



N.º 12 | Mayo 2010 DOSSIER

De la digitalización de la cultura a la cultura digital

Pau Alsina (coord.)

Profesor de los estudios de Artes y Humanidades de la UOC

palsinag@uoc.edu

SUMARIO

Presentación.....	1
<i>Pau Alsina</i>	
Algunas reflexiones sobre la cultura digital.....	3
<i>Charlie Gere</i>	
Avatar = Pinocho 2.0 o «El fin de la sociedad del espectáculo»	8
<i>Derrick de Kerckhove</i>	
Otra vida: cooperación social y vida anorgánica.....	15
<i>Tiziana Terranova</i>	
Democracia, innovación y cultura digital.....	22
<i>Rodrigo Savazoni</i>	
Cultura digital, un paradigma convergente donde se unen la tecnología y la cultura: desafíos para el sector cultural	28
<i>Aleksandra Uzelac</i>	

CITA RECOMENDADA:

ALSINA, Pau (coord.) (2010). «De la digitalización de la cultura a la cultura digital»

[dossier en línea]. *Digithum*. N.º 12. UOC. [Fecha de consulta: dd/mm/aa].

<<http://digithum.uoc.edu/ojs/index.php/digithum/article/view/n12-alsina/n12-de-la-digitalizacion-de-la-cultura-a-la-cultura-digital>>

ISSN 1575-2275



<http://digithum.uoc.edu>

Presentación

De la digitalización de la cultura a la cultura digital

Pau Alsina

palsinag@uoc.edu

Profesor de los estudios de Artes y Humanidades de la UOC

Fecha de presentación: abril de 2010

Fecha de aceptación: abril de 2010

Fecha de publicación: mayo de 2010

Asociado al término «cultura» se vincula un nutrido número de definiciones de todo tipo que se han ido generando a lo largo de la historia y desde múltiples disciplinas, definiciones que se agrupan en dos concepciones básicas: la humanista (que considera la cultura como aquello que hace referencia a todo tipo de producciones culturales, como la escritura, la música, las artes visuales o las escénicas) y la concepción antropológica (que entendería la cultura como toda manifestación humana, producto de una forma determinada de vivir, sentir y obrar).

Actualmente, estas dos concepciones básicas, y sus múltiples variantes y derivaciones, conviven a diario en las discusiones teóricas y prácticas de todo tipo, y generan no pocas confusiones, controversias y conflictos que operan en los planes estratégicos de la cultura, los programas de ayudas y subvenciones de los estados, los planes de actividades de los centros culturales o de las instituciones artísticas, los festivales de cualquier tipo etc. «Cultura» es un término difícil de contener, recluir o acotar, dado que pretende abarcar la totalidad de lo real, en ese frustrado intento de llegar a materializar una cultura universal que lo englobe todo.

Si entendemos, pues, que la cultura es un proceso de producción e intercambio de significaciones, es decir, un proceso de apropiación, negociación y confrontación de estas, más que un conjunto fijo de prácticas e interpretaciones, resulta apropiado pensar en la cultura como en un proceso dinámico y no como en una esencia inamovible que se debe defender. La cultura, entendida como sistema dinámico formado por flujos de informaciones, personas y productos, adopta formas diferentes que responden a modelos dinámicos de relación entre individuos, sociedades y territorios.

Instalados en este dinamismo inherente de la cultura, el concepto «cultura digital» resulta incómodo, al adjetivar, restringiendo

y acotando, algo tan libre y abierto como aquello que entendemos por cultura. ¿Es lo digital algo que pueda conferir a la cultura un conjunto de características diferenciales específicas? ¿Merece la cultura digital ser segregada del resto de las adjetivaciones sobre la cultura? ¿Y necesita la cultura realmente un tratamiento específico en función de los substratos materiales que la sustentan? ¿O hay en lo digital una «forma de hacer», una especie de esencia específica que confiere nuevas propiedades a la cultura? ¿Qué es entonces la cultura digital? Y aún más, en un contexto en el cual lo digital penetra en buena parte de los ámbitos de actuación de lo humano, y en donde se funden las fronteras entre digitalización de la cultura y la cultura digital, ¿tiene sentido estudiar la parte sin contemplar el todo?

Ciertamente, desde su entrada en escena, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han ido despertando «tecnofilias» y «tecnofobias», utopías y distopías de todo tipo. Si escarbamos en la larga historia de la humanidad, podemos encontrarnos, por un lado, con los defensores a ultranza de los beneficios inherentes que aportan las nuevas tecnologías del momento, que serían el motor de cambio de muchas de las bases de nuestra cultura, y que expresan de esta manera un nuevo paradigma en gestación. Por otro lado, están las críticas respecto a los supuestos beneficios de las TIC que vierten los detractores de las innovaciones tecnológicas como agentes de cambio estructural. Para ellos, estas no tendrían nada nuevo que aportar a lo que ya existe de forma consolidada en la cultura y la sociedad.

Asociados a la influencia de las TIC en nuestra cultura, hallamos desde un primer momento discursos plenamente optimistas que las conciben como democratizadoras en esencia y desprovistas de todo poder y control, resultado de su supuesta horizontalidad sin jerarquías. Por otra parte, cabe recordar las expectativas



<http://digithum.uoc.edu>

De la digitalización de la cultura a la cultura digital

desmesuradas que se establecieron en los primeros años de implantación de internet, en relación con el comercio electrónico, o, más recientemente, con las dinámicas participativas reales de los internautas en este mundo 2.0 que lo abarca todo. Hay además otras «futurologías» pioneras relacionadas con las expectativas que se generan alrededor del potencial de cálculo y simulación inscrito en los ordenadores mediante el advenimiento de la realidad virtual como sustituta de la presencia física, o la inflación de los desarrollos reales de la inteligencia artificial, o los experimentos en torno a la vida artificial, que debía reproducir las propiedades de aquello que entendemos por vida. Hoy podemos relativizar muchas de estas expectativas de los primeros años de desarrollo de la cultura digital, y, también, de la influencia de las TIC en la cultura. La realidad ha contrastado lo que, en potencia, se podía esperar de lo digital.

Ha habido todo tipo de «tecnofilias» y «tecnofobias», utopías y distopías tecnológicas, y se han ido sucediendo en relación con los diferentes tipos de tecnologías predominantes en cada momento histórico. Pero lo cierto es que sin caer ni en el fatalismo ni en un optimismo exacerbado, y con el conocimiento que nos ha ido otorgando la experiencia acumulada en los últimos años de irrupción de las TIC en el contexto sociocultural, hoy podemos afirmar que las TIC provocan y han provocado cambios significativos, y con ello trazar una visión lo suficientemente realista de las transformaciones en proceso en la cultura y la sociedad actual.

El presente monográfico pretende ofrecer una visión poliédrica, desde múltiples perspectivas, tanto de aquello que se denomina «cultura digital» (con sus formas culturales específicas), como de aquello asociado a los efectos de las tecnologías digitales en el ámbito de la cultura, en su sentido más amplio. Para ello hemos contado con las aportaciones de destacados teóricos y activistas

implicados en el desarrollo y el análisis de la cultura digital, desde diferentes lugares del planeta, partiendo de lo local pero desde una conciencia global.

Desde la Universidad de Lancaster en el Reino Unido, el profesor Charlie Geere analiza algunas de las implicaciones asociadas a los cambios aportados por las tecnologías digitales en relación con las concepciones del sujeto, el consumidor y las comunidades. De igual manera, Derrick de Kerckhove, director de la cátedra McLuhan en Toronto, expone sus reflexiones sobre los cambios en la relación entre espectador pasivo y participante activo mediante la popularización masiva de las tecnologías tridimensionales, y en conexión con el imaginario de las aplicaciones de realidad virtual.

Desde Nápoles, la profesora Tiziana Terranova contrapone algunos conceptos clave propios de la economía política de la cultura, y se cuestiona la condición alternativa de las nuevas formas de producción social cooperativa asociada a las aportaciones específicas de la cultura digital. Se plantea de esta manera la forma en que estas dinámicas colaborativas pueden llegar a representar una alternativa real a las lógicas de mercado basadas en la competición como base para la producción de nuevas formas de vida. Igualmente, Rodrigo Savazoni contribuye al monográfico desde la ciudad de Sao Paulo, con sus reflexiones y experiencias asociadas a las dinámicas participativas vinculadas al Foro de Cultura Digital de Brasil, y plantea una relación fluida entre democracia, innovación y cultura digital. Para acabar, Aleksandra Uzelak, desde Zagreb, expone en su artículo las oportunidades que la potencialidad de las tecnologías digitales aporta al sector cultural, pero a su vez argumenta sobre la necesidad de encontrar las maneras correctas de poder aprovechar todo este potencial de un modo adecuado.





