentes de la UOC, Módulo Didáctico*, 3, 1-45. [https://www.researchgate.net/profile/Amparo\\_Lasen/publication/305446340\\_La\\_cultura\\_digital/links/578f6af008ae35e97c42731e.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Amparo_Lasen/publication/305446340_La_cultura_digital/links/578f6af008ae35e97c42731e.pdf)
- Levy, P. (2007). *Cibercultura. Informe al Consejo de Europa*. Anthropos Editorial.
- Nateras, A. (2005). Estéticas corporales: tatuajes y perforaciones en jóvenes [PDF]. *Contexturas*, (16) 4-9. <http://www.alfredonateras.com/actualizaciones/descargas/2005/Esteticas%20corporales.%20Tatuajes%20y%20perforaciones%20en%20jovenes%20-%20Contexturas%20-%202005.pdf>
- New Zoo. (2020). *Global Game Market Report*. <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2020-light-version>
- Ricourte, P. (2018). Jóvenes y cultura digital: abordajes críticos desde América Latina. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, (37), 13-28.

- Secretaría de Cultura. (2018). *Mapa de ruta de industrias creativas digitales* [PDF]. <http://agendadigital.cultura.gob.mx/documentos/mapaderutaicd.pdf>
- Stream Scheme (2020). *Twitch Demographic and Growth Statistics*. <https://www.streamscheme.com/twitch-statistics/>
- Subirats, E. (2001). *Culturas virtuales*. Biblioteca Nueva.
- SuperData. (2021). Year in review. Digital games and interactive media. *Nielsen*. <https://www.games.nielsen.com>
- Unesco. (2017). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/220384s.pdf>
- Universidad Nacional Autónoma de México. (2020). *Encuesta Nacional sobre Hábitos y Consumos Culturales 2020*. <https://cultura.unam.mx/EncuestaConsumoCultural>
- Winocur, R. (2009). El impacto de la convergencia tecnológica en la generación de nuevos escenarios culturales, políticos y comunicativos en América Latina. En M. Aguilar, E. Nivon, M. Portal y R. Winocur (Eds.), *Pensar lo contemporáneo: de la cultura situada a la convergencia tecnológica* (pp. 245–262). Anthropos Editorial.

## Capítulo V

# **Lo cómico y lo hostil: el humor en Twitter como proceso de comunicación**

Luis Ignacio Tellez Sainz

Twitter es una red sociodigital que se configura como espacio donde las conversaciones sobre asuntos públicos y las políticas de un gobierno suelen polarizarse, es decir, se genera divergencia de posturas respecto a un mismo asunto público. Esta polarización sucede alrededor de uno o varios elementos incorporados desde la realidad social al entorno virtual. Debido a la posibilidad de múltiples respuestas y posturas a propósito de estos elementos, se observan tensiones durante las comunicaciones entre usuarios y en los procesos de producción de sentido.

En estas tensiones se posibilitan y aparecen procesos paradójicos de episodios reales/irreales entre usuarios, los cuales pueden ser significados e interpretados como humorísticos. En este sentido, la conversación y las discusiones en Twitter (como en otros fenómenos sociales) dan espacio a que aquellos generen tuits con intenciones cómicas para dialogar sobre

asuntos públicos o problemas sociales; sin embargo, hay aspectos más profundos relacionados con el humor y su empleo, debido a que es un proceso comunicacional dinámico y contextual, y no un elemento aislado.

Este capítulo tiene como objetivo presentar elementos que sirvan para avanzar hacia el estudio del humor en redes sociodigitales a partir de sus componentes paradójicos. Se argumenta que en Twitter el humor permite observar la articulación de posturas políticas respecto a asuntos públicos (en un contexto que tiende a la polarización) y que el humor incorpora una hostilidad inicial que posibilita escaladas a distintas formas de violencias en las interacciones. Desde la cultura digital, esto muestra una transformación en las tensiones de producción de sentido sobre la comunicación política, la legitimación de lo cómico y lo hostil, y una incipiente articulación del humor y la violencia.

## **Apunte sobre el humor como proceso comunicacional paradójico**

Para comenzar, es necesario dar cuenta de una búsqueda de la risa y lo humorístico en Twitter, una plataforma con alta concentración de comunicación política y contraposición de opiniones, para establecer una definición que ayude a operacionalizar el humor dentro de la cultura digital. Esta búsqueda por lo humorístico pone a la risa como el componente central en determinados procesos sociales relacionados con internet; se trata de un gestor social que enmarca o suprime una forma de distracción especial de los sujetos y los hechos, lo risible entre lo humano y lo mecánico (Bergson, 2019), de la flexibilidad y vitalidad humana frente a la rigidez y mecanización de lo virtual (los usuarios y las plataformas digitales).

Pensar el humor habilita un abanico de procesos que relacionamos con lo risible y lo cómico; de igual forma, podemos pensarlo como la sátira, la ironía, la burla y el sarcasmo. No son relaciones incorrectas, pero requieren contextualizar lo que pensamos como humor, lo que observamos al respecto y las explicaciones que queremos aportar en el estudio de procesos sociales enmarcados en la cultura digital.

Una de las conversaciones que dejan ubicar el humor dentro de tres dimensiones (la persona, el contenido humorístico y el contexto donde sucede) para su estudio ocurre entre los comediantes Jerry Seinfeld y John Oliver, como parte del programa *Comedians in cars getting coffee*. Ambos platican sobre qué pasa con los chistes y qué piensan sus esposas al respecto:

*Jerry Seinfeld (JS):* ¿Y qué hay de los chistes sobre tu esposa? ¿Qué opina ella? ¿Entiende que son pensamientos y palabras sin sentido? Mi esposa tardó... llevamos dieciséis años casados y al fin entiende que nada de lo que digo es en serio. Nosotros [los comediantes] vamos a juntar palabras cualesquiera. Estaba hablando con Julia Louis-Dreyfus, me dijo: “Decías que nunca te casarías”. Dije: “Sigo pensando lo mismo”. Ni siquiera tiene sentido.

*John Oliver (JO):* Así que... Pero, obviamente, eso es gracioso. ¿[Tu esposa] te hace pagar por ese comentario?

*JS:* No, ahora lo entiende.

*JO:* Ahora lo sabe.

*JS:* ¡No sé lo que digo!

*JO:* ¡Claro! **Es una secuencia de palabras que sabes produce risas al final.**

*JS:* Eso es. Así es.

*JO:* Tú las dices y ya.

*JS:* Eso es. Acabas de describir mi cerebro entero (Jensen, 2016 [traducción propia, negritas propias]).

El humor se ha estudiado con tanto interés y durante tanto tiempo que conocemos varios datos sobre cómo funciona lo cómico (Shifman y Blondheim, 2010, p. 1349). Comprender el humor, lo gracioso, lo cómico y “lo que nos hace reír” (Espinoza, 2010, párr. 2) parece comenzar con el énfasis en la risa, ubicada desde siempre en un “cruce de coordenadas entre la razón y la moral” (Barba, 2017, p. 10).

Podemos remitirnos a los hipotéticos estudios de la risa tan lejos como podamos pensar a la humanidad misma capaz de reír; por ejemplo, lo que reflexiona Barba (2017) sobre la implicación de reírse: “La primera vez que en la prehistoria dos personas señalaron a una tercera que se acababa de tropezar en el camino y se rieron de ella porque les parecía idiota,

conformando así la primera comunidad” (p. 10). La risa es el punto final del humor como proceso y, simultáneamente, el punto de partida para su estudio.

Los estudios del humor, desde diferentes disciplinas, han respondido preguntas sobre la percepción del mismo (Wyer y Collins, 1992), las condiciones para que suceda (Mcgraw *et al.*, 2014), el uso que se le da (Hanley, 2009) y los procesos de su producción (Kozbelt y Nishioka, 2010). Sin embargo, para comprender el humor con funciones sociales (como las interacciones en Twitter), no importa conocer el origen o por qué sucede, sino conocer cómo se comporta dentro de interacciones sociales (Tellez Sainz, 2020); esto es, el humor como parte de los procesos comunicacionales.

Este fenómeno tiene expresiones específicas que también han sido estudiadas: una de ellas es el humor político. El impacto político de las expresiones informales, para Samuel Schmidt (1992, 1996), son relevantes, dado que el humor político es una forma de expresión de resistencia pasiva, aunque podría argumentarse que se mueve en toda la escala de lo pasivo/activo. El humor, al tratarse de política, adquiere una motivación derivada de la frustración social por una falta de influencia en la toma de decisiones. En este sentido, el chiste va en contra de la imagen que los políticos desean transmitir: cuando un político intenta presentarse como superhombre, el humor lo muestra como ser de carne y hueso (Schmidt, 1996).

Respecto a este humor relacionado con lo político, una mirada clásica para su estudio que permite comprenderlo es la propuesta de Freud (que le otorga una cualidad liberadora y de sublimación); aquí el humor (configurado en sus elementos de la comicidad y el ingenio) le da un triunfo al *yo* que desarma los ataques, sufrimiento o señalamientos del exterior (Ruiz, 2014). Por ejemplo, cuando entre dos personas se señala con humor a una como culpable de una situación problemática. No obstante, esto se vuelve confuso para estudiar en las dinámicas sociales donde son múltiples las cadenas de personas señalando y comunicando sobre los actores y acciones políticas.

Con el paso del tiempo se han incorporado más revisiones sobre el estudio del humor y las teorías que lo toman como su objeto de estudio. El

humor suele ser clasificado en tres metafamilias teóricas, cada una de ellas con una cualidad en lo abstracto: superioridad, liberación e incongruencia. Además, se ubican en diferentes épocas de estudio, desde la antigua Grecia, pasando por estudios de Spencer y Freud, después Kant y Schopenhauer (Shifman y Blondheim, 2010), hasta hoy, cuando encontramos propuestas como las de Dynel (2009), Raskin (1985), Attardo (1991), O'Shannon (2012), entre otros.

En la investigación del humor y sus procesos relacionados, un momento ineludible es la revisión de la organización de sus teorías. Esto sirve para ubicar con mayor claridad el proceso que se quiere investigar, delimitar la definición de humor con la que se trabajará y clarificar las explicaciones que se pueden esperar.

Como se mencionó, se trata de tres metafamilias teóricas: (i) teorías de hostilidad o menosprecio; (ii) teorías de alivio, liberación o sublimación, y (iii) teorías de incongruencia o contraste. Respectivamente, son teorías que consideran que el humor es empleado para (i) hacer sentir menos o humillar a otra persona; (ii) que es un mecanismo para liberar tensión en momentos de crisis o miedo, y (iii) que sucede cuando hay asociaciones que rompen con lo *normal* o lo esperado del mundo (Raskin, 1985).

Más recientemente, Asa Berger (2006) propuso una reclasificación del humor en función de la pregunta “¿por qué ocurre?”: (i) el humor se basa en la superioridad al reírse de aquellos puestos en ridículo; (ii) envuelve agresión escondida; (iii) emplea las incongruencias entre lo que esperamos y lo que obtenemos; y (iv) está relacionado con las complejidades de la comunicación y el uso de encuadres y paradojas autorreflexivas y de contenido.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Se comprende como *paradoja autorreflexiva* aquella aseveración que se vuelve contradictoria al referirse a sí misma (por ejemplo, mencionar que algo es real e irreal simultáneamente). La paradoja de contenido se ubica en un nivel menor de abstracción: es aquella aseveración contradictoria sobre los elementos internos que la componen (por ejemplo, las asociaciones implícitas que se hacen respecto a estereotipos mencionados de forma explícita en un chiste).