<http://digithum.uoc.edu>

De la digitalización de la cultura a la cultura digital

Algunas reflexiones sobre la cultura digital*

Charlie Gere

Director del Departamento de Medios,
Cine y Estudios Culturales
Universidad de Lancaster (Reino Unido)
c.gere@lancaster.ac.uk

Fecha de presentación: abril de 2010

Fecha de aceptación: abril de 2010

Fecha de publicación: mayo de 2010

Resumen

Este artículo examina algunas de las implicaciones de los trascendentales cambios que comportan las nuevas tecnologías digitales, sobre todo con relación a las concepciones del sujeto, el consumidor y la comunidad.

Palabras clave

web 2.0, cultura digital, internet de los objetos

Some thoughts on Digital Culture

Abstract

This essay considers some of the implications of the momentous changes being brought about by new digital technologies, particularly in relation to conceptions of the subject, the consumer and community.

Keywords

web 2.0, digital culture, internet of things

Uno de los procesos que acompaña a la actual cultura digital es la sensación de cambio vertiginoso. La complejidad de la tecnología y el ritmo creciente de su desarrollo hacen que las cosas cambien a una gran velocidad. La tecnología siempre ha causado cambios en nosotros y en nuestra relación con el medio: la diferencia ahora es el ritmo al cual este cambio tiene lugar. Durante los primeros millones de años de uso de herramientas por parte de homínidos y de humanos, los cambios fueron prácticamente imperceptibles; en los últimos veinte o treinta mil años, las transformaciones empezaron a coger ritmo; al llegar a la era moderna, la tecnología ya se desarrolla a una velocidad increíble (al menos, en el mundo «desarrollado»), y en el último centenar de años hemos asistido

a la transformación tecnológica y al desarrollo más importantes y rápidos que en toda la historia de la humanidad.

Una de las consecuencias de este ritmo acelerado de crecimiento es que nos resulta cada vez más difícil, hasta al punto de hacerse casi imposible, llegar a entender del todo qué está pasando. Aunque somos conscientes de muchos otros desarrollos tecnológicos y de las problemáticas que los acompañan, como la energía nuclear y el armamento nuclear, la producción industrial y sus efectos sobre el medio, la disminución de reservas energéticas y la búsqueda de fuentes de energía renovables y sostenibles, quizá nuestro encuentro más intenso con la tecnología y la máxima experiencia de su capacidad de transformación se produzca por

* Extraído de la introducción y de la conclusión de la segunda edición de mi libro *Digital Culture* (Reaktion Books, 2002/2008).



<http://dighum.uoc.edu>

Algunas reflexiones sobre la cultura digital

los medios de comunicación, que están cambiando y se desarrollan de maneras extraordinarias antes nunca vistas. Esta afirmación es especialmente cierta si hablamos de medios digitales, como internet y la web, la telefonía móvil o el vídeo digital, que nos permiten tanto hacer más a menudo y con menos dificultad cosas que ya hacíamos antes, como llevar a cabo cosas que antes prácticamente no podíamos ni imaginar.

Y no es sólo que están transformando el mundo: es que nos transforman a nosotros mismos y modifican cómo entendemos quiénes somos. Lo cambian todo, incluyendo la misma idea de *medio*, un término que ahora mismo ya es bien conflictivo. El problema es el siguiente: cualquier transformación radical ocasionada por los medios es, casi por definición, imposible de entender en toda su profundidad en el momento en que se está produciendo. Esta situación se da porque nuestra comprensión del mundo está estructurada y se nos hace accesible por los medios (entendiendo ahora el término en un sentido amplio que incluye, por ejemplo, el lenguaje). De hecho, no hay ni puede haber un punto fuera de los medios desde el cual podamos tener una perspectiva privilegiada y libre de concepciones previas sobre cualquier aspecto de nuestra existencia, y menos aún sobre los medios mismos.

A modo de ejemplo comparativo, podemos entrar a considerar cómo podría haber entendido el desarrollo de la imprenta una persona europea de finales del siglo xv. Por mucha cultura que tuviera, parece difícil que pudiera captar todas las implicaciones de aquella nueva tecnología comunicativa, ni los trascendentales efectos que iba a tener para Occidente, la cultura mundial y la sociedad. Su mentalidad se debió de haber formado dentro de una determinada «ecología de los medios», y por lo tanto no podía estar preparada para entender las nuevas condiciones de medios que aparecían. Muy probablemente, en las postrimerías del siglo xv la imprenta se vería como una continuación de las prácticas de escribanos y copistas que aumentaba su eficiencia, una especie de prótesis o de sustituto de la mano para la producción de textos: no la verían como el medio que iba a transformar totalmente el contexto intelectual.

Quizá nos encontramos ahora en un momento muy similar en cuanto a la comprensión de las transformaciones ocasionadas por las nuevas tecnologías. Pero pensar así podría ser caer en la trampa de entender los actuales cambios tecnológicos y de medios en términos de transformaciones precedentes. Un poco como hacen los estrategas militares, de quienes se suele decir que siempre se preparan, más que pensando en la próxima batalla, en otras maneras de disputar la batalla precedente, sólo podemos entender los nuevos medios pensando en los antiguos. Probablemente, la capacidad de entender completamente las implicaciones y las transformaciones que comportó la imprenta sólo se puede alcanzar cuando la cultura de la imprenta ha empezado a ser sustituida por la cultura electrónica, «postimprenta». Si fuéramos capaces de entender las transformaciones que nos rodean, significaría que no son verdaderas transformaciones, sino meras evoluciones de la situación actual.

Todo lo que podemos hacer, por lo tanto, es radiografiar los cambios que observamos con la esperanza de mantener una cierta capacidad de entender una situación en cambio permanente. A pesar de todas las predicciones catastrofistas sobre el llamado *efecto 2000*, el nuevo milenio no asistió al colapso de los sistemas informáticos de los bancos ni de los sistemas de gestión de la asistencia social, ni tampoco a un fallo general de equipos médicos, de climatización, ascensores, redes eléctricas, sistemas de tráfico terrestre o aéreo ni de ningún otro sistema con tecnología digital; tampoco se produjo ningún lanzamiento accidental de misiles nucleares. Pero el siglo estaba recién empezado cuando ocurrió un acontecimiento apocalíptico que, a pesar de no estar causado por la tecnología digital ni guardar relación con ella, demostró el carácter precariamente interconectado de la cultura digital emergente.

El 6 de septiembre de 2001 se inauguró en la galería Postmasters de Nueva York una exposición del artista Staehle llamada 2001. Staehle ya tenía un reconocimiento como pionero en el mundo del arte con uso de internet. En 1991 había fundado *The Thing*, un tablón de noticias en la red que se convirtió en uno de los primeros y más influyentes foros de debate sobre teoría y arte de los nuevos medios. En la época de la exposición en la Postmasters, Staehle ya estaba en posesión de una técnica característica que incluía la proyección de imágenes digitales de alta resolución sobre los muros de salas de exposición. Lo que hacía insólitas aquellas proyecciones era el hecho de que las imágenes eran en directo y procedían de la realidad: se actualizaban en un margen de unos pocos segundos. Lo que el espectador contemplaba era más o menos lo que estaba ocurriendo en el mismo momento de visionado.

Para la exposición de la Postmasters, Staehle proyectó tres de aquellas imágenes a tiempo real: una del Fernsehturm, la característica e inconfundible torre de televisión de Berlín; otra de Comburg, un monasterio cerca de Stuttgart; la tercera era una vista del sur de Manhattan desde una cámara situada en Brooklyn. Vistas en circunstancias normales, las imágenes de Staehle transmiten una vivencia de inmovilidad y quietud, a pesar de ser imágenes más o menos en vivo, y provocan, de manera muy inteligente, una reflexión sobre la diferencia entre imágenes en vivo e imágenes fijas y sobre temas de mayor alcance, como el tiempo y la representación. En el caso de la imagen de Manhattan, esta inmovilidad fue destruida cinco días después de una manera absolutamente excepcional e impredecible: el World Trade Center, que dominaba la perspectiva proyectada, fue atacado y destruido por dos aviones secuestrados.

A Staehle no le gustaron ni la fama imprevista e innecesaria ni cierta mala aureola que el ataque terrorista dio a su exposición. Pero de cualquier modo, aquello ayudó a trazar una importante conexión entre la tecnología a tiempo real que usaba Staehle y el contexto en que los ataques ocurrieron y se transmitieron. Staehle estaba aprovechando el enorme potencial de las nuevas redes



<http://digithum.uoc.edu>

Algunas reflexiones sobre la cultura digital

digitales y de las nuevas tecnologías para poner a la disposición de todo el mundo de manera inmediata la información y las representaciones. Esta inmediatez transforma nuestra relación con los acontecimientos que están ocurriendo: incluso transforma la naturaleza de los mismos.

Todo esto queda adecuadamente reflejado en el título de un libro sobre los atentados que escribió el experto en Oriente Medio y profesor Fred Halliday: *Two Hours that Shook the World* ['Dos horas que estremecieron al mundo']. El título de Halliday hace claramente un juego con el de la obra, ya clásica, en que el periodista John Reed relató su testimonio de la revolución bolchevique de octubre de 1917: *Diez días que estremecieron al mundo* (1919). La diferencia entre los dos títulos sintetiza admirablemente la velocidad creciente a la cual ocurren los acontecimientos que transforman el mundo. Esta aceleración está directamente relacionada con la cada vez mayor ubicuidad y disponibilidad de los medios (digitales y de cualquier otro tipo), los cuales permiten contemplar todos estos acontecimientos. Las noticias de la Revolución Rusa sólo circularon por medios impresos tales como periódicos; llegados al 11 de septiembre, los atentados se pudieron ver desde todo el mundo más o menos mientras ocurrían, y todo el mundo pudo ver los resultados, incluyendo el dramático hundimiento de las torres.

Y todo eso fue posible no sólo por medios dominantes como la televisión, sino también mediante webs informativas. De hecho, la demanda de noticias fue tan grande que internet poco menos que se colapsó, y mucha gente salió de internet y volvió a la radio y a la televisión. Aun así, la velocidad a la cual las noticias de los atentados dieron la vuelta al mundo manifiesta el alto grado de interconexión existente en el planeta, interconexión debida en buena medida a los nuevos medios y a las nuevas tecnologías. En poco tiempo, los tabloneros de noticias y las salas de *chat* de la red se llenaron de relatos de testigos presenciales, de imágenes, debates, teorías conspiratorias y acusaciones sobre los atentados.

Lo que se vislumbra ahora no es un modelo jerárquico de comunicación de masas que va del centro hacia fuera: más bien se trata de un paradigma más extendido y distribuido que circula de abajo arriba. Las empresas de comunicación cada vez se verán más obligadas a tener en consideración las expectativas de un nuevo tipo de consumidor (y quizá incluso de un nuevo tipo de sujeto): aquel que no quiere ser tratado como un consumidor invisible, anónimo y pasivo, sino como un usuario activo de los medios, acostumbrado a crear sus propias maneras de responder a necesidades y deseos. A menudo se mencionan los *blogs* como uno de los principales fenómenos de la llamada *web 2.0*, nombre dado a la concepción de la red como espacio para la colaboración y la comunicación recíproca.

Entre estos desarrollos están los programas de redes sociales, como MySpace, Bebo, FaceBook y Second Life (el cual sirve para que los usuarios interactúen compartiendo un espacio virtual de tres dimensiones), o YouTube, Flickr y del.icio.us (que permiten

cargar en la web, respectivamente, vídeos, fotos y direcciones de interés); programas de intercambio de ficheros como Napster y BitTorrent (que permiten compartir música en formatos digitales y vídeos); potentes motores de búsqueda, el más famoso de los cuales es Google; nuevas formas de debate y de autoexpresión, como *blogs* y *podcasts*, y nuevas formas de organizar y distribuir el conocimiento, como Wikipedia. Hay que destacar muy especialmente las comunidades en línea impulsadas por MySpace y otros sitios web similares (Bebo y Facebook, por ejemplo) y los programas para compartir ficheros como Flickr y del.icio.us: todos estos medios llevan a una nueva comprensión de las maneras de hacer posible que los medios respondan a las necesidades personales y de mercado.

Es posible que en un primer estadio mucha gente no utilice estos sistemas; aun así, determinarán cómo se estructurarán los medios y la consideración que recibirán. Estas transformaciones en los medios que traen las nuevas tecnologías llegan incluso a cambiar cómo pensamos en nosotros mismos. Ya no somos consumidores pasivos de medios: cada vez somos más productores activos. Pensemos en un ejemplo banal como este: con formas tecnológicas como Tivo o el iPod podemos programar el contenido de los medios a nuestro gusto, sin tener que seguir la presentación que proponen las televisiones o las discográficas. Mirándolo bien, esto no es un fenómeno nuevo ni digital: desde el momento en que aparecieron cintas de vídeo y de audio para grabar, ya no estábamos obligados a ver un programa en el mismo momento en que se emitía ni a escuchar el contenido de un disco en el mismo orden en que se editaba. Aunque pueda parecer de poca importancia, el hecho es que aquello ya alteró la relación con los productos de los medios, ya fuera televisión o música. En la época en que se extendió la disponibilidad de mecanismos de grabación de audio y de vídeo también se produjeron los inicios del muestreo y la remezcla en música popular, en que material ya creado se reutiliza para crear nuevas piezas: estas técnicas pueden verse como un primer paso en la tendencia actual a ir del consumo pasivo a la producción activa. Hay, sin embargo, una diferencia importante entre estos primeros fenómenos analógicos y las nuevas formas digitales de controlar el consumo de contenidos: en aquellos primeros casos analógicos persistía la subordinación a los medios principales (discos, radio, televisión), que continuaban determinando de manera general cómo se consumían sus contenidos; en el caso de las nuevas tecnologías se está produciendo una alteración fundamental, profunda y radical de la relación que mantenemos con los medios.

Las redes sociales como FaceBook o MySpace nos dan información de cómo se está consumiendo la web 2.0. Navegar por cualquiera de estas dos redes es una experiencia fascinante con un cierto punto *voyeur*. Las páginas de cada usuario se pueden personalizar y contienen información personal, fotografías de amigos que también están en la red MySpace, un mensaje que indica cuántos amigos tiene el usuario y mensajes de tales amigos



<http://digithum.uoc.edu>

Algunas reflexiones sobre la cultura digital

de contenido frecuentemente personal. (Cuando MySpace empezó, una de las personas que se identificaba como fundador de la red, Tom Anderson, era el primer «amigo» en línea que cada suscriptor tenía. Haciendo clic en un enlace de cada página se pueden ver fotos y enlaces de todos los amigos de un usuario, con Tom siempre presente en la lista. De aquí nació el lema que algunas personas lucían en camisetas para compadecerse de sí mismas: «Tom es mi único amigo». En primavera de 2008, Tom tenía 221.036.100 amigos. A raíz de la compra de MySpace por la News Corporation de Robert Murdoch, Tom ha pasado a ser una identidad corporativa y ya no es una referencia a una persona concreta.)

La personalización de la página que llevan a cabo los usuarios y la presentación de información personal constituyen una creación del yo. Los mensajes son enlaces a las páginas de otros usuarios, por lo cual se puede navegar por complejas redes de conexiones. MySpace también tiene enlaces a música y a vídeos de sitios como YouTube. Tanto MySpace como FaceBook ofrecen un vislumbre de lo que es un nuevo tipo de comunidad que ya no está limitado por la ubicación física, porque se crea a partir de los intereses comunes y de la autodefinición por los medios. Esto puede significar que ante los nuevos medios digitales y las redes asistamos a la aparición de una nueva «cultura participativa» de cooperación o solidaridad mayores; pero también puede significar que la cultura digital corra el riesgo de producir un guirigay de medios que entran en competencia, de autopromoción constante y de interacción incorpórea sin sustancia, en una sociedad cada vez más atomizada. Pero quizá todavía es posible, y necesaria, otra respuesta que supere esta oposición entre una cooperación mayor y una atomización creciente. Vivimos en un mundo donde cada vez estamos más unidos y al mismo tiempo más separados por las redes mundiales de tecnologías comunicativas. No nos tiene que sorprender, pues, que el concepto de amistad se haga más visible e importante, al mismo tiempo que otras formas tradicionales de comunidad se desgastan y se desarrollan nuevas formas de subjetividad y de conexión. En una situación en que Tom puede afirmar tener más de doscientos millones de amigos, el propio concepto de amistad necesita un replanteamiento. Por lo tanto, lo que quizá necesita esta cultura digital cada vez más interconectada es una nueva «política de la amistad», una nueva

conceptualización de la relación entre el yo y el otro, y nuevas formas de entender las comunidades.

Quizá tendremos que expandir la noción que tenemos sobre quién o qué puede formar parte de una comunidad futura, sobre todo visto el potencial creciente de participación. En la década de 1950 y 1960 se sugirió, de manera totalmente seria, que los ordenadores serían capaces de llegar a alguna forma de inteligencia, incluso de conciencia. El concepto de inteligencia artificial basado en una concepción modernista y anticuada de la cognición como proceso interior ha quedado muy desacreditado. Pero algunos desarrollos más recientes, muchos de los cuales surgieron de la inteligencia artificial, nos están poniendo ante objetos y tecnologías capaces de actuar, comunicar, significar y participar, aunque estas capacidades no parezcan incluir nada semejante a la inteligencia humana o a la conciencia. Como ejemplo de esto, valga la investigación sobre el desarrollo de formas sencillas de comportamiento inteligente a partir de la combinación de robótica y redes neuronales, tal como ha hecho el científico de la computación Rodney Brooks en el Instituto Tecnológico de Massachusetts. No parece posible, sin embargo, que en un futuro previsible veamos robots ni siquiera mínimamente inteligentes perturbando nuestra vida cotidiana. En cambio, ya hay desarrollos más pequeños y quizá menos impresionantes que plantean preguntas sobre la capacidad de la tecnología para actuar y participar: se está poniendo de moda una nueva expresión, «internet de los objetos», que hace referencia al nuevo mundo de aparatos interconectados en red que pueden comunicarse unos con otros y con otros sistemas y entidades.