Tabla 1. Principales genealogías del humor

| Genealogía del humor     | Autores principales  | Planteamiento central   | Elemento paradójico central observable  |
|--------------------------|--|---|---|
| Teorías de incongruencia | Kant<br>Schopenhauer<br>Arthur Koestler<br>Paul E. McGhee<br>Jerry Suls<br>John Allen Paulos<br>Karl Gross<br>Douglas Hofstadter<br>Liane Gabora   | El humor se basa en <i>incongruencias</i> , en la diferencia entre lo que esperamos y lo que obtenemos.   | Intercambio de elementos implícitos y explícitos en el <i>punch line</i> del episodio humorístico (paradoja externa).             |
| Teorías de hostilidad    | Platón<br>Aristóteles<br>Thomas Hobbes<br>Henri Bergson<br>Albert Rapp<br>Patricia Keith-Spiegel<br>John Morreall<br>Dolf Zillmann<br>Victor Raskin<br>Lawrence La Fave<br>Hannjost Lixfeld<br>Charles R. Gruner | El humor se basa en el <i>sentido de superioridad</i> , y nos reímos de las personas puestas en ridículo. | Contenido del episodio humorístico que se relaciona con elementos implícitos hostiles (paradoja interna y paradoja de contenido). |
| Teorías de liberación    | Sigmund Freud<br>Gregory Bateson<br>William Fry<br>Harvey Mindess  | El humor <i>envuelve agresión enmascarada</i> o escondida.  | Establecimiento de <i>frame</i> de juego para disfrazar y ventilar sentimientos (paradoja externa).                               |

Fuente: Tellez Sainz (2020, p. 36).



La **tabla 1** recupera las organizaciones de las teorías del humor, el origen de los principales aportes y el componente paradójico transversal de las metafamilias teóricas vistas como proceso comunicacional.

De la clasificación de Asa Berger (2006) se recupera el planteamiento de que el humor está relacionado con la comunicación como proceso, y, más puntualmente, es un proceso comunicacional complejo que incorpora paradojas en su estructura. William Fry (1987, 2010) identificaba un componente paradójico en la *arquitectura* del humor: esto delimita los fenómenos que se estudian y la forma en que se aproximan metodológicamente.

Lo paradójico, como parte de la vida diaria, existe entre las diferencias de lo vivido y lo soñado; lo que no se sabe que existe y lo que sí; lo que no existe en la realidad y la realidad que se construye. Pensar lo paradójico en relación con los procesos de comunicación humana deja observar los lugares donde se objetivan, por ejemplo, las contradicciones lógicas de dichos o hechos que operan al ser comunicados, ya sea a uno mismo, a otra persona, cara a cara o en un entorno virtual. En el humor esto ocurre de manera general cuando se incorporan elementos contradictorios sobre un mismo aspecto o suceso social, y se construyen visiones asimismo contradictorias que parecen operar simultáneamente (Tellez Sainz, 2020).

Hasta este momento se han mencionado algunas consideraciones sobre el estudio del humor, como las revisiones históricas del objeto de estudio, las metafamilias teóricas que buscan explicarlo, las formas de humor que se articulan con procesos sociales (por ejemplo, el humor político) y la estrecha relación que parece tener con lo paradójico. Para finalizar este apartado y poder avanzar hacia las implicaciones que el humor puede tener con las interacciones y la cultura digital, es necesario delimitar lo que se entiende como comunicación, es decir, la dimensión comunicacional del humor.

Una teoría clásica de los estudios de la comunicación es la teoría de los sistemas interaccionales o teoría de la comunicación humana,<sup>10</sup> desarrollada

---

<sup>10</sup> En este capítulo no se profundiza sobre los planteamientos teóricos de esta aproximación. Para una revisión más exhaustiva sobre la teoría de los sistemas interaccionales aplicada a Twitter, se puede consultar la tesis de maestría de Tellez Sainz (2020), que da cuenta de los alcances y limitaciones de aplicarla al estudio de un fenómeno relacionado con la cultura digital (la discusión de políticas públicas empleando humor en Twitter). Lo que ocupa a este

por Watzlawick et al. (2014), y cuyo planteamiento permite “comprender que la comunicación no es sólo cuestión de acciones y reacciones; es algo más complejo, y debe pensarse desde un enfoque sistémico, a partir del concepto de intercambio” (Rizo, 2011, p. 5) en las interacciones no lineales.

Desde una postura orientada al estudio de los procesos sociales y la cultura digital, empleando las teorías de sistemas, la comunicación humana se puede observar desde la estructura o la organización de las interacciones, desde las propiedades comunicacionales en los intercambios de mensajes, desde la dinámica en marcha de los sistemas interaccionales interrelacionados y desde los conjuntos de permutaciones en los elementos que constituyen un mensaje comunicado (Tellez Sainz, 2020). En las permutaciones que auspicia la comunicación humana es que se observa el humor, como una reorganización de sus elementos que posibilita paradojas intercambiadas en mensajes y respondidas con formas de risa.

Dos componentes centrales en el estudio de la comunicación humana son los conceptos de *comunicación* y *metacomunicación*, es decir, niveles de relación y contenido en las interacciones (Watzlawick et al., 2014). La comunicación y la metacomunicación son dos niveles simultáneos presentes en los intercambios de mensajes; de manera simplificada, se pueden entender como un nivel comunicado de contenido y un nivel *superior* metacomunicado de relación, lo cual hace referencia a la forma en que se interpreta el contenido según la relación que ocurra en la interacción.

Estos componentes permiten observar en las interacciones de Twitter que se emplean ambos niveles para indicar la interpretación esperada de un mensaje comunicado; las respuestas en las interacciones se pueden dirigir al contenido de un mensaje o, en el nivel de relación, al usuario que lo genera; existe dificultad para dar cuenta de ambos en algunas de las interacciones; y los niveles de comunicación están relacionados con los aspectos digital y análogo (verbal y no verbal, respectivamente), pero pensando en las comunicaciones en internet, esto se aprecia en el uso de elementos distintos al texto convencional, como emojis, GIF, etc.

---

capítulo es la articulación entre el estudio de interacciones, el humor como proceso que se objetiva y la red sociodigital Twitter como un espacio de estudio de la cultura digital.

Aún es necesario profundizar más en los elementos que articulan el humor como proceso de comunicación; por lo pronto, a partir de los planteamientos de las teorías de sistemas, la arquitectura de humor y el estudio de interacciones en Twitter, el humor se define aquí como un proceso comunicacional que emplea paradojas autorreflexivas y de contenido, dentro de un sistema que se caracteriza por un encuadre de juego, *punch line* y una forma de risa que completa el proceso humorístico (Fry, 1987, 2010; Tellez Sainz, 2020; Watzlawick *et al.*, 2014). Esto permitirá avanzar hacia los aspectos de las interacciones y de Twitter como espacio de discusión sobre políticas de gobierno.

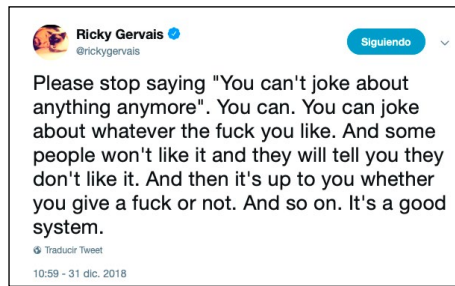
Twitter, además de ser un espacio para la discusión, muestra la propia discusión sobre lo que se considera humorístico o cómico. Si bien aún no se emplean los tuits relacionados con el humor para generar una teoría del humor en dicha red sociodigital, sirven como punto de partida para observar las tensiones que se producen en la plataforma respecto al objeto que ocupa este capítulo (el humor, la forma en que lo emplean ciertos grupos y los procesos socioculturales que vincula). En este sentido, es necesario un apunte a propósito de la cultura digital.

Por una parte, este se puede analizar como el cuerpo de conocimiento acumulado sobre los procesos sociales relacionados con internet; por otro, se piensa en los artefactos y sistemas de significación y comunicación incorporados por grupos de personas que separan sus distintas formas de vida (Gere, 2008). El humor en Twitter se ubica inicialmente como parte de los sistemas de significación y comunicación empleados por determinados usuarios y grupos; sin embargo, se extiende a procesos sociales vinculados con internet de manera más abstracta, como la polarización política discutida en la plataforma. Los siguientes dos tuits muestran otros de los elementos centrales para la discusión sobre el humor en Twitter: los temas que se mencionan y los chistes que esconden discurso de odio.

El primero proviene de la cuenta del comediante británico Ricky Gervais, reconocido por ser un escritor y comediante que emplea el humor negro, la sátira y la ironía en sus rutinas (es constantemente criticado por sus temáticas). Esto se refleja con frecuencia en su cuenta de Twitter (@rickygervais). Este tuit (**figura 1**) ejemplifica su postura respecto al humor

y respecto a aquello de lo que se puede o no hacer chistes: Gervais plantea que se pueden “hacer chistes de lo que quieras; a algunas personas les va a gustar y a otras no y te lo dirán, y depende de quien hace el chiste si les da importancia o no” (2018).

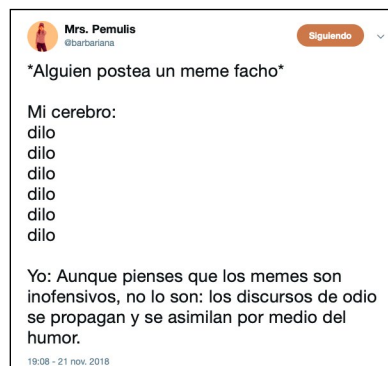
**Figura 1.** Tuit de Ricky Gervais sobre los chistes.



Fuente: Gervais (2018).

Un segundo tuit que discute sobre el humor es de Mrs. Pemulis (2018), una usuaria que emplea con frecuencia la ironía. En este caso (**figura 2**) hace referencia al papel del humor para la propagación y asimilación de discursos de odio bajo la justificación de que los memes son inofensivos.

**Figura 2.** Tuit de Mrs. Pemulis sobre los memes como propagadores del discurso de odio.



Fuente: Mrs. Pemulis (2018).

Si bien estos tuits sirven como punto de partida para analizar las formas en que se piensa el humor dentro de la plataforma, no hay que perder de vista que lo que se plantea en este capítulo es el humor como un proceso comunicacional que es parte de las discusiones políticas en Twitter. De suerte que conviene abordar el vínculo entre la política y el uso del humor como contrapeso, incluidos los casos donde la política puede verse como otra forma de humor.<sup>11</sup>

La relación entre la política y el humor tiene gran tradición en México, y se puede hallar principalmente en ensayos literarios, como el escrito por Juan Villoro con viñetas de Rogelio Naranjo (Naranjo y Villoro 2015), donde describe el nexos entre gobernar y el humor:

Gobernar es una manera de cortejar la eternidad. El humor procura, por el contrario, descubrir la fugacidad de toda grandeza; despoja a los próceres de su disfraz solemne y muestra que, en demasiadas ocasiones, en los actos que se hacen en nombre de la patria, no tienen que ver con el país, sino con los permanentes delirios del poder (p. 12)

Además, es importante mencionar el valor que Ruiz (2014) encuentra respecto al humor en momentos de crisis:

... para entender la presencia del humor en momentos de crisis hay que observar la mecánica que lo mueve: una fuerza esperanzadora que viene a llenar vacíos en todos los órdenes. Cuando un país ultrajado y herido está fragmentado, suelen acogerse en su reconstrucción los símbolos acuñados a lo largo de la historia que le dan identidad y que calan hondo en sus raíces: el territorio, la bandera, el escudo, el himno, la raza... El humor contribuye al fomento de un sentimiento de arraigo y de defensa de lo propio (pp. 130-131).

---

<sup>11</sup> En una sesión del Seminario de Metodologías del programa de maestría en Comunicación (Universidad de Guadalajara), dirigido por la Dra. Sarah Corona Berkin y el Dr. Néstor García Canclini, durante la dinámica de presentación de los participantes y de los proyectos de investigación que desarrollábamos, al mencionar el estudio del papel del humor (negro) y los temas de política dentro de Twitter, obtuve una respuesta de García Canclini que, irónicamente, cuestionó si el humor negro y la política no eran sinónimos. La respuesta es que probablemente sea difícil comprender uno aislado del otro y sea necesario observar varias interacciones para comenzar a distinguir lo político del humor.

Hasta este punto se ha abordado el humor como un suceso que puede ser disputado y (re)definido dentro de la plataforma; además, se ha dado un indicio sobre la vinculación entre el humor y la política. Sin embargo, aún es necesario observar el contexto donde estos procesos suceden: no se trata solo de la plataforma Twitter con las características de su interfaz, sino del proceso comunicacional que se mencionó en un inicio y del énfasis que se les da a las interacciones para lograr analizar y comprender el humor como un proceso sociocultural con doble implicación en la cultura digital.

## **Interacciones sociales en internet (implicaciones desde la cultura digital)**

El estudio de las interacciones en redes sociodigitales, y, de manera general, de las interacciones en entornos virtuales, tiene origen directo en el estudio de la comunicación interpersonal; es decir, sobre las acciones, intercambios de mensajes y procesos comunicacionales de significación y producción de sentido entre personas. El estudio de la comunicación en internet ha pasado por etapas en las cuales se estudian las interrelaciones uno a uno, uno a muchos y muchos a muchos mediante dispositivos tecnológicos (Cáceres Zapatero *et al.*, 2015).

Cappella (2017) habla de cuatro supuestos hipotéticos sobre el pensamiento y entendimiento de la comunicación interpersonal considerando los desarrollos simultáneos del *big data*, las redes sociodigitales, la ciencia social computacional y la convergencia entre los mismos. Los supuestos son (i) existe una recontextualización para plantear objetos de estudio de la comunicación interpersonal en relación con el desarrollo tecnológico; (ii) el acceso a servicios de internet es relevante; (iii) existe un crecimiento de la participación en las redes sociodigitales, y se vuelve un objeto de estudio; y (iv) los tres anteriores son procesos que están interrelacionados.

De manera que es necesario pensar en aproximaciones teórico-metodológicas que consideren los diversos procesos comunicacionales que ocurren simultáneamente. Así, es posible analizar distintas contribuciones al

estudio de internet y la comunicación interpersonal con interés en (i) las estructuras de las redes comunicativas, que amplían o reducen la difusión social; (ii) modelado de efectos de los medios masivos y las conexiones interpersonales; (iii) las campañas de comunicación masiva que buscan equipararse a los mensajes personales; y (iv) la producción de contenidos y su modificación en la comunicación interpersonal y el intercambio de mensajes (Cappella, 2017).

Las interacciones en entornos virtuales han permitido estudiar procesos de socialización, prácticas de consumo y procesos de sociabilidad *online* que amplían los espacios de encuentro (Winocur, 2006); modelos de participación y empoderamiento para la construcción de una ciudadanía digital y sociabilidad virtual (Cáceres Zapatero *et al.*, 2015, 2017); prácticas de activismo digital (Flores-Márquez, 2019); uso de diversas tecnologías por colectivos para la búsqueda de cuerpos de personas desaparecidas (Franco Míguas, 2019); adaptaciones sociales de redes sociodigitales, como Twitter (Tello Cháirez, 2014)...

El estudio de Twitter parte de identificar la plataforma como un espacio para la comunicación mediante mensajes cortos (tuits) de hasta 280 caracteres, con la oportunidad de integrar imágenes, GIF y videos, hasta observar los procesos sociales que vinculan lo que ocurre dentro y fuera de esta plataforma (Java *et al.*, 2007). Twitter había logrado más de 330 millones de usuarios activos hasta el primer cuatrimestre de 2019, de los cuales, 10,2 millones de ellos<sup>12</sup> por mes se registraron en México. Si bien no es la red con más usuarios, resulta relevante por la velocidad con que se discuten diferentes elementos de la realidad social.

Como en muchas de las redes sociodigitales actuales, es posible identificar la presencia del humor relacionado con temas políticos; esto mediante usos y prácticas que podrían relacionarse con el consumo televisivo de programas periodísticos: la conversación migra a la plataforma Twitter

---

<sup>12</sup> Esto con información recuperada de los estudios publicados sobre el número mensual de usuarios activos mundialmente desde el primer cuatrimestre de 2010 hasta el primer cuatrimestre de 2019 (Clement, 2019) y los países con mayor número de usuarios en Twitter (Clement, 2020).

desde lo que se transmite en televisión (Miranda y Fernández, 2015). Esta migración de espacio es similar a la detectada con el fenómeno del infoentretenimiento, estudiado por Echeverría (2020), donde los conceptos de *ironía* y *sátira* vienen a situarse como componentes del humor presente en productos mediáticos y ejercicios de consumo periodístico, el cual ha sido ampliamente estudiado y, en cierta medida, visto con incredulidad.

La importancia de observar las interacciones de Twitter recae en la premisa relacionada con los usuarios empleando tuits para lograr algo. Se considera que existe una práctica social y tecnológica (Weller *et al.*, 2014), lo que lleva a desarrollar no solo el análisis de contenidos producidos dentro de la plataforma, sino su relación con el contexto y las posibles finalidades observables de las interacciones que se estudian. Las interacciones que ocupan esta investigación tienen que ver con la política en México.

En internet y en las redes sociodigitales, las políticas de visibilidad<sup>13</sup> forman parte de marcos interpretativos legítimos que la sociedad construye e interpreta de los acontecimientos (Signa\_Lab ITESO, 2019). En estos marcos se pueden observar las formas de interpretación sobre acontecimientos que se conforman como asuntos públicos y mecanismos empleados para generar conversaciones.

Específicamente en el contexto mexicano, con Andrés Manuel López Obrador como presidente en el período 2018-2024, parece ser que la discusión pública, las políticas de visibilidad y la manera como se interpretan los problemas sociales o los asuntos públicos se adhieren a una de dos posturas contrarias rígidas (en Twitter esto se objetiva con *hashtags* a favor o en contra de cada tendencia). Ello muestra patrones de comunicación con una característica recurrente de polarización o contraposición, incluyendo las comunicaciones que emplean el humor.

La recurrencia de estas conversaciones, como un conjunto de sistemas aparentemente independientes, permite pensar en patrones que corresponden a las políticas de visibilidad y a la dimensión objetiva de los hechos

---

<sup>13</sup> Rossana Reguillo (2007) denomina *políticas de visibilidad* a los dispositivos, lógicas, códigos, reglas que buscan integrar, excluir, calificar y tematizar lo real, produciendo un pacto de verosimilitud.



(Reguillo, 2007) que son referenciados en las interacciones. Asimismo, el uso de mecanismos como el humor deja observar una dimensión o un subsistema de las interacciones, donde se integran marcos interpretativos de diferentes realidades de los usuarios en un contexto específico (el uso de códigos culturales sobre lo risible y lo hostil).

En este apartado se ha desarrollado, desde la dinámica de nombrar el humor como punto de partida, las interacciones en Twitter y las implicaciones que tienen para la investigación de la cultura digital y el humor. Por una parte, se trata de procesos sociales en un entorno virtual que presentan la articulación humor y política (algo similar fuera de la plataforma). Sin embargo, por otro lado, el contexto de polarización característica del gobierno de López Obrador amplía el estudio del humor más allá de la significación y lo articula con la política y los procesos sociales *fuera* de Twitter, donde es posible ver el humor (proceso) que vincula y enfrenta a políticas de visibilidad, simultaneidad de procesos en la plataforma y códigos culturales entre lo risible y lo hostil.

En Twitter, los *hashtags* son una forma de objetivar las tendencias o temas relevantes en el momento, y se considera que los problemas sociales, que se vuelven asuntos públicos (Gusfield, 1989), se relacionan o materializan en alguno o varios. Entonces, un punto de partida para la selección y estudio de las interacciones en la red social son los *hashtags* (aquellos que formaron parte de las tendencias en Twitter sobre determinados asuntos públicos), y una vez identificadas las interacciones, se pueden explorar los elementos constitutivos de lo humorístico para avanzar hacia la reflexión de explicaciones sobre el humor en dicha red.

## Lo cómico y lo hostil: la articulación del humor en Twitter

Tellez Sainz (2020) desarrolla un esquema que, a partir de análisis de interacciones que emplean humor sobre asuntos públicos y políticas de López Obrador, ayuda a observar los sistemas interaccionales en distintos nive-

les que ocurren en Twitter.<sup>14</sup> Estos sistemas están presentes en el aspecto humorístico, intercambios de tuits, los *hashtags* y conversaciones sobre asuntos públicos y la propia plataforma de Twitter (Tellez Sainz, 2020).

Para buscar el humor en Twitter se identifica primero la presencia y el desarrollo de episodios humorísticos (Tellez Sainz, 2020). Estos episodios son las interacciones de usuarios que generan contenidos con suficientes elementos o mecanismos cómicos para ser identificados como humorísticos. Al desarrollarse tales episodios mediante el intercambio de mensajes, integran elementos relacionados con asuntos públicos que no formaban parte inicialmente de las interacciones, de suerte que se amplía la cantidad de elementos sobre los que se construye la discusión de cada asunto. Esto puede resultar en consensos/disensos al respecto o únicamente respuestas con alguna expresión de risa.

En lo que se ha mencionado hay dos elementos centrales sobre los que conviene hacer una aclaración. Primero, si bien en los tuits se pueden presentar elementos humorísticos que parecen tener solo la intención de generar comicidad a propósito de asuntos públicos o problemas sociales, no todos se desarrollan en episodios, intercambios de mensajes o interacciones (en este sentido, los tres se refieren al mismo proceso de mensajes encadenados a manera de conversación). Para identificar estos episodios es necesario analizar las respuestas y dar cuenta de los elementos que los articulan como parte de una misma conversación. En Twitter, generalmente están conformados en hilos (*threads*).

En segundo lugar, las conversaciones en Twitter útiles para reflexionar sobre el humor como un proceso comunicacional tienen la característica de adoptar posturas alrededor de elementos en asuntos públicos. Sin embargo, no se discuten los problemas sociales en tales conversaciones y el humor no tiene la intención de establecer posturas (por lo menos no explícitamente). Pero en cuanto al humor como interacciones, los usuarios

---

<sup>14</sup> Este análisis está dentro de la tesis de maestría en Comunicación desarrollada entre 2018-2020 en la Universidad de Guadalajara. No se profundiza en la problematización o la propuesta metodológica, pero se parte de que el análisis de interacciones permita identificar aspectos del humor que vinculan lo hostil de este (Fry, 1987, 2010) con la justificación de lo cómico, para posibilitar diversas formas de violencia.

de Twitter adoptan posturas entre sí, es decir, durante la conversación, y esto posibilita la identificación de su posicionamiento. En el análisis, el humor y los problemas públicos se problematizan desde las interacciones y los usuarios que las desarrollan.

Esto es relevante, ya que el humor deja hacer inferencias de patrones de comunicación con respecto a la diversidad de temas que se conversan en Twitter y los posicionamientos que los usuarios toman al dialogarlos. Claro que para poder afirmar que existen posturas, compartidas o contrarias, también es necesario analizar otros elementos que están asimismo interrelacionados, como el tipo de interacciones en las que los usuarios suelen participar, las cuentas, lo orgánico de las interacciones, cuál es el objetivo y postura de los *hashtags* que surgen en la plataforma y si las conversaciones los adoptan o intentan tener un efecto opuesto. Es decir, ampliar el estudio de las interacciones más allá de los tuits como corpus de análisis.