Todas estas evoluciones manifiestan la trascendencia de los cambios que están teniendo lugar en la cultura digital, cambios que afectan a todos los aspectos de la vida, y que se hacen más difíciles de percibir a medida que se hacen habituales y dejamos de prestarles atención. Llegamos a un punto en que las tecnologías digitales ya no son simples herramientas, sino que cobran un carácter cada vez más participativo en una cultura cada vez más participativa, para bien o para mal. La necesidad de continuar reflexionando es más urgente que nunca, sobre todo teniendo en cuenta que la tecnología se va haciendo más y más invisible a medida que se hace parte inseparable de la estructura de nuestras existencias.

**CITA RECOMENDADA**

GERE, CHARLIE (2010). «Algunas reflexiones sobre la cultura digital». En: Pau ALSINA (coord.). «De la digitalización de la cultura a la cultura digital» [dossier en línea]. *Digithum*. N.º 12. UOC. [Fecha de consulta: dd/mm/aa] <<http://digithum.uoc.edu/ojs/index.php/digithum/article/view/n12-gere/n12-gere-esp>> ISSN 1575-2275



Esta obra está sujeta a la licencia **Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas 3.0 España** de Creative Commons. Puede copiarla, distribuirla y comunicarla públicamente siempre que cite su autor y la revista y la institución que la publican (*Digithum*; FUOC), no la utilice para fines comerciales y haga con ella obras derivadas. La licencia completa se puede consultar en: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/deed.es/>.



Charlie Gere
 Director del Departamento de Medios,
 Cine y Estudios Culturales
 Universidad de Lancaster (Reino Unido)
c.gere@lancaster.ac.uk

Lancaster University
 Bailrigg, LA1 4YD, UK

Charlie Gere es profesor de Investigación sobre Nuevos Medios y director del Departamento de Medios, Cine y Estudios Culturales en la Universidad de Lancaster. Es autor de *Digital Culture* (2002/2008), *Art, Time and Technology* (2006), *Non-Relational Aesthetics* (2008) y *Art After God* (de próxima aparición, 2011), y coeditor de *White Heat Cold Logic* (2008) y *Art Practice in a Digital Culture* (2010), además de autor de muchos artículos y capítulos. Fue presidente de CHArt (Ordenadores e Historia del Arte) de 2001 a 2009; investigador principal de 2002 a 2005 del proyecto de investigación CACHE (Artes por Ordenador, Contextos, Historias, etcétera), financiado por AHRC (Consejo de Investigaciones de Artes y Humanidades), y uno de los conservadores de la exposición FEEDBACK en Gijón (Asturias) en el 2007.



<http://digithum.uoc.edu>

De la digitalización de la cultura a la cultura digital

Avatar = Pinocho 2.0 o «El fin de la sociedad del espectáculo»

Derrick de Kerckhove

Director del Programa McLuhan de Cultura y Tecnología
Profesor del Departamento de Francés de la Universidad de Toronto
d.dekerckhove@utoronto.ca

Fecha de presentación: abril de 2010

Fecha de aceptación: abril de 2010

Fecha de publicación: mayo de 2010

Resumen

A partir de la película *Avatar*, se analiza el concepto que titula la película como parte de un imaginario compartido y como una forma alegórica de la lucha del bien contra el mal. A este análisis se le suma un repaso de las películas más recientes que tratan esta dimensión y se hace una analogía del avatar como el Pinocho reinventado para la era electrónica. Asimismo, se analiza la nueva experiencia participativa del público ante la tecnología 3D y una nueva realidad virtual, con plataformas como Second Life.

Palabras clave

avatar, cine, 3D, realidad virtual, Pinocho

Avatar = Pinocchio 2.0 or “The end of the Society of the Spectacle”

Abstract

The article analyses the concept that deems the film Avatar part of a shared and objective imaginary, and an allegory for the struggle between good and evil. Alongside this analysis, there is a review of recent films in the history of cinema that have handled these issues, analogising the avatar as a reinvention of Pinocchio for the electronic age. Likewise, there is analysis of the new participatory experience for audiences provided by 3D technology, and of the new virtual reality through platforms such as Second Life.

Keywords

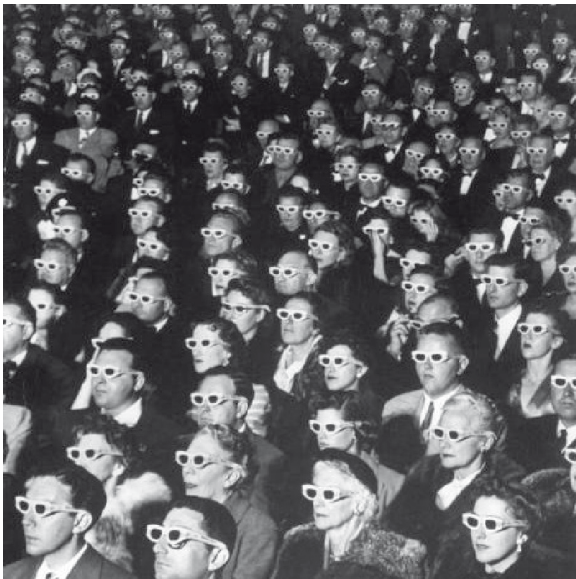
avatar, cinema, 3D, virtual reality, Pinocchio



<http://digithum.uoc.edu>

Recuerdo con cierta ironía las imágenes en las cuales el público de la década de 1950 veía con atención los primeros 3D, con aquellas gafas blancas, y recuerdo también que en aquel momento no se veía futuro para la tecnología 3D porque se la consideraba sólo una moda pasajera. Hoy, con *Avatar* puede comenzar la nueva generación del cine. El 3D ya no es una moda, sino una necesidad cultural de la nueva «sociedad del espectáculo», que se define también como la sociedad de la participación.

Imagen 1. Primeras emisiones en 3D



«In your face cinema»: el cine ante tus narices

La dimensión 3D de la película ya no es simplemente casual, un efecto especial más. De hecho, se trata de un nuevo y potente indicio del vuelco de la perspectiva clásica. La realidad virtual es uno de los modos más evidentes, o quizá banales, de crear experiencias sensoriales en nuestra época neobarroca. También nosotros practicamos «*le déreglement de tous les sens*» ['la desregulación de todos los sentidos']. La máquina de ilusiones, en lugar de permitirme ver el espectáculo desde fuera, me lleva dentro de la escena, o incluso hace que me vea envuelto por ella. Voy allí, en el sentido literal de ir a un sitio, entro en el interior y, si no puedo ir, es el espectáculo el que viene a mí y me penetra.

El 3D y la realidad virtual invierten la perspectiva porque el usuario entra en el espectáculo. En todos los mundos virtuales, el usuario es el contenido y también el auténtico punto de mira de toda la representación. Yo soy el punto de mira del proyectil que

Avatar = Pinocho 2.0 o «El fin de la sociedad del espectáculo»

me viene directo a la cara porque el objeto en 3D desaparece en el momento del contacto.

Avatar no es otra cosa que un tipo de pasaje por el túnel de la televisión. Hans Magnus Enzensberger explica que el espectáculo televisivo es una especie de meditación colectiva, la televisión por sí misma es un objeto tranquilizante, una experiencia budista. Te hipnotiza, engulle tu ser. Si esto es así, y probablemente lo es, el hecho de que estemos aumentando la interacción con la pantalla –ya desde que se inventó el mando a distancia– está cambiando las cosas o más bien las está invirtiendo. La interacción se ha convertido ya en una especie de penetración en las cosas con las que se está interactuando. La pantalla de la televisión (y cualquier otra pantalla) propone un iris invertido a las pupilas del espectador. Se dice que las células del iris son las células del cerebro sacadas fuera, al mundo exterior. Una pantalla conectada es equivalente a un iris conectado a un sistema global de tratamiento de la información y, por tanto, a un cerebro. En internet, el iris invertido está fielmente conectado a un cerebro, el de la red, así como al de sus usuarios. La pantalla no es otra cosa que un pasaje. En su profética película *Ladrones de anuncios* (Italia, 1989), Maurizio Nichetti introduce a su personaje principal, un director de televisión, dentro de la propia televisión. En *Avatar* nos llegamos a sumergir en el otro lado de la televisión. Estamos en sintonía con el *mantra*, por consiguiente estamos en el paraíso.