Así las cosas, el humor funciona como delimitación del tipo de comunicación que se quiere analizar en una red sociodigital. Articulado con la cultura digital, el humor en Twitter es tanto un proceso social en internet, con sus características propias (lo que respondería a la pregunta “¿qué es humor en Twitter?”), como un componente o mecanismo empleado para la significación y producción de sentido (lo que respondería a la pregunta “¿qué temas se conversan mediante el uso de humor en Twitter?”).

Recordemos las cualidades del humor enunciadas al inicio: sin elegir una metafamilia en específico, obtenemos posibles miradas para estudiar el humor, pero ignorando en cierta medida su relación con los contextos sociales donde sucede, y su desarrollo. Las tres metafamilias responden a preguntas sobre cómo se usa el humor, debido a que se aísla de las interacciones donde ocurre. Un ejemplo de esto son los análisis de memes, que se pueden enfocar en el contenido y no en los procesos de significación relacionados conforme se interactúa con los memes humorísticos.

Una vez posicionados en que el humor de Twitter es un proceso comunicacional que forma parte de los procesos sociales en internet y que funciona como un mecanismo o componente de significación, lo que hace falta es pensar un lugar y un momento desde el cual comenzar a observarlo

para poder identificar aquello que los usuarios definen como humorístico (el indicio que se propone es la risa).

Para finalizar con este apartado, se pone énfasis de nuevo en la risa como punto de partida para identificar y estudiar el humor, así como el aspecto final en un episodio humorístico. El humor se puede volver un espacio de diálogo entre diversos estudios sobre los procesos sociales. Debido a que es un fenómeno “inherentemente misterioso e interesante (...) se estudia en muchas disciplinas académicas (...) las teorías del humor no tienden a respetar los límites disciplinarios” (Veatch, 1998, p. 161).

Andrés Barba (2017) refería en su revisión de anécdotas sobre el humor que la risa se presenta para, metafóricamente, devorar a otro hombre (una risa caníbal), de suerte que aquel resulta en un mecanismo para deshacer los posicionamientos de los otros (individuales o colectivos). Sin embargo, estudiar el humor enfocándose solo en el mensaje, o lo que se considera risible, y no en el desarrollo y lo contextual de la conversación, resultará en abstracciones que dificultarán la generación de principios explicativos sobre el proceso social al reducir lo humorístico a las posibles intenciones que infiere el observador de humor (el problema de los tres ciegos y el elefante).

Bergson (2019) plantea tres observaciones fundamentales para identificar lo cómico. Primero, no existe fuera de lo propiamente humano: la risa que se obtiene sobre objetos, lugares o animales ocurre porque se le encuentra una actitud o expresión humana. Segundo, lo cómico requiere ausencia de sentimiento: una indiferencia momentánea y que se olviden los afectos para poderse reír de alguien o algo, una forma de anestesia. Y tercero, la risa necesita un eco: algo que le permita prolongarse, que la vuelva en una risa de conjunto.

En el segundo aspecto radica su uso para hacer frente o limitar un sentimiento sobre alguna situación que produce una gran afección, ya sea el enojo hacia la incompetencia de las autoridades, el abuso de los políticos o la fragilidad humana en las víctimas de tragedias. Conviene tener en cuenta que esta afección puede ser propia o empática, así como distante; de forma que, la risa ocurre en una anestesia momentánea sobre la empatía de los afectados, se olvida la lástima o empatía, y es aquí donde puede entrar la burla y el ataque, enmascarado en la hostilidad que subyace al humor.

El tercer aspecto plantea que para entender la risa “hay que reubicarla en su entorno natural, es decir, la sociedad; hay que determinar su función útil, que es una función social” (Bergson, 2019, p. 12). Por eso es necesario replantear y observar cómo el desarrollo de las culturas, por ejemplo, la participativa (Jenkins, 2006), genera las condiciones para que diversas risas encuentren ecos que puedan volverse virales, participantes que interactuando producen nuevos conjuntos de reglas sobre lo que es humorístico. Así, por su parte, la cultura digital puede articular una mirada frente a lo humorístico con base en los mecanismos que se empleen en procesos sociales asociados a internet.

## Conclusiones

Twitter es un espacio donde las conversaciones se están polarizando alrededor de un elemento incorporado de la realidad social y elementos implícitos que no están referenciados directamente, lo cual resulta en la posibilidad de múltiples respuestas y posturas sobre los componentes de un asunto público. Desde la sistémica, esto se ha asociado a los procesos paralógicos (Hanson, 1995), donde, durante el desarrollo del proceso comunicacional, se pueden construir *realidades* con base en los mismos elementos iniciales, una propiedad necesaria para que algo se identifique como risible o violento, según decida interpretarse.

Al estudiar el humor como un elemento sobre acontecimientos relevantes para la sociedad o asuntos públicos, y realizar revisiones de otros casos sobre su estudio, surgen preguntas como ¿por qué sucede?, ¿para qué se implementa?, ¿qué implicaciones tiene la presencia del humor para las personas directamente relacionadas con sucesos sociales? Como se desarrolló en el apartado anterior, el humor se vuelve un mecanismo que se vale de una capacidad de hostilidad que confeccione los elementos explícitos en la interacción con los elementos implícitos que están relacionados, pero desde una postura de broma o un episodio que *no es real*.

El humor sobre el que se ha escrito en este capítulo es un espacio, un recorte, un fragmento de la realidad que opera como real/irreal, donde

se puede desarrollar lo cómico, lo burlesco, lo violento o lo insensible, a partir de los componentes que se comunican y los marcos interpretativos que la sociedad y los sujetos en interacción emplean para producir sentido (Tellez Sainz, 2020). Es en la propiedad de hostilidad (la cual rompe con lo esperado, lo real) que el humor en Twitter puede moverse hacia lo cómico o lo violento, justificado por la broma o el juego (lo irreal); pero las implicaciones son sumamente relevantes.

Lo que se puede comprender del humor en Twitter es que, como proceso comunicacional, posibilita a los usuarios para llevar a cabo asociaciones entre elementos de la realidad que son referidos en sus tuits y otros elementos anclados, a su vez, en elementos afectivos o emocionales (en estas asociaciones se identifica lo que permite que algo sea risible). En esta posibilidad de risa es que se pueden observar normalizaciones de fenómenos sociales como el racismo, el clasismo, la radicalización y polarización política, la violencia y la hostilidad social. Estos encuentran en el humor condiciones para desarrollarse porque vinculan aspectos concretos de la realidad y aspectos interpretativo-subjetivos en un marco que *permite* se produzca sentido sin tomarse muy en serio (Tellez Sainz, 2020).

## Referencias

- Asa Berger, A. (2006). Humor and communication. En *50 ways to understand communication. A guided tour of key ideas and theorists in communication, media and culture* (pp. 313-21). Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Attardo, S. (1991). Script theory revis(it)ed: joke similarity and joke representation model. *International Journal of Humor Research*, 4(3/4), 293-348. DOI: <https://doi.org/https://doi.org/10.1515/humr.1991.4.3-4.293>
- Barba, A. (2017). *La risa caníbal. Humor, pensamiento cínico y poder*. Editorial Fiordo.
- Bergson, H. (2019). *La risa*. Editorial Lectorum.
- Cáceres Zapatero, M. D., Brändle Seán, G. y Ruiz San Román, J. A. (2015). Hacia la construcción de una ciudadanía digital. Nuevos modelos de participación y empoderamiento a través de Internet. *Prisma Social*, 15, 643-684. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=353744533018>

- Cáceres Zapatero, M. D., Brändle Seán, G. y Ruiz San Román, J. A. (2017). Sociabilidad virtual: la interacción social en el ecosistema digital. *Historia y Comunicación Social*, 22(1), 233-247. DOI: <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5209/HICS.55910>
- Cappella, J. N. (2017). Vectors into the future of mass and interpersonal communication research: big data, social media, and computational social science. *Human Communication Research*, 43(4), 545-558. DOI: <https://doi.org/10.1111/hcre.12114>
- Clement, J. (2019). Number of monthly active Twitter users worldwide from 1st quarter 2010 to 1st quarter 2019. *Statista*. <https://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/etwitter->
- Clement, J. (2020). Leading countries based on number of Twitter users as of July 2020. *Statista*. <https://www.statista.com/statistics/242606/numberof-active-twitter-users-in-selected-countries/>
- Dynel, M. (2009). Beyond a joke: types of conversational humour. *Language and Linguistics Compass*, 3, 1284-1299. DOI: <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1749-818X.2009.00152.x>
- Echeverría, M. (2020). Cuando el humor va en serio. Efectos del humor y la sátira política en actitudes ciudadanas. *Estudos em Comunicação*, 1-19. DOI: <https://doi.org/10.25768/20.04.03.30.01>
- Espinoza, M. (2010). El humor como estrategia feminista en la obra de escritoras contemporáneas de América Latina. *Razón y Palabra*, 15(73). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199514908053>
- Flores-Márquez, D. (2019). En mi corazón caben dos países: activismo digital transnacional y subjetividad política en migrantes mexicanos. *Comunicación y Sociedad*, 1-21. DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7260>
- Franco Míguas, D. (2019). Tecnologías de esperanza. Apropiaciones tecnopolíticas para la búsqueda de personas desaparecidas en México. El caso de Las Rastreadoras del Fuerte. *Comunicación y Sociedad*, 1-29. DOI: <https://doi.org/10.32870/CYS.V2019I0.7280>
- Fry, W. F. (1987). Humor and paradox. *American Behavioral Scientist*, 30(3), 42-71. DOI: <https://doi.org/10.1177/000276487030003005>
- Fry, W. F. (2010). *Sweet madness. A study of humor*. Transaction Publishers.
- Gere, C. (2008). *Digital culture*. Reaktion Books.
- Gusfield, J. R. (1989). Constructing the ownership of social problems: fun and profit in the Welfare State. *Social Problems*, 36(5), 431-441. DOI: <https://doi.org/10.2307/3096810>

- Hanley, O. (2009). Humorous communication theory. En S. Littlejohn y K. Foss (Eds.), *Encyclopedia of communication theory* (pp. 480-483). SAGE Publications Inc.
- Hanson, B. (1995). *General systems theory beginning with wholes*. Taylor & Francis.
- Java, A., Song, X., Finin, T. y Tseng, B. (2007). Why we twitter. Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 Workshop on Web Mining and Social Network Analysis. *Association for Computing Machinery*. DOI: <https://doi.org/10.1145/1348549.1348556>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture. Where old and new media collide*. New York University Press.
- Jensen, D. (2016). *Comedians in cars getting coffee. John Oliver: What kind of human animal would do this?* Embassy Row & Sony Pictures Television.
- Kozbelt, A. y Nishioka, K. (2010). Humor comprehension, humor production, and insight: an exploratory study. *International Journal of Humor Research*, 23(3), 375-401. DOI: <https://doi.org/DOI 10.1515/HUMR.2010.017>
- Mcgraw, A. P., Williams, L. E. y Warren, C. (2014). The rise and fall of humor psychological distance modulates humorous responses to tragedy. *Social Psychological and Personality Science*, 5(5), 566-572. DOI: <https://doi.org/10.1177/1948550613515006>
- Miranda, M. y Fernández, F. (2015). Hablándole a la televisión: análisis de las conexiones discursivas entre Twitter y tres programas de contenido político en televisión abierta. *Revista Comunicación y Sociedad*, 24, 71-94. DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v0i24.2523>
- Mrs. Pemulis [@barbariana]. (2018). \*Alguien postea un meme facho\*. Mi cerebro: dilo dilo dilo dilo dilo dilo. Yo: Aunque pienses que los memes son [Tuit]. <https://twitter.com/barbariana/status/1065411598569877504>
- Naranjo, R. y Villoro, J. (2015). *Funerales preventivos. Fábulas y retratos*. Editorial Almadía.
- O'Shannon, D. (2012). *What are you laughing at? A comprehensive guide to the comedic event*. Bloomsbury Academic.
- Raskin, V. (1985). *Semantic mechanisms of humor*. D. Reidel Publishing Company.
- Reguillo, R. (2007). Horizontes fragmentados: una cartografía de los miedos contemporáneos y sus pasiones derivadas [PDF]. *Revista Académica de la Federación de Facultades de Comunicación Social. Diálogos de la Comunicación*, 75, 1-10. [https://www.academia.edu/25374913/Horizontes\\_fragmentados\\_una\\_cartograf%C3%ADa\\_de\\_los\\_miedos\\_contempor%C3%A1neos\\_y\\_sus\\_pasiones\\_derivadas](https://www.academia.edu/25374913/Horizontes_fragmentados_una_cartograf%C3%ADa_de_los_miedos_contempor%C3%A1neos_y_sus_pasiones_derivadas)



- Ricky Gervais [@rickygervais]. (2018). Please stop saying “You can’t joke about anything anymore”. You can. You can joke about whatever the fuck you like [Tuit]. <https://twitter.com/rickygervais/status/1079784120945967104>
- Rizo, M. (2011). Reseña de “Teoría de la comunicación humana” de Paul Watzlawick. *Razón y Palabra*, 75(febrero-abril). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199518706028>
- Ruiz, B. (2014). El lado luminoso del humor negro. *Sincronía*, 65, 92-103.
- Schmidt, S. (1992). Humor y política en México. *Revista Mexicana de Sociología*, 54(1), 225-250. DOI: <https://doi.org/10.2307/3540785>
- Schmidt, S. (1996). Política y humor: chistes sobre el presidente mexicano Carlos Salinas de Gortari. *Nueva Antropología*, 15(50), 49-70. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15905004>
- Shifman, L. y Blondheim, M. (2010). The medium is the joke: online humor about and by networked computers. *New Media and Society*, 12(8), 1348-1367. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444810365311>
- Signa\_Lab ITESO. (2019). *México 2019: la disputa por la interpretación*. [https://signalab.iteso.mx/informes/informe\\_disputa-polarizacion\\_01.html](https://signalab.iteso.mx/informes/informe_disputa-polarizacion_01.html)
- Tellez Sainz, L. I. (2020). *Comunicación, humor y polarización en Twitter sobre asuntos públicos y políticas de López Obrador* [Tesis de maestría no publicada]. Universidad de Guadalajara.
- Tello Cháirez, J. A. (2014). La adaptación social de Twitter. En *La investigación ante el nuevo marco regulatorio de las telecomunicaciones y la radiodifusión en México* (pp. 120-130). Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- Veatch, T. C. (1998). A theory of humor. *International Journal of Humor Research*, 11(2), 161-215. DOI: <https://doi.org/0933-1719/98/0011-161>
- Watzlawick, P., Bavelas, J. y Jackson, D. (2014). *Pragmatics of Human Communication: a study of interactional patterns, pathologies, and paradoxes*. W. W. Norton.
- Weller, K., Bruns, A., Burgess, J., Mahrt, M. y Puschmann, C. (2014). Twitter and society. En *Choice reviews online*. Peter Lang Publishing. DOI: <https://doi.org/10.5860/choice.52-0916>
- Winocur, R. (2006). Internet en la vida cotidiana de los jóvenes. *Revista mexicana de sociología*, 68(3), 551-580. <http://revistamexicanadesociologia.unam.mx/index.php/rms/article/view/6069>
- Wyer, R. S. y Collins, J. E. (1992). A theory of humor elicitation. *Psychological Review*, 99(4), 663-688. DOI: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.99.4.663>

## Capítulo VI

# **Economía diaspórica y resistencia social: cómo los migrantes venezolanos usan las redes sociales para mejorar sus condiciones de vida en México**

David Ramírez Plascencia

Estas primeras dos décadas del nuevo siglo nos han dejado como legado un intrincado contexto global que se caracteriza por el surgimiento del extremismo político, la polarización social y una economía que ha sufrido ya dos crisis: en 2008 con el problema de las hipotecas *subprime* y en 2020 por la pandemia del COVID-19. Este contexto adverso ha impulsado diversos flujos migratorios masivos alrededor del mundo: de África y Siria hacia Europa, y los venezolanos, centroamericanos y haitianos hacia Estados Unidos.

El sentimiento pesimista y el desánimo han permeado el ámbito de lo político: cada vez es más común observar en ambos lados del Atlántico el triunfo de gobiernos populistas y extremistas de izquierda y derecha, que basan su éxito en promover una ideología abiertamente xenófoba, cerrada económicamente y autoritaria.

América Latina también ha sido partícipe de estas tendencias: la polarización social, la ralentización del crecimiento económico, estallidos sociales como el caso de Chile en 2019 y Colombia en 2021, sumado todo al impacto negativo de la pandemia en la economía de la región. Estos condicionantes tan adversos han impulsado un éxodo masivo de migrantes que ha desbordado las fronteras y puesto en predicamento los frágiles sistemas de ayuda pública de los países receptores.

En los últimos 12 años, México ha recibido un importante flujo de migrantes, principalmente de Centroamérica, Haití, Venezuela e, incluso, Estados Unidos y España, que llegaron al país en busca de nuevas oportunidades para mejorar su nivel de vida y el de sus familias. Durante estos años, los migrantes incorporaron diversas tecnologías digitales (tabletas, teléfonos inteligentes, aplicaciones móviles, así como plataformas sociales) como elementos esenciales en su vida cotidiana, usándolos para estar en contacto con sus familiares y amigos, así como para ampliar sus relaciones sociales en el país de acogida.

Uno de los aspectos más significativos de este proceso de adopción tecnológica entre migrantes es la creación de comunidades diaspóricas virtuales, espacios sociales donde los miembros intercambian información, opiniones, y encuentran apoyo y solidaridad para paliar los diversos problemas que tienen que afrontar tanto en sus lugares de origen como en las localidades donde actualmente radican. A su vez, uno de los temas más destacados dentro de estas comunidades es el aspecto económico: conseguir un empleo, obtener un permiso de trabajo, enviar dinero a sus familiares, vender o comprar productos, entre otros.

El propósito de este capítulo es indagar sobre cómo los migrantes venezolanos radicados en México utilizan estas plataformas virtuales y aplicaciones móviles para generar prácticas de resistencia social mediante las cuales se apropian de la tecnología para agruparse y apoyarse entre ellos,

pero también para plantar cara a las diversas problemáticas económicas, políticas y sociales en su lugar de origen y el país de acogida, además de mejorar sus condiciones de vida y las de su familia.

En el ámbito económico, estas resistencias se manifiestan con la creación de cadenas solidarias para ofertar empleos, servicios, e información para establecer negocios, pero también en organización social para manifestarse ante actos discriminatorios, trabas burocráticas y otras barreras que limitan su acceso al mercado laboral. Los migrantes se apoyan en las redes sociales para crear espacios alternativos y ofertar bienes y servicios, pero también para brindar información sobre el contexto laboral, la economía del país, los mecanismos para revalidar estudios y regularizar su situación en el país de acogida.

El trabajo de campo se centra en el análisis de las comunicaciones dentro de grupos cerrados de Facebook creados y administrados por migrantes venezolanos viviendo en México. Los resultados finales muestran cómo las tecnologías digitales se han consolidado como elemento central en la vida social y económica de los migrantes, y no solo para seguir en contacto con su lugar de origen, sino como herramientas esenciales para mejorar sus condiciones de vida en el país de acogida, así como para plantear estrategias de resistencia económica a fin de plantar cara ante el difícil contexto en que se desenvuelven.

## **Migración, pandemia y precariedad económica en América Latina**

Desde el año 2020, el mundo ha tenido que sortear los impactos negativos derivados de la expansión global del COVID-19. Hasta septiembre de 2022, se contabilizan cerca de 600 millones de contagios y 6,5 millones de víctimas mortales (Johns Hopkins Coronavirus Resource Center, 2022). En lo económico, los estragos causados por la pandemia se reflejan en un estancamiento del crecimiento del PIB, el cierre de empresas y la pérdida de empleos (Hoffmann, 2021). Las restricciones a los viajes han golpeado con

severidad al sector turístico, donde el PIB cayó un 49,1 % en el año 2020 en comparación con el 2019 (World Travel & Tourism Council, 2021).

En América Latina no solo se han tenido que sortear estos impactos negativos, sino también hacer frente a un contexto local muy adverso marcado por la polarización política (Malamud y Núñez, 2021), una frágil y lenta recuperación económica postpandémica, y una serie de crisis migratorias, como en el caso de los refugiados haitianos, centroamericanos y venezolanos que han huido de sus países de origen en busca de mejores oportunidades, pero que, ante el fortalecimiento de las medidas de acceso en Estados Unidos, han decidido permanecer en México.

Frente al creciente riesgo de las rutas terrestres que van hacia Estados Unidos, donde pueden sufrir robos, violaciones o incluso la muerte a manos del crimen organizado, los migrantes han optado por asentarse en otros países de la región como Colombia, Chile y México. Sin embargo, aquellos migrantes que han podido arribar a estos países de acogida, sobrepasando los peligros y solventando los altos costos derivados del viaje, aún tienen que sortear otras problemáticas, como la falta de permisos de trabajo, discriminación y actos de racismo, las cuales se han agravado debido a la situación social y económica derivada de la pandemia.

El contexto actual ha sido especialmente duro para aquellas personas que han debido migrar ya sea por cuestiones económicas, políticas o de seguridad en sus lugares de origen (Guadagno, 2020). Desde los primeros brotes del virus, los migrantes han sido señalados, sin ningún fundamento científico, de ser grupos portadores y propagadores de la enfermedad. Así, por ejemplo, africanos en China (Castillo, 2020) y trabajadores etíopes en Arabia Saudita (*The Economist*, 2020), pero también ciudadanos estadounidenses de origen asiático, han sido objeto de agresiones verbales y físicas, e, incluso, de ataques mortales de índole racista (*BBC*, 2021).

La situación también ha empeorado para aquellos migrantes con estatus de refugiados, particularmente aquellos que están viviendo en campos de asilo en Europa, donde las condiciones de vida se han vuelto críticas debido a la gran saturación de las instalaciones, así como a la falta de insumos, convirtiendo estos espacios en focos rojos para la propagación de las enfermedades, especialmente del COVID-19 (*Deutsche Welle*, 2020; *BBC*,

2020). A pesar de las complejidades, los flujos migratorios continúan, los migrantes logran arribar y progresar en México, país que tradicionalmente se ha caracterizado por ser un importante emisor de migrantes antes que un Estado receptor.

México, en los últimos años, ha recibido un gran número de personas provenientes de países de Centroamérica, de Haití o de Venezuela (*The Economist*, 2017; *CNN Español*, 2020). Incluso el contexto pandémico no ha sido impedimento para que continúen llegando al país miles de turistas y migrantes, al ser México una de las naciones con los controles sanitarios más laxos, y que no detuvo su tráfico aéreo (esta restricción fue una de las políticas implementadas por la mayoría de los países alrededor del mundo) (González Díaz, 2021).

Entre los migrantes que han llegado al país, ya sea por cuestiones económicas o por seguridad, son precisamente los venezolanos un grupo cuya presencia ha crecido de manera importante en los últimos años (Sánchez y Myriam, 2020). Su llegada se debe principalmente a la búsqueda de mejores condiciones de vida, como encontrar un empleo para poder mantener a sus familias en México o en su lugar de origen mediante el envío de remesas (García Nice, 2020). Pero también por cuestiones de seguridad: Venezuela es uno de los países con más altos índices de criminalidad, y su capital, Caracas, es una de las ciudades más peligrosas del mundo, con un alto índice de asesinatos (Overseas Security Advisory Council, 2020).