El imaginario objetivo

Aunque de por sí *Avatar* no es interactiva por cuanto es proyección cinematográfica, representa en todo caso un modelo de papel paradójico y la posibilidad de una experiencia para el espectador. La primera pregunta que hay que formularse es cómo modifican los efectos en 3D la posición del espectador. Aunque no nos movamos, estamos dentro de la escena y no únicamente frente a ella, y la escena va cambiando en torno a nuestro cuerpo. Por eso la experiencia que se deriva no es sólo visual, sino también táctil. Se nos invita a sentir físicamente los cambios del espacio cinematográfico. Esta dimensión táctil es inherente al cine pero, en general, desconocida. El impacto de la imagen y, en especial, del movimiento cinematográfico provoca una reacción muscular leve que ayuda a la comprensión de lo que se ha visto. Este impacto es menos leve en las películas violentas o en las de terror, donde la reacción del cuerpo, aunque muy sensible, es del todo previsible. En *Avatar* ya no se puede negar esta parte física del espectáculo.

El 3D es táctil: refuerza la propiocepción y amplía todas las sensaciones sensoriales. Para orientarse en el 3D, es preciso poder moverse; en cambio, en la perspectiva clásica el punto de vista está bloqueado. En la realidad virtual y en el 3D el espacio es algo que se maneja como un instrumento musical. El cuerpo entero se ve afectado. Las modulaciones del intervalo entre el mundo y yo o



<http://digithum.uoc.edu>

entre dos o más personas pueden ser de diverso tipo; pero como toda la interactividad son variaciones sobre el tacto. Además, este intervalo tratado por el 3D transforma en íntima la relación con el propio espectáculo. Nuestra sociedad ya no quiere sólo ver un espectáculo, sino adentrarse en él.

Imagen 2. Fotograma de la película *Avatar*



El espectador quiere participar y esto cambia la naturaleza de su papel. Proyectarnos en un contexto imaginario es algo que ya hacemos cuando leemos. La mente del lector puede elegir. En su mente, el lector puede proyectarse como un homúnculo en una escena teatral, o bien puede contemplar simplemente el contenido de su imaginario desde el punto de vista interno. Su propia mente crea su proyección, es decir, su avatar. En *Second Life*, mi avatar es una proyección de mí mismo asistida por ordenador en un ambiente externo, por ello se trata de una proyección objetiva. El usuario puede escoger entre mirar el mundo virtual desde su propio punto de vista o bien mirarse a sí mismo como un contenido, como una parte de la escena. El avatar digital está fuera de nuestro cuerpo, sobre una pantalla. Se convierte en parte de un imaginario objetivo y compartido. *Avatar* propone un híbrido entre la experiencia de la realidad virtual y la del cine en 2D.

En cualquier otra película, la relación del espectador con los personajes es parecida a la que se establece entre un lector y los protagonistas de una historia. En *Avatar* la relación es híbrida, puesto que une un papel activo comparable al de *Second Life* con el papel típico de las estrategias mentales dedicadas a la ficción. *Avatar*, además, nos propone una experiencia de identificación aún más compleja.

Al leer una novela o ver una película, podemos proyectarnos en personajes diferentes. Pero cuando se trata de interactuar con el mundo virtual, nos proyectamos únicamente en nuestro personaje (en nuestro avatar). En la película *Avatar* se nos invita a identificarnos con la ideología de Jake, con su avatar. El personaje está adornado de elementos simbólicos, psicológicos y sociales e incluso de propiedades tecnológicas. La película

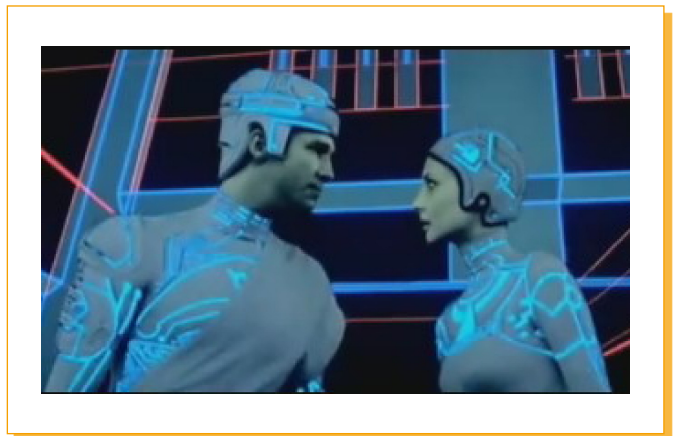
Avatar = Pinocho 2.0 o «El fin de la sociedad del espectáculo»

propone un drama de la identidad en nuestra era de reproducción electrónica.

Pinocho 2.0

Avatar nos ofrece la última de las numerosas imágenes de nuestra iniciación en la matriz digital y de nuestro consiguiente renacimiento. De hecho, *Avatar* es en sí mismo un avatar de Pinocho, reinventado por la era electrónica. Jake se convierte en una marioneta electrónica y emerge de una serie creciente de visiones: de *Tron*, *Desafío total*, *El cortador de césped*, *Blade Runner*, *Matrix* —aunque de un modo algo diferente—, *Minority Report* (Steven Spielberg, EE.UU., 2002), *Yo, robot* (Alex Proyas, EE.UU., 2004) y *Cómo ser John Malkovich*.

Imagen 3. Fotograma de la película *Tron*



Tron (Steven Lisberger, EE.UU., 1982) presenta una especie de etapa «preavatar». Los protagonistas entran en los avatares, o van vestidos de ellos, por así decirlo. Se trata del primer tipo de hibridación entre hombre y máquina. La fusión es completa porque el ser del personaje penetra en la extensión tecnológica.

En *Desafío total* (*Total Recall*, Paul Verhoeven, EEUU., 1990) una máquina en combinación con una droga produce la proyección alucinatoria en un universo diferente. Dicha proyección parece ser la puesta en escena de un dispositivo similar al cual se relaciona con la lectura: una conciencia individual imagina una ficción. Pero aún se parece más a los mecanismos del sueño, porque el protagonista vive la proyección como si fuera verdaderamente real.

En *El cortador de césped* (*The Lawnmower Man*, Brett Leonard, EE.UU., 1992), el protagonista se transforma, por medio de su avatar, de un deficiente mental a un híbrido genial pero malvado; una reflexión extrañamente negativa de Brett Leonard sobre la llegada de la era virtual. Cabe decir que, en general, el cine ha presentado una imagen negativa de la tecnología, véase precisamente *Avatar*.



<http://digithum.uoc.edu>

Avatar = Pinocho 2.0 o «El fin de la sociedad del espectáculo»

Imágenes 4 y 5. Fotogramas de la película *Desafío total*

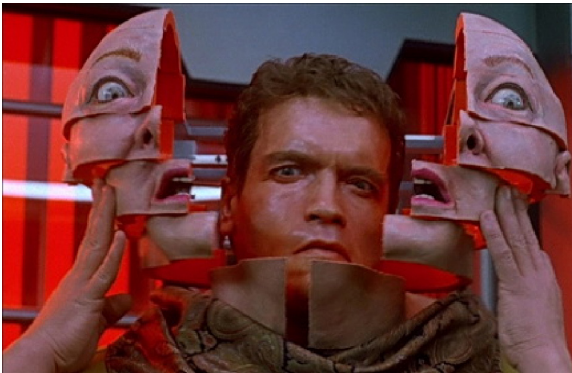


Imagen 6. Fotograma de la película *El cortador de Césped*



Imagen 7. Fotograma de la película *Blade Runner*



En *Blade Runner* (Ridley Scott, EE.UU., 1982), la máquina, el «replicante», es un robot dotado de una especie de alma, que reivindica su propia autonomía y la independencia de su creador. El replicante no es el avatar de nadie en concreto (está más en la línea de HAL, el ordenador parlante de *2001: una odisea del espacio*, Stanley Kubrick, EE.UU. / Gran Bretaña, 1968), pero podría considerarse uno de los ejemplos más potentes de proyección técnica del ser humano, siguiendo la tradición mítica del golem.

Posiblemente el avatar tecnológico proviene de dos novelas, *Neuromante* (1982), de William Gibson, y *Snow Crash* (1992), de Neal Stephenson. En *Snow Crash*, los avatares de los usuarios se encuentran en el metaverso, prefiguración de Second Life diez años antes de su aparición (2003). El avatar de la novela de Gibson es más complejo. Recibe el nombre de *rider* y está claramente separado de su usuario porque su finalidad es llevar a cabo operaciones peligrosas en lugares inhabitables. La nueva figura emerge de la capacidad del avatar de transmitir sensaciones e incluso emociones a través de la matriz. Por lo tanto, el avatar es medio máquina y medio hombre, material y virtual, ilusión y realidad, sin que por ello se confundan sus dos partes. La expresión «jacking into the Matrix» (así como la película de 1999) tiene su origen en el imaginario de Gibson.