No obstante todas estas complejidades, los migrantes persisten, y se establecen en los lugares de acogida incluso durante este contexto tan adverso. Es precisamente el problema de la migración en el contexto pandémico el que será objeto de estudio en este capítulo. Particularmente, sobre cómo los migrantes, en este caso los venezolanos radicados en México, incorporan las tecnologías digitales para crear comunidades sociales y plantear estrategias de resistencia económica ante el contexto tan adverso, ya de por sí complejo por su naturaleza de migrantes, pero agravado por el impacto del COVID-19.

Gracias a estos espacios, los venezolanos son capaces de fortalecer los lazos afectivos entre sus conciudadanos, estar en contacto con la cultura en sus países de origen, pero, sobre todo, mejorar sus condiciones de vida.

## El abordaje teórico de las diásporas digitales

Si bien tradicionalmente el concepto de *diáspora* ha sido utilizado para designar a aquellas minorías étnicas migrantes que mantenían lazos culturales fuertes con su tierra de origen, como es el caso de las comunidades judías (Butler, 2011; Cohen, 2015), actualmente su significado se ha reformulado y ampliado para incorporar otras formas de convivencia social más allá de la presencialidad, ya que, en muchos casos, las relaciones entre sus miembros son mediadas por dispositivos digitales.

Una diáspora bajo este enfoque más actual se refiere a una comunidad de migrantes que comparten lazos muy fuertes de pertenencia hacia una identidad cultural, y poseen el compromiso asimismo fuerte de proteger esa identidad de factores culturales y políticos de carácter exógeno (Cohen, 2009; Brinkerhoff, 2009). Este punto de partida teórico nos permite entender a las comunidades diaspóricas como entes que evolucionan y refuerzan su sentido de pertenencia sin depender de una convivencia diaria cara a cara dentro de un espacio geográfico físico determinado, sino que, al contrario, perduran en el tiempo arraigados al sentido de pertenencia a una comunidad imaginada (Anderson, 2016).

Es precisamente en este contexto actual, marcado por un uso masivo de las tecnologías digitales, donde el concepto *diásporas* se renueva y adquiere un matiz al momento de abordar el estudio de las comunidades virtuales creadas en internet, particularmente aquellas formadas dentro de las redes sociales (Crush *et al.*, 2012; Georgiou, 2013). Dentro de estos espacios, los migrantes pueden interactuar entre sí, creando cadenas solidarias internacionales que sirven de apoyo a la hora del viaje hacia el país de acogida: obtienen información sobre los trámites para ingresar y el tipo de documentación y el bagaje que deben llevar consigo, como los documentos apostillados o la cantidad de dinero.

Con la llegada a su nuevo entorno, las comunidades virtuales son de gran ayuda porque orientan a los recién llegados con información sobre cómo tramitar la solicitud de asilo, cómo inscribir a los hijos en la escuela, conseguir un hospedaje y, desde luego, buscar un empleo, o bien ejercer su profesión. Otro aspecto importante es el fortalecimiento de los lazos

identitarios. Gracias al intercambio constante de información y comentarios, los migrantes estrechan sus lazos culturales con su país de origen, pero también fortalecen sus relaciones con otros migrantes dispersos dentro del país de acogida.

Los migrantes dejan de ser individuos dispersos para funcionar como una colectividad (Marlowe *et al.*, 2017; Ponzanesi, 2020). Así, estos grupos comienzan a tener un papel más activo no solo para apoyarse entre los miembros, sino para pelear por sus derechos, protestar y plantar una resistencia activa contra los problemas sociales y económicos en ambos países (Kronman y Jönsson, 2020). Esta cohesión y sinergia resulta especialmente importante en contextos tan complejos como el actual, marcado por la pandemia y la polarización política.

Si bien la movilización política y la organización de movimientos de migrantes no son fenómenos propios de la era de internet (Rydzik y Anitha, 2020), lo cierto es que este tipo de manifestaciones han tenido un gran impulso gracias a las tecnologías digitales, desde las redes sociales hasta las aplicaciones móviles, sin olvidar los celulares inteligentes y las tabletas (Organización Internacional para las Migraciones, 2020; Udwan *et al.*, 2020). A través de estas tecnologías, los migrantes son capaces de compartir información sobre las diversas problemáticas sociales y políticas que tienen que afrontar en sus países de acogida, como son los actos de discriminación, la falta de empleo y el acoso de las autoridades (Siim y Meret, 2021).

En el contexto actual de la pandemia, las tecnologías también les han permitido a los migrantes establecer estrategias de resistencia económica que les ayuden a sortear las dificultades derivadas del cierre de negocios, del alto desempleo actual y de la precarización laboral (López-Sala, 2021). Gracias a estos espacios se logra conjuntar y forjar cadenas de solidaridad y movilización internacional (Méndez *et al.*, 2015). También gracias a las comunidades virtuales, el migrante deja de ser un ente pasivo que solo consume información de manera individualista, para tener un compromiso social más fuerte con los demás miembros y un rol más activo en la transformación de sus condiciones de vida (Rueda Ortiz y Franco-Avellaneda, 2018).

En estos espacios, los miembros pueden ofertar y buscar empleo, vender comida, ingredientes y artículos tradicionales (indumentaria, banderas,



logos y demás parafernalia relativa al país de origen), y, en el caso particular de los venezolanos radicados en México, pueden crear mecanismos alternativos para el envío de remesas, así como para el intercambio de mercancías entre países. Las redes sociales como Facebook y los dispositivos móviles, tabletas o celulares inteligentes, junto con las aplicaciones móviles como Telegram o WhatsApp, favorecen la creación y proliferación de las economías diaspóricas (Constant y Zimmermann, 2016).

## Planteamiento metodológico

Tal como se ha observado en los apartados anteriores, las tecnologías digitales tienen un lugar preponderante en la vida de los migrantes, y no solo para estar en contacto con su país, sino para asimismo cubrir necesidades en el ámbito afectivo, político y, en el caso de este texto, económico. Existe una gran producción académica centrada en el estudio de la relación entre migrantes y tecnología. Van Dijk (2018) se enfoca en demostrar cómo se puede abordar el estudio de las interacciones entre migrantes mediante el método *análisis del discurso*; esto para entender los significados subyacentes que se esconden dentro de los diversos documentos legales, periodísticos y políticos relacionados con la migración.

Leurs y Prabhakar (2018), por el contrario, se centran en proporcionar elementos distintivos vinculados con el estudio de la migración en ambientes virtuales; es decir, cómo abordar la información generada por los migrantes. Así, sugieren pensar particularmente en la forma de construcción dialéctica de la comunicación *online-offline*. Esto es, pensar en la construcción de la información como intercambio entre dos realidades, pero también entre varios contextos geográficos. En el caso del presente trabajo, se trata de sujetos cuyas relaciones se desarrollan tanto en línea como en el *mundo físico*, pero también entre México y Venezuela.

Para efectos de esta investigación, se utiliza la metodología denominada estudio de caso, la cual tiene como objetivo centrarse en la complejidad de un caso particular que, por su relevancia, sirve de ejemplo paradigmático para estudiar todo un fenómeno (Harrison *et al.*, 2017; Yin, 2017). Este

trabajo se centra en analizar cómo los migrantes venezolanos en México utilizan las redes sociales para establecer estrategias de resistencia económica a fin de mejorar sus condiciones de vida. Con este propósito se estudian las distintas actividades económicas que llevan a cabo los migrantes en redes sociales (más en concreto, en los grupos cerrados de Facebook), con el fin de obtener ingresos.

El trabajo de campo pone especial atención en el estudio de las comunidades diaspóricas virtuales como organizaciones ancladas en diversos contextos y realidades (geográficas, mediáticas y sociales), donde los individuos crean y sostienen relaciones sociales tanto en su lugar de origen como en su nuevo entorno, en el ambiente físico y en el virtual (Crush *et al.*, 2012). Para la recolección de datos se utiliza la técnica de análisis de contenido, teniendo como unidad de análisis *los posts* publicados por los usuarios en estos grupos.

Esta técnica de recolección de información tiene como objetivo hacer inferencias válidas y replicables de los documentos (Krippendorff, 2004; Bengtsson, 2016; Hamad *et al.*, 2016; Neuendorf, 2017). En este sentido, es importante aclarar que, en términos de esta técnica, el vocablo *documentos* tiene un significado más amplio, y engloba todo material donde es posible grabar o imprimir información, es decir, desde documentos sonoros, gráficos, visuales y multimedia.

De ahí que uno de los desafíos más complejos que sortear al momento de hacer el análisis de los contenidos en redes sociales sea el hecho de que la información no es estática, como en el caso de un libro impreso en papel o una película, sino que tiende a cambiar conforme se difunde en internet, como aquella que se publica en los *posts* de Facebook. Esta puede cambiar su formato de texto a imagen y luego a audio. Pero también este dinamismo se nota en la forma como los lectores pueden interactuar con la información; así, por ejemplo, cuando un miembro comenta una publicación (*post*) compartida por otro usuario (Neuendorf, 2017).

La muestra del estudio consistió en cincuenta y cuatro unidades de análisis (*post*), seleccionadas en dos grupos cerrados de Facebook durante el primer semestre del año 2021. El primero, de carácter local, es Venezolanos Activos en Guadalajara, con seis mil miembros. El otro grupo, con alcance

nacional, se denomina Venezolanos en México, con 35.300. La razón para escoger estos dos grupos tiene que ver con el hecho de poder contrastar si las temáticas varían dependiendo del enfoque geográfico de aquellos, o si, por el contrario, los temas económicos se mantienen.

Al ser un estudio exploratorio, se escogieron únicamente algunas categorías que permitieran tener una imagen general sobre cómo utilizan los migrantes estos espacios virtuales para mejorar su condición económica, ya sea para ejercer una profesión, ofertar un puesto laboral o bien buscar un empleo, así como el género del miembro que compartía la información. Como se verá más adelante, el aspecto del género nos ofrece información muy ilustrativa sobre el tipo de actividades económicas que se pueden hallar en estos grupos.

## **Economía diaspórica y resistencia social de los venezolanos en México**

Un primer punto para resaltar es el hecho de que el aspecto económico no es el único de importancia dentro de los grupos de Facebook de migrantes venezolanos en México analizados en este estudio. Los miembros también comparten otros temas: por ejemplo, información general sobre cómo migrar a México, o bien temas relacionados con la situación política de ambos países. Es significativo, en términos de este trabajo, resaltar la forma en que estos espacios se han consolidado en medios que favorecen la creación de economías diaspóricas. Dentro de los grupos, los migrantes forjan cadenas de solidaridad para generar estrategias de resistencia económica a fin de mantenerse a flote en el contexto adverso creado sobre todo por la pandemia.

Estas estrategias se plasman en el apoyo para encontrar empleo, gestionar la documentación oficial u obtener información y asesoría para crear una micro o mediana empresa. Aquí la cuestión cultural juega un papel preponderante porque no solo sirve para crear sinergias, sino también para desarrollar un mercado en torno a los miembros. En un contexto diferente al que han vivido en sus respectivos países, los migrantes tratan de recuperar

al menos en parte esas costumbres y elementos identitarios que han tenido que dejar. Así, una de las actividades más frecuentes que circulan en estos espacios es la venta de comida venezolana.

Del total de unidades analizadas, tenemos que trece se relacionan con la comercialización de platillos típicos. En algunos casos se ofertan directamente en el grupo y se venden a través de aplicaciones como WhatsApp, o bien se promociona el acudir a un restaurante. Aunque, a partir de la pandemia, se privilegia más la venta por internet. Los platillos tradicionales que más se ofrecen son arepas, cachapas y patacones y hallacas. El servicio de alimentos no está restringido a la venta de platillos preparados, actividad que aparece más en el grupo de Guadalajara, sino que también incluye la venta internacional de productos y alimentos procesados, una actividad cuya presencia se aprecia más intensa en el grupo Venezolanos en México.

Este tipo de comercialización es por demás interesante porque utiliza las redes sociales y las aplicaciones móviles para conectar a clientes y proveedores en ambos países. Así, hay empresas o individuos que ofertan el servicio a residentes en México, donde ellos pueden comprar comida a sus parientes para que se la entreguen en Venezuela. Esto es particularmente importante debido a la escasez y falta de medios de pago para obtener productos básicos en el país sudamericano.

Aquí podemos apreciar un ejemplo de este tipo de *posts*:

¿El dinero que le mandas a tu familia en Venezuela no les alcanza para hacer mercado? No te preocupes, tenemos la solución a ese gran problema. Te ofrecemos entregas de combos de comida puerta a puerta en Venezuela. Dale a tu familia la tranquilidad de recibir su mercado en la puerta de su casa con productos 100 % de calidad. Puedes realizar el pago en pesos o transferencia vía Zelle. Para pedidos y obtener información detallada de nuestros servicios, nos puedes contactar vía WhatsApp. [sic]

Al revisar estos *posts*, se puede apreciar cómo el cliente y el comprador aprovechan medios alternativos de comunicación, es decir, no recurren a empresas formalmente establecidas en Venezuela o México, sino que utilizan Facebook o WhatsApp; y el pago para adquirir el bien solo se puede hacer desde México. Como veremos más adelante, hay razones por las cua-

les este tipo de servicios han proliferado entre los migrantes venezolanos, y no solo en México, también en países de Latinoamérica, como Colombia.

Los grupos cerrados también son importantes porque permiten tanto conectar a las personas que buscan empleo como aquellas que solicitan un puesto. En ambos grupos (México y Guadalajara), es posible encontrar varios *posts* enfocados en este objetivo. Algo particularmente interesante al revisar estos aportes es entender cómo el factor identitario prevalece como un elemento clave para poder ofertar o no un trabajo. Es decir, que se busca primero al connacional para ocupar ese puesto. Esto, incluso, sin pedir el permiso de trabajo que exige la ley. Se trata, en términos generales, de unirse para plantar cara ante el contexto adverso.

Algunos de estos trabajos son de tipo no calificado o no requieren un conocimiento especial: empleos como niñera, cocinero, o para limpieza de casa u oficina. Como en este ejemplo: “Necesito niñera de planta que me ayude con un bebé de 7 meses. De lunes a sábado, se le dan 2 mil o 2,500 dependiendo de la semana. Se hace de comer y limpiar 3 veces a la semana” [sic]. Con respecto a la búsqueda de empleo, estos espacios virtuales son muy importantes, aunque no haya una oferta inmediata, dado que se publica información valiosa sobre el costo de vida, trámites para un permiso de trabajo y qué plataformas utilizar para encontrar empleo.

Otro aspecto es la búsqueda de vivienda. Los migrantes generalmente enfrentan una situación difícil al intentar rentar un apartamento o casa principalmente por dos razones: el precio elevado de las rentas, esto particularmente en Ciudad de México, la capital del país. Y, también, cumplir con las garantías y requisitos para alquilar el bien inmueble, e incluso por una potencial discriminación. Dentro de estos grupos, los usuarios comparten publicaciones sobre búsqueda de apartamento o un cuarto para rentar.

Y muchas veces, asimismo, aquellos que rentaron ya un lugar quieren conseguir compañeros de habitación para compartir los gastos de los servicios de luz y agua, además de la renta, por supuesto. Aquí un ejemplo de este tipo de publicaciones:

SE BUSCA ROOMIE. Hermoso departamento amueblado a un costado del nuevo SAM'S CLUB LA RAZA. Ubicado en circuito interior \*DISPONIBILIDAD INMEDIATA\*. SE BUSCA\* persona seria / responsable /

puntual para los pagos. Habitación totalmente PRIVADA Y AMUEBLADA para una persona (cama individual, closet en pared) cocina integral equipada, sala, comedor. [sic]

Por otro lado, los usuarios comparten información sobre las zonas más seguras para vivir, o bien con mejor accesibilidad a los servicios de transporte o a las escuelas.

En este otro ejemplo podemos apreciar el problema de llenar los requisitos de vivienda, como tener un aval solidario para cubrir, en caso de incumplimiento, las rentas vencidas: “Buenas tardes grupo. Busco casa en renta para 2 personas y 1 perrito que no pida aval en la zona. (En la publicación se adjunta un mapa de Guadalajara con un círculo para circunscribir el área de búsqueda de vivienda). Gracias a los que puedan colaborar” [sic].

En Venezuela es difícil conseguir algunos bienes básicos, debido a la escasez derivada de las políticas de producción del gobierno de Nicolás Maduro, que han llevado al colapso de muchos sectores productivos (Schlenker, 2021). Entonces, el país depende de la importación de ciertos bienes pagados en dólares, lo que ha aumentado el precio de los productos en los mercados nacionales. Otros factores, como la escasez de gasolina, afectan, además, la circulación de productos (*Infobae*, 2021).

Como se mencionó anteriormente, en el caso de la venta de productos alimenticios en Venezuela, hay servicios dentro de estos grupos que tienen la particularidad de ser transnacionales. Es decir, no cubren únicamente necesidades en el país de acogida, sino que quieren solventar una demanda del mercado de la población migrante en su lugar de origen. Este, junto con el envío de productos, es el caso del servicio de remesas desde México a Venezuela, aunque el Gobierno venezolano ejerce un control férreo sobre las divisas enviadas desde el extranjero (Sálmeron, 2018).

De ahí que muchos migrantes utilicen servicios alternativos ofertados en Facebook para mandar este dinero a sus familiares. Estos operadores funcionan en ambos países: el migrante deposita en pesos mexicanos y la empresa o usuario se encarga de depositar este dinero en bolívares de acuerdo con un tipo de cambio establecido, el cual, debido a la inestabilidad de la moneda venezolana, tiende a cambiar de un día para otro (*EFE*, 2020).

Aquí un ejemplo de este tipo de servicios: “Tasa sujeta a cambios envíos dependiendo del monto. Se puede ajustar la tasa y remesas, tu mejor opción en envíos de América Latina a Venezuela, ofertando siempre las mejores tasas a la disposición en el mercado WhatsApp” [sic].

Si bien este sistema alternativo ha servido para cubrir la necesidad de envío de remesas a las familias de los migrantes, al no tratarse de un servicio regulado, los usuarios pueden ser víctimas de fraudes (depositan el dinero en México, pero no se hace la entrega en Venezuela), como le sucedió a este: “Cuidado estafador se hace pasar por cliente para remesas y usa cuenta de...” [sic]. Por esto, juega un papel muy importante la reputación social que adquieren los ofertantes dentro de la comunidad virtual, tal como sucede en las plataformas de comercio electrónico como Amazon o eBay.

A pesar de las problemáticas y riesgos propios de las actividades económicas llevadas a cabo en estos espacios, los migrantes han encontrado en las redes sociales una herramienta muy valiosa tanto para buscar empleo o regular su situación laboral como para encontrar apoyo, especialmente durante este contexto pandémico. Así, tenemos diversos *posts* donde los miembros tratan de paliar el impacto económico derivado de esta contingencia, ya sea buscando empleo, iniciando un pequeño negocio o, incluso, buscando un tanque de oxígeno para algún familiar o amigo en tratamiento por COVID-19.

Esta usuaria comparte su experiencia para conseguir ingresos extra trabajando desde casa:

Hola chicas, quiero compartir esto con ustedes. Muchas mamás incluyéndome se nos hace difícil trabajar por el cuidado de nuestros hijos y más con esta pandemia da pánico enviar a nuestros hijos a la escuela y hasta preferimos que reciban clases en casa. Buscando las maneras de recibir un ingreso para pagar mis gastos y los de mi familia conseguí una buena alternativa... [sic]

Una característica notable entre las comunidades diaspóricas es la gran participación de las mujeres en las actividades económicas. Del total de los *posts* analizados, en veintinueve de ellos son las mujeres las que impulsan la generación de pequeños negocios de venta y preparación de comida, ser-

vicio de cuidado de niños, limpieza del hogar, o negocios más sofisticados, como los envíos de remesas o mercancías.

Es en este contexto adverso donde estos espacios virtuales han servido para que las mujeres se empoderen económicamente y generen recursos desde el hogar utilizando tanto las redes sociales como las aplicaciones móviles tipo WhatsApp. Las tecnologías digitales se convierten en el gran catalizador social que facilita la resistencia económica y la emancipación de ellas, quienes adquieren un rol más activo mediante la creación de fuentes de ingresos gracias a la flexibilidad que brindan tales tecnologías.

Es, precisamente, esta descripción sobre cómo los migrantes han adoptado las diversas tecnologías digitales para mejorar sus condiciones de vida una de las fortalezas de este estudio. De aquí que una oportunidad para futuras investigaciones sea que se enfoquen en la cuestión de género dentro de la construcción de economías diaspóricas. También sería muy valioso que expandieran el trabajo de campo hacia otras redes sociales, más allá de Facebook.

## Hallazgos y conclusiones

Al analizar el flujo de comunicaciones dentro de estos grupos de migrantes, se puede apreciar cómo las tecnologías de la información han dejado de ser elementos accesorios en la vida de estas personas, para consolidarse como elementos esenciales en sus relaciones sociales, políticas y económicas. En el caso de los migrantes venezolanos, el uso de las redes sociales virtuales les ha ayudado a resistir y prosperar en contextos muy complejos, marcados por la discriminación y la exclusión laboral, a lo que se suman los efectos de la pandemia en la economía.

En el desarrollo de economías diaspóricas, estas tecnologías presentan una miríada de posibilidades para los migrantes, particularmente para las mujeres: como se vio en la mayoría de los testimonios analizados, ellas puedan tener un rango de autonomía en la gestión y desarrollo de empresas micro y medianas, con lo cual obtienen ingresos económicos para sus familias. Asimismo, gracias a tales tecnologías, han cubierto necesidades



básicas más allá del país receptor (envío de remesas y la construcción de canales alternativos de distribución de bienes básicos, alimentos y medicinas).

Esta investigación analizó comunicaciones de grupos cerrados de Facebook, que nos mostraron cómo los migrantes han adoptado las tecnologías digitales para crear comunidades virtuales donde han estrechado sus lazos culturales, y asimismo establecido estrategias de resistencia económica con formas alternativas para distribuir bienes y ofertar servicios que cubran necesidades en ambos contextos (receptor y de origen).

No obstante, los resultados de esta investigación tendrán que ser aparejados con nuevos trabajos, para dar cuenta del proceso de creación de comunidades diaspóricas en otros contextos y mediante otras plataformas, como grupos cerrados en WhatsApp, por ejemplo. Tales trabajos podrían analizar, además, casos de migrantes con antecedentes culturales diferentes, como aquellos de origen haitiano y africano radicados en México.