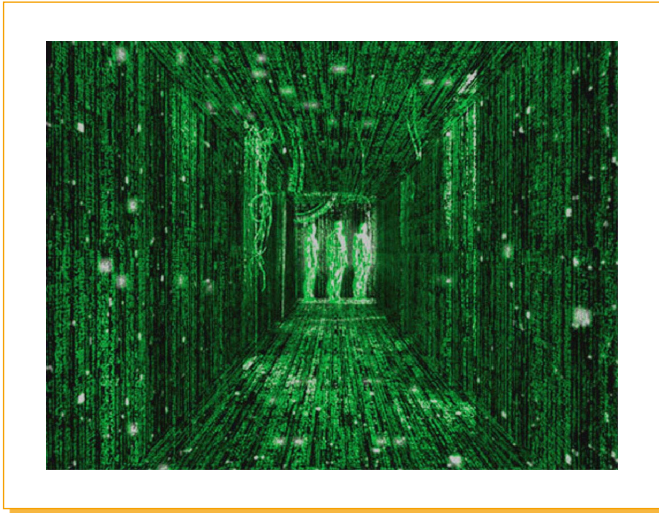
Matrix (Larry Wachowski, Andy Wachowski, EE.UU., 1999), *Desafío total* y *eXistenZ* (David Cronenberg, EE.UU. / Canadá, 1999) comparten la misma incertidumbre de los personajes para distinguir entre lo virtual y lo real. En realidad son los avatares de Don Quijote. Esta incertidumbre contribuye a confundir al propio espectador. *eXistenZ* es especialmente frustrante porque en ella nunca se sabe qué ha sucedido realmente, ni siquiera al final de la película, cuando todos los personajes se reencuentran donde se encontraban al principio. Se pierde el punto de referencia. ¡Ciertamente es un caso donde la existencia precede a la esencia! Además, *eXistenZ*, como otras muchas películas de Cronenberg, nos presenta la unión completa entre el hombre y la máquina.



<http://digithum.uoc.edu>

Avatar = Pinocho 2.0 o «El fin de la sociedad del espectáculo»

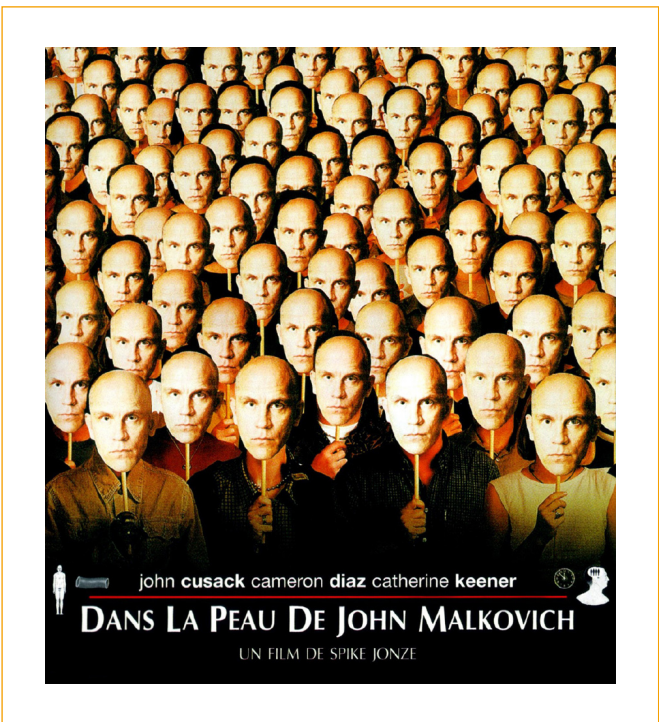
Imagen 8. Fotograma de la película *Matrix*



Para participar en el juego de *eXistenZ*, los jugadores primero tienen que conectar la interfaz a sus vértebras. Deben conectarse a la entrada electrónica a la vena. De modo parecido, aunque con una conexión orgánica y no electrónica, en *Avatar* la cola debe conectarse con el sistema piloso del compañero (una connotación discretamente erótica) para transmitir energía e información.

Del mismo modo que en *Desafío total*, el usuario descarga el mundo virtual directamente en su memoria, posiblemente una prefiguración de las tecnologías del futuro.

Imagen 9. Póster de la película *Cómo ser John Malkovich*



En *Cómo ser John Malkovich* (Spike Jonze, Gran Bretaña / EE.UU.), el usuario se apodera del punto de vista de otra persona: el actor John Malkovich deja que otra persona ocupe su mente y su cuerpo, aunque sólo sea por un periodo de tiempo limitado. Transformar una persona en avatar, un caso de posesión, otra variante importante de la temática sobre la identidad incierta.

Precisamente en este caso el antecedente es Pinocho, porque la marioneta es también la que mueve los hilos de la operación. De hecho, los avatares de Pinocho se encuentran en las películas de hoy o, mejor dicho, en diferentes producciones posmodernas puede encontrarse algún fragmento del mismo. La idea de la ballena se encuentra en la matriz de *Matrix*, la marioneta en *Cómo ser John Malkovich*, las mentiras en *eXistenZ*, la tentación del mundo de fantasías en *Desafío total*, y así sucesivamente. La fuerza de este viejo mito italiano se debe al hecho de que Pinocho surge de la angustia de una sociedad agrícola invadida por la mecanización y por la industrialización. Pinocho es la imagen auténtica del hombre mecanizado que intenta recuperar su propia humanidad más allá de la máquina, pasando por todos los retos de la maduración de un niño antes de llegar al estado adulto, y este es el mismo reto que se le plantea al hombre electrónico. En *Matrix*, la ballena digital ya ha engullido a todos los humanos pero solamente algunos están dispuestos a salir y a convertirse de nuevo en auténticas personas.

Todos los avatares representan diferentes proyecciones de las ideas de humanidad del futuro en las simulaciones electrónicas. Todos son criaturas digitales, criaturas producto de un sueño técnico. Muchos de ellos sienten el deseo de escapar de las limitaciones del cuerpo orgánico. Esto puede entenderse a la perfección en el caso del parapléjico Jake. McLuhan hablaba de nuestra tendencia al «angelismo», propia de nuestra época, donde todo, y a menudo nuestro propio cuerpo material, puede traducirse a datos numéricos. ¡Hay tantos «ángeles» en *Avatar*!

Un mundo mágico

Vivimos en un mundo neomedieval pero tecnológicamente mágico, los avatares son las nuevas interfaces y el iPhone es la varita mágica. Curiosamente, en las historias de Harry Potter, tanto el bien como el mal residen en el mundo mágico o, dicho de otro modo, el mundo irreal contiene en su interior un mundo mágico oscuro y siniestro. En *Avatar* el bien reside en el mundo mágico, mientras que el mal se encuentra en el mundo «real». Esto acarrea implicaciones para la percepción pública actual de la vida en general. La opinión del hombre común (de la calle) sobre la sociedad en general es hoy por hoy bajísima, lo cual *Avatar* expresa con absoluta claridad.

Finalmente, me parece importante reflexionar sobre el extraordinario éxito mundial de *Avatar* en el mundo actual. Ciertamente cuenta con la tecnología 3D, pero también es cierto que esta



<http://digithum.uoc.edu>

Avatar = Pinocho 2.0 o «El fin de la sociedad del espectáculo»

tecnología por sí sola no afectaría a la mitad del público de esta película. Existe más bien un extraño neorromanticismo en la confluencia entre tecnología, desmaterialización y naturaleza. Todas las culturas del mundo pueden identificarse con las diferentes tribus de la narración. Todas pueden sufrir la violencia militar al servicio de intereses privados y criminales. Todas pueden dudar del valor de la tecnología *hard*. Pero la virtualidad *soft* parece una salida correcta y equilibrada, lejos del miasma sociopolítico actual. De hecho, se puede aplicar a esta película la antigua exégesis

bíblica a la perfección. *Avatar* es un tipo de parábola anagógica de la lucha del bien contra el mal. Los avatares (en todas sus formas, y no únicamente en el caso de los protagonistas de la película) son alegorías, poseen atributos y poderes como en las alegorías medievales. Pueden transformarse por arte de magia, volar y teletransportarse. En tanto que alegorías medievales, tienen misiones que cumplir para obtener un orden anagógico de vida eterna. Los corazones puros obtienen la victoria final y la reconquista del paraíso perdido.

CITA RECOMENDADA

KERCKHOVE, Derrick de (2010). «*Avatar* = Pinocho 2.0 o “El fin de la sociedad del espectáculo”». En: Pau ALSINA (coord.). «De la digitalización de la cultura a la cultura digital» [dossier en línea]. *Digithum*. N.º 12. UOC. [Fecha de consulta: dd/mm/aa]

<<http://digithum.uoc.edu/ojs/index.php/digithum/article/view/n12-kerckhove/n12-kerckhove-esp>>

ISSN 1575-2275



Esta obra está sujeta a la licencia **Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas 3.0 España** de Creative Commons. Puede copiarla, distribuirla y comunicarla públicamente siempre que cite su autor y la revista y la institución que la publican (*Digithum*; FUOC), no la utilice para fines comerciales y haga con ella obras derivadas. La licencia completa se puede consultar en: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/deed.es/>.

<http://digithum.uoc.edu>

Avatar = Pinocho 2.0 o «El fin de la sociedad del espectáculo»

**Derrick de Kerckhove****Director del Programa McLuhan de Cultura y Tecnología****Profesor del Departamento de Francés de la Universidad de Toronto**

d.dekerckhove@utoronto.ca

McLuhan Program in Culture and Technology
 39A Queen's Park Crescent East
 Toronto, Ontario M5S 2C3
 (Canada)

Derrick de Kerckhove es director del Programa McLuhan de Cultura y Tecnología y profesor del Departamento de Francés de la Universidad de Toronto. En 1975 se doctoró en lengua y literatura francesas por la Universidad de Toronto y en 1979 obtuvo el doctorado de 3º ciclo en sociología del arte por la Universidad de Tours (Francia).

Derrick de Kerckhove ha realizado seminarios sobre inteligencia conectada por todo el mundo, y actualmente ofrece un innovador enfoque al mundo empresarial, a las administraciones y al entorno académico para ayudar a pequeños grupos a pensar conjuntamente de un modo disciplinado y efectivo mediante tecnologías digitales. En la misma línea, ha contribuido a la arquitectura de Hypersession, un *software* realizado en colaboración que actualmente está desarrollando Emitting Media y se utiliza en distintos ámbitos educativos. Como asesor en medios de comunicación, intereses culturales y políticas relacionadas, Derrick de Kerckhove ha participado en las sesiones de preparación y confrontación de ideas para la planificación del Pabellón de Ontario de la Expo 92 de Sevilla, la exposición *Canada in Space* y el Centro de Teledifusión de Toronto para la CBC.

Ha sido condecorado por el Gobierno francés con la distinción del orden de "Les Palmes académiques". És miembro del Club de Roma desde 1995. Entre sus publicaciones destacan: *Understanding 1984* (Unesco, 1984), *McLuhan e la metamorfosi dell'uomo* (Bulzoni, 1984), *The Skin of Culture* (Somerville Press, 1995), *Connected Intelligence* (Somerville, 1997) y *The Architecture of Intelligence* (Dinamarca, 2000).

Para más información sobre el autor, véase: <<http://www.mcluhan.utoronto.ca/derrickdekerckhove.htm>>.





<http://digithum.uoc.edu>

De la digitalización de la cultura a la cultura digital

Otra vida: cooperación social y vida anorgánica*

Tiziana Terranova

Profesora asociada de Sociología de Comunicaciones
Universidad L'Orientale de Nápoles
tterranova@unior.it

Fecha de presentación: abril de 2010

Fecha de aceptación: abril de 2010

Fecha de publicación: mayo de 2010

Resumen

En este artículo, la autora llama la atención sobre algunos conceptos clave de la economía política de la cultura digital y se pregunta si las nuevas teorías de producción social y de cooperación solidaria, en el trabajo de autores como Yochai Benkler y Maurizio Lazzarato, pueden ofrecer una alternativa a la lógica neoliberal de la competencia basada en el mercado como base para la producción de nuevas formas de vida.

Palabras clave

biopolítica, cooperación, mercados, neoliberalismo, redes, economía política, producción social

Another Life: social cooperation and a-organic life

Abstract

In this paper the author draws attention to some key concepts of the political economy of digital culture asking whether new theories of social production and sympathetic cooperation, in the work of authors such as Yochai Benkler and Maurizio Lazzarato, can offer an alternative to the neoliberal logic of market-based competition as the basis for the production of new forms of life.

Keywords

biopolitics, cooperation, markets, neoliberalism, networks, political economy, social production

* Este artículo está en deuda por alguna de las ideas con los intercambios y simposios que tuvieron lugar entre los años 2007 y 2009 por la red de la UE A Topological Approach to Cultural Dynamics (<www.atacd.net>), fundada por el 6º Programa marco de la Unión Europea, especialmente el simposio de los días 9 y 10 de octubre de 2008, celebrado en la Escuela de Estudios Orientales y Africanos, Modelos y Mercados: Conectando con el Futuro. Apareció una versión ampliada de este artículo con el título «Another Life: The Nature of Political Economy in Foucault's Genealogy of Biopolitics» (2009).



Así, pues, como tiene que haber un imperativo, me gustaría que lo que sustenta el análisis teórico que queremos realizar fuera simplemente un imperativo condicional del tipo: si quieres luchar, aquí tienes algunos puntos clave, aquí tienes algunas líneas de fuerza, aquí tienes algunas restricciones y obstrucciones. [...] Por supuesto, me toca a mí y a los que trabajamos en esta dirección saber en qué campos de fuerzas reales tenemos que orientarnos para llevar a cabo un análisis tácticamente eficaz. Pero esto, después de todo, es un círculo de lucha y verdad, o sea, precisamente, de práctica filosófica.

Foucault (2007, pág. 3)

La idea de que los mercados están dotados de un tipo de «vida» ha sido un tema reconocidamente controvertido pero persistente en el debate de la década de 1990 sobre la «nueva economía» de internet. En ningún otro campo económico han sido tan cruciales las ideas de autoorganización inspiradas por modelos biológicos y físicos. Las teorías científicas como el neoevolucionismo y la teoría del caos se han utilizado para explicar el carácter peculiar de internet como entorno de información capaz de sustentar y acelerar la emergencia de nuevas formas económicas, pero también culturales y sociales –una perspectiva extendida por un nuevo género de bibliografía científica popular que nunca deja de explicar la continuidad de lo natural, lo económico y lo biológico (Axelrod *et. al.*, 2001; Kelly, 1999).

Gran parte de esta bibliografía ha servido para popularizar la idea de internet como un tipo de «biomedio», una nueva síntesis de lo natural y lo artificial que refuerza las interpretaciones neoliberales del mercado libre. Aun así, algunos autores que escriben desde la tradición liberal también han planteado la posibilidad de que internet permita la aparición de una modalidad de producción «no mercantil». Esta modalidad de producción «no mercantil», pues, constituiría una nueva realidad económica –en el sentido que Foucault daría al término, es decir, un elemento que constituiría un límite intrínseco a la gubernamentalidad neoliberal. La producción no mercantil, de hecho, se define como impulsada por mecanismos de cooperación social, más que competencia económica, y como intrínsecamente más «eficaces» que la producción basada en el mercado –al menos en algunos dominios. La pregunta que aquí se plantea es si estas nuevas teorías pueden verse como un soporte a la formulación de una racionalidad política alternativa o si sólo permitirían una mejora del neoliberalismo tal y como lo entendía Foucault.

Por ejemplo, en su ampliamente leída *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom* [‘La riqueza de las redes: cómo la producción social transforma los mercados y la libertad’] el profesor de Derecho de Yale Yochai Benkler elabora una explicación de la producción no mercantil con

una perspectiva liberal que «se centra en las relaciones sociales, pero que opera en el dominio de la economía, más que en el de la sociología» (2006, pág. 16). Según Benkler, la *economía de la información en red* ha permitido la emergencia concreta de una nueva realidad económica, la producción social, que representa una innovación genuina cuando se compara con las otras dos formas dominantes de organización económica: la empresa y el mercado. La producción social o no mercantil aparece «desde el mismo centro de nuestro motor económico», y afecta, ante todo, al sector económico clave de «la producción y el intercambio de información, y a consecuencia de esto, a bienes, herramientas, servicios y capacidades basados en la información». Un cambio así sugeriría «un límite genuino en el alcance del mercado [...] creciendo desde dentro del mismo, al cual limita en sus espacios más avanzados» (2006, pág. 19). Benkler intenta describir «empresas productivas sostenidas que toman la forma de producción descentralizada y no basada en el mercado, y explicar por qué la productividad y el crecimiento son coherentes con un cambio hacia estas modalidades de producción» (2006, pág. 34). La producción social moviliza «la vida de lo social», es decir, el poder productivo de las relaciones sociales entre individuos libres que actúan «como seres humanos y como seres sociales más que como actores del mercado mediante el sistema de precios» (2006, pág. 7). Gracias a la economía de la información en red, la producción social se habría vuelto directamente «efectiva» (y por consiguiente, productiva) como demuestra el éxito del «software libre, la informática distribuida y otras formas de producción entre iguales [que] ofrecen ejemplos claros de prácticas de compartición a gran escala perceptiblemente efectivas» (2006, pág. 121).