## Referencias

- Anderson, B. (2016). *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism*. Verso.
- BBC. (2020, octubre 27). *Syria: Inside a refugee camp where Covid is spreading* [Video]. <https://www.bbc.com/news/av/world-middle-east-54697587>
- BBC. (2021, marzo 18). *Atlanta shootings: Asian women among eight killed at three spas*. <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-56424616>
- Bengtsson, M. (2016). How to plan and perform a qualitative study using content analysis. *NursingPlus Open*, 2, 8-14. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.npls.2016.01.001>
- Brinkerhoff, J. M. (2009). *Digital diasporas: identity and transnational engagement*. Cambridge University Press.
- Butler, K. D. (2011). Defining diaspora, refining a discourse. *Diaspora: A Journal of Transnational Studies*, 10(2), 189-219. DOI: <https://doi.org/10.1353/dsp.2011.0014>
- Castillo, R. (2020, abril 23). How discrimination towards Africans and China's surveillance state will reset a migration trend. *Quartz Africa*. <https://qz.com/africa/1844277/racism-to-africans-in-china-and-surveillance-to-slow-migration/>

- CNN Español*. (2020, enero 23). *¿Cuántos extranjeros viven en México y de qué país provienen?* <https://cnnespanol.cnn.com/2020/01/23/cuantos-extranjeros-viven-en-mexico-y-de-que-pais-proviene/>
- Cohen, R. (2009). *Global diasporas: an introduction*. Routledge.
- Cohen, R. (2015). Diaspora. En J. D. Wright (Ed.), *International encyclopedia of the social & behavioral sciences* (pp. 353-356). Elsevier. DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.12054-9>
- Constant, A. F. y Zimmermann, K. F. (2016). Diaspora economics: new perspectives. *International Journal of Manpower*, 37(7), 1110-1135. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJM-07-2016-0151>
- Crush, J., Eberhardt, C., Caesar, M., Pendleton, W., Chikanda, A. y Hill, A. (2012). Diasporas on the web: new networks, new methodologies. En C. Vargas Silva (Ed.), *Handbook of research methods in migration* (pp. 345-365). Edward Elgar Publishing. <https://www.elgaronline.com/view/9781849803113.00025.xml>
- Deutsche Welle*. (2020, agosto 2). *Refugee crisis worsening in southern Europe amid coronavirus pandemic*. <https://www.dw.com/en/refugee-crisis-worsening-in-southern-europe-amid-coronavirus-pandemic/a-54404455>
- EFE*. (2020, diciembre 1). *Venezuela cierra noviembre con una devaluación de 50,90 % en su moneda*. <https://www.efecom.com/efe/america/economia/venezuela-cierra-noviembre-con-una-devaluacion-de-50-90-en-su-moneda/20000011-4407849>
- García Nice, B. (2020, febrero 12). Amid Venezuela's Exodus, remittances boom. *Wilson Center*. <https://www.wilsoncenter.org/article/amid-venezuelas-exodus-remittances-boom>
- Georgiou, M. (2013). Diaspora in the digital era: minorities and media representation. *Journal on Ethnopolitics and Minority Issues in Europe*, 12(4), 80-99.
- González Díaz, M. (2021, febrero 12). Cómo México se convirtió en un oasis para turistas internacionales en medio de la pandemia (hasta para los que tienen que pasar cuarentenas). *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-56035746>
- Guadagno, L. (2020). Migrants and the COVID-19 pandemic: an initial analysis. *MRS n.º 60. Organización Internacional para las Migraciones*. <https://publications.iom.int/books/mrs-no-60-migrants-and-covid-19-pandemic-initial-analysis>

- Hamad, E. O., Savundranayagam, M. Y., Holmes, J. D., Kinsella, E. A. y Johnson, A. M. (2016). Toward a mixed-methods research approach to content analysis in the digital age: the combined content-analysis model and its applications to health care twitter feeds. *Journal of Medical Internet Research*, 18(3), e60. DOI: <https://doi.org/10.2196/jmir.5391>
- Harrison, H., Birks, M., Franklin, R. y Mills, J. (2017). Case study research: foundations and methodological orientations. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 18(1), article 1. DOI: <https://doi.org/10.17169/fqs-18.1.2655>
- Hoffmann, J. (2021, marzo 18). No winners but fewer losers in global economy from COVID than expected. *UN News*. <https://news.un.org/en/story/2021/03/1087712>
- Infobae. (2021, mayo 11). *Agricultores y ganaderos venezolanos alertaron de un desabastecimiento de alimentos "sin precedentes" por falta de combustible*. <https://www.infobae.com/america/venezuela/2021/05/11/agricultores-y-ganaderos-venezolanos-alertaron-de-un-desabastecimiento-de-alimentos-sin-precedentes-por-falta-de-combustible/>
- Johns Hopkins Coronavirus Resource Center. (2022). *Coronavirus COVID-19 Global Cases*. <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis an introduction to its methodology*. Sage.
- Kronman, J. y Jönsson, J. H. (2020). We are here: undocumented migrants and activism as resistance. *Critical and Radical Social Work*, 8(3), 371-387. DOI: <https://doi.org/10.1332/204986020X15973179136935>
- Leurs, K. y Prabhakar, M. (2018). Doing digital migration studies: methodological considerations for an emerging research focus. En R. Zapata-Barrero y E. Yalaz (Eds.), *Qualitative research in European migration studies* (pp. 247-266). Springer International Publishing. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-76861-8\\_14](https://doi.org/10.1007/978-3-319-76861-8_14)
- López-Sala, A. (2021). Luchando por sus derechos en tiempos de COVID-19. Resistencias y reclamaciones de regularización de los migrantes Sinpapeles en España. *REMHU, Revista Interdisciplinar da Mobilidade Humana*, 29, 83-96. DOI: <https://doi.org/10.1590/1980-85852503880006106>
- Malamud, C. y Núñez, R. (2021). Una América Latina fragmentada y polarizada afronta un intenso ciclo electoral (2021-2024). *Real Instituto Elcano*. [http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano\\_es/contenido?WCM\\_GLOBAL\\_CONTEXT=/elcano/elcano\\_es/zonas\\_es/ari8-2021-](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/ari8-2021-)

malamud-nunez-america-latina-fragmentada-y-polarizada-afrenta-intenso-ciclo-electoral-2021-2024

- Marlowe, J. M., Bartley, A. y Collins, F. (2017). Digital belongings: the intersections of social cohesion, connectivity and digital media. *Ethnicities*, 17(1), 85-102.
- Méndez, A., Gendler, M. y Lago Martínez, S. (2015). *Movimientos sociales y tecnologías digitales: comunicación y prácticas de resistencia en el mundo global*. En el VIII Seminario Regional (Cono Sur) Alaic. <https://www.academica.org/anahi.mendez/16>
- Neuendorf, K. A. (2017). *The content analysis guidebook*. Sage.
- Organización Internacional para las Migraciones. (2020). *The power of digitalization in the age of physical distancing: strengthening social connections and community cohesion through the digital inclusion and connectivity of migrants* [PDF]. Naciones Unidas / Organización Internacional para las Migraciones. [https://www.iom.int/sites/default/files/documents/disc\\_digest\\_4th\\_edition\\_digitalization\\_and\\_migrant\\_inclusion\\_final.pdf](https://www.iom.int/sites/default/files/documents/disc_digest_4th_edition_digitalization_and_migrant_inclusion_final.pdf)
- Overseas Security Advisory Council. (2020). *Working together to protect U. S. Organizations Overseas*. U. S. Department of State / Overseas Security Advisory Council. <https://www.osac.gov/Country/Venezuela/Content/Detail/Report/0e6ed0e0-eb8e-44cc-ab81-1938e6c8d93f>
- Ponzanesi, S. (2020). Digital diasporas: postcoloniality, media and affect. *Interventions*, 22(8), 977-993. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369801X.2020.1718537>
- Rueda Ortiz, R. y Franco-Avellaneda, M. (2018). Políticas educativas de TIC en Colombia: entre la inclusión digital y formas de resistencia-transformación social. *Pedagogía y Saberes*, 48, 9-25. DOI: <https://doi.org/10.17227/pys.num48-7370>
- Rydzik, A. y Anitha, S. (2020). Conceptualising the Agency of Migrant Women Workers: resilience, reworking and resistance. *Work, Employment and Society*, 34(5), 883-899. DOI: <https://doi.org/10.1177/0950017019881939>
- Sálmeron, V. (2018, junio 24). El gobierno venezolano se lanza a la caza de las remesas. *Univisión*. <https://www.univision.com/noticias/america-latina/el-gobierno-venezolano-se-lanza-a-la-caza-de-las-remesas>
- Sánchez, F. y Myriam, L. (2020). Un nuevo paradigma de la migración venezolana a México. *Trayectorias Humanas Trascontinentales*, 6, artículo 6. DOI: <https://doi.org/10.25965/trahs.2284>

- Schlenker, O. (2021, abril 23). Crisis económica en Venezuela: “Las regulaciones discrecionales del régimen dañan más que todas las sanciones”. *Deutsche Welle*. <https://www.dw.com/es/crisis-económica-en-venezuela-las-regulaciones-discrecionales-del-régimen-dañan-más-que-todas-las-sanciones/a-57317403>
- Siim, B. y Meret, S. (2021). Patterns of Reflective Solidarity and Migrant Resistance in Copenhagen and Berlin. *Critical Sociology*, 47(2), 219-233. DOI: <https://doi.org/10.1177/0896920520944517>
- The Economist*. (2017, julio 27). *Fewer rivers to cross: Mexico becomes a destination for migrants*. <https://www.economist.com/the-americas/2017/07/27/mexico-becomes-a-destination-for-migrants>
- The Economist*. (2020, abril 23). *Migrant workers in cramped Gulf dorms fear infection*. <https://www.economist.com/middle-east-and-africa/2020/04/23/migrant-workers-in-cramped-gulf-dorms-fear-infection>
- Udwan, G., Leurs, K. y Alencar, A. (2020). Digital resilience tactics of Syrian refugees in the Netherlands: social media for social support, health, and identity. *Social Media + Society*, 6(2). DOI: <https://doi.org/10.1177/2056305120915587>
- Van Dijk, T. A. (2018). Discourse and migration. En R. Zapata-Barrero y E. Yalaz (Eds.), *Qualitative research in European migration studies* (pp. 227-245). Springer International Publishing. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-76861-8\\_13](https://doi.org/10.1007/978-3-319-76861-8_13)
- World Travel & Tourism Council. (2021). *WTTC research reveals global Travel & Tourism sector suffered a loss of almost US\$4.5 trillion in 2020 due to the impact of COVID-19*. <https://wtcc.org/News-Article/Global-TandT-sector-suffered-a-loss-of-almost-US4-trillion-in-2020>
- Yin, R. K. (2017). *Case study research and applications. Design and methods*. Sage.



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana

## SU OPINIÓN

Para la Editorial UPB es muy importante ofrecerte un excelente producto. La información que nos suministre acerca de la calidad de nuestras publicaciones será muy valiosa en el proceso de mejoramiento que realizamos. Para darnos su opinión, comuníquese a través de la línea (57)(4) 354 4565 o vía correo electrónico a [editorial@upb.edu.co](mailto:editorial@upb.edu.co). Por favor adjunte datos como el título y la fecha de publicación, su nombre, correo electrónico y número telefónico.

Los capítulos del libro se organizan en tres apartados: 1) acercamientos epistemológicos para el estudio de la cultura digital desde su especificidad, que se apartan de lógicas dicotómicas entre cultura y tecnologías digitales; 2) aproximaciones históricas que contribuyen con la clarificación respecto de los vacíos conceptuales y metodológicos sobre la cultura digital; y 3) la delimitación de objetos de estudio posibles construidos desde la cultura digital, así como esbozos metodológicos para su abordaje.

Desde el planteamiento epistemológico consolidado en la posmodernidad, se exponen un conjunto de anclajes epistemológicos a partir de los cuales es posible estudiar la cultura digital. A partir del reconocimiento teórico de términos equivalentes como cibercultura, sociedad red o cultura de la convergencia, las autoras destacan la preponderancia de estas posturas de entender la cultura actual bajo las lógicas que marcan las tecnologías, principalmente digitales, y las improntas hacia una cultura participativa, democrática y transparente. En la perspectiva histórica se despliega una reflexión en torno a la cultura digital y la educación, tomando como enclaves fundamentales los relatos que, desde el pasado y desde el presente, imaginaron antes e imaginan hoy el mundo que vendrá. Por último, los capítulos dedicados a la investigación empírica orbital sobre temas particulares de la cultura digital como: las formas históricas del prosumidor, los procesos de construcción identitaria en los videojuegos y el humor en las redes sociodigitales.