El elemento más innovador del análisis de Benkler, dentro del marco de la teoría liberal, es la idea de que la distancia entre la naturaleza de la economía política y la naturaleza de la sociedad civil puede salvarse con la producción social: «ahora puede hacerse bastante más de lo que los seres humanos creen por parte de individuos que interactúan los unos con los otros socialmente, como seres humanos y seres sociales, más que como actores del mercado mediante el sistema de precios» (2006, pág. 7). Esto produciría una nueva calidad de vida económica que ya no estaría basada en una separación dentro de la subjetividad del *homo economicus* entre «interés económico» (basado en un cálculo de utilidades) y los «intereses desinteresados, si bien parciales» que, según Foucault, la teoría política liberal limitó a la «realidad transaccional» de la sociedad civil (véase Lazzarato, 2009). La vida social y la vida económica, pues, encontrarían un punto de convergencia en el cual la primera ya no encontraría su expresión exclusivamente dentro de la esfera reproductiva de la sociedad civil, sino que se volvería directamente productiva en el dominio económico. Así, pues, estaríamos ante la aparición histórica no solamente de una nueva modalidad de producción, sino también de un nuevo mecanismo –la cooperación– que aliviaría «la enorme presión social» que la lógica del mercado ejerce en las



<http://digithum.uoc.edu>

Otra vida: cooperación social y vida anorgánica

estructuras sociales existentes (2006, pág. 19). Como remarca Benkler, esto no comportaría necesariamente el fin del «análisis económico estándar», y más específicamente la interpretación económica del comportamiento económico humano o la creencia de la teoría económica en los «patrones emergentes» producidos por la naturaleza abstracta de la vida económica.

«No necesitamos asumir ningún cambio fundamental en la naturaleza de la humanidad; no hace falta que declaremos el fin de la economía tal y como la conocemos. [...] Los patrones de comportamiento y motivación que nos son familiares de las relaciones sociales generalmente continúan siendo coherentes con sus propios patrones. Lo que ha cambiado es que ahora estos patrones de comportamiento se han hecho más eficaces más allá de los dominios de la construcción de relaciones sociales de interés mutuo y de satisfacción de nuestras necesidades emocionales y psicológicas de compañía y reconocimiento mutuos. Han pasado a tener un papel importante como maneras de motivar, informar y organizar comportamiento productivo en el mismo centro de la economía de la información» (Benkler, 2006, págs. 91-92).

De este modo, la explicación de Benkler de la nueva realidad económica de la producción social conserva «la naturaleza de la humanidad» —es decir, postulados neoliberales sobre la naturaleza de la vida social y económica— dentro de una nueva vida económica integrada cuyo motor sería la «relación social de la mutualidad» que surge de las necesidades emocionales y psicológicas de individuos autónomos. La naturaleza de la economía política también se salvaguardará y reactualizará dentro de la producción social, lo que, sin embargo, tendría el mérito de compensar la presión de los mecanismos del mercado en la sociedad y al mismo tiempo recomponer al menos parcialmente la división entre la vida social y la económica.

Se podría decir que las teorías de producción social como la que hemos mencionado de Benkler ofrecen a la economía liberal y neoliberal una mejora de su lógica que no rompe significativamente con su racionalidad política general. La producción no mercantil, de hecho, se basa en la cooperación social, pero se vuelve económicamente efectiva, es decir, logra el estatus de un fenómeno económico, porque «hace aumentar la productividad general en los sectores en los cuales es efectiva [...] y presenta nuevas fuentes de competencia para agentes ya establecidos

que producen bienes de información para los cuales ahora hay sustitutos producidos socialmente» (Benkler, 2006, pág. 122). Los mecanismos de cooperación social, de este modo, simplemente corregirían algunas ineficiencias inherentes en los mecanismos de la competencia económica, satisfacerían las necesidades de las cuales no se ocupan los mercados e incluso las alimentarían —y así mejoraría la productividad de la vida económica en general, ahora reconfigurada como una ecología de formas institucionales y organizacionales diferentes. Sin embargo, la producción social se vuelve perceptiblemente eficaz, es decir, adquiere el valor abstracto que la convierte en un fenómeno económico, siempre y cuando consiga estimular la innovación y, consiguientemente, la competencia en la economía de mercado. A pesar de que nada, en principio, impide a la producción social superar mercados competitivos como forma económica más eficaz, todavía parece destinada a permanecer en un papel secundario en la lógica del mercado neoliberal en general.¹

De alguna manera, parece como si, una vez pasada por el «prisma reflexivo» de la economía política, la producción social perdiera todo el potencial para realmente producir y sustentar formas de vida radicalmente diferentes —que ni coexistirían ni competirían con la gubernamentalidad neoliberal, pero que podrían cuestionar su lógica. Como enseñó Foucault, el encuentro entre una forma de conocimiento y un fenómeno social no tiene las mismas implicaciones que su encuentro con un fenómeno físico. Un cambio de paradigma científico, como por ejemplo la revolución copernicana, no afectó al movimiento de los planetas, pero lo que la economía política dice sobre la producción social afectará a lo que acabará convirtiéndose en la producción social. Y aun así, nada impide a la producción social —es decir, la capacidad de la cooperación social libre de producir nuevas formas de vida— introducir un prisma reflexivo diferente —conectándose a otros tipos de conocimiento, que son menos adaptables al estilo de vida neoliberal y que potencialmente remiten a prácticas más radicales.

La producción social y, especialmente, la cooperación también son conceptos clave desarrollados por otro autor, Maurizio Lazzarato, que escribe con una perspectiva muy diferente de la de Benkler, es decir, dentro de un marco que moviliza y amplía el marxismo mediante la «filosofía de la diferencia» que se encuentra en los escritos de autores como Bergson, Tarde, Deleuze y Guattari y también Foucault. En particular, en su libro sobre la psicología económica de Gabriel Tarde, Lazzarato comparte el argumento

1. Se podría decir lo contrario utilizando la crítica marxista de las primeras teorías económicas de mercados autoorganizadores: que continúa falseando el antagonismo y la asimetría que hay en el interior de la vida económica, como por ejemplo la relación entre capital y trabajo, que podría coexistir de alguna manera con la nueva capacidad de los sujetos de cooperar dentro de un proceso económico que el capital no organiza directamente. Si esta asimetría o antagonismo continúa persistiendo en el interior de las relaciones económicas de producción, como por ejemplo en la relación entre los empleadores y los empleados, entonces, ¿de qué manera puede un sujeto que participa en las dos partes —o sea, en la producción social y la de mercado— lograr esta reconciliación? En la mayoría de los casos, la reintegración de la vida social y económica quedaría fatalmente viciada y tensa. La vida económica subjetiva quedaría dividida: entre la fuerza de trabajo, que está sujeta al control de la empresa capitalista; un sujeto racional económico basado en el intercambio y movido por la competencia que opera mediante el cálculo de utilidades en el mercado, y, finalmente, un nuevo ser socialmente productivo, que se desplegaría dentro de los nuevos entornos en colaboración de la economía de la información en red.



<http://digithum.uoc.edu>

Otra vida: cooperación social y vida anorgánica

de Tarde, formulado al final del siglo XIX, de que la «cooperación solidaria», es decir, una cooperación independiente y creativa, es la «premisa ontológica e histórica de la producción de valor económico y de la división del trabajo» (Lazzarato, 2002, pág. 8). Para Tarde, de hecho, a diferencia de los economistas políticos o los marxistas, la fuente de riqueza no radica «ni en la tierra, ni en el trabajo, ni en el capital, ni en la utilidad, sino en la invención y la asociación» (2002, pág. 8). La cooperación solidaria es la base ontológica del valor económico una vez este último se entiende en términos de producción y difusión de lo nuevo –es decir, en términos de «la emergencia de nuevas relaciones económicas, sociales y estéticas» (2002, pág. 8).

Además, según Lazzarato, la cooperación solidaria también implica un «vitalismo», pero «un vitalismo temporal, que ya no es orgánico; un vitalismo que remite a los procesos virtuales y ya no exclusivamente biológicos» (1997, pág. 116).² Esta «vida anorgánica» sería considerablemente diferente de la vida de la biopolítica, puesto que no haría referencia a la optimización homeostática de los procesos vitales de la población, sino que comportaría básicamente la «vida del espíritu» –es decir, la vida de la subjetividad como memoria (incluida la memoria sensorial-motora), entendiéndolo que implica los poderes ontológicos del tiempo (véase también Grosz, 2004).

En *Puissances de l'invention: la psychologie économique de Gabriel Tarde contre l'économie politique* ['Poderes de la invención: la psicología económica de Gabriel Tarde contra la economía política'] (2002), Lazzarato vuelve a una imagen biológica clave en la cual puede fundarse otra teoría de producción social como condición fundamental para la producción de valor económico: el cerebro. Evidentemente, el cerebro no tiene que entenderse como un órgano biológico, sino como una imagen de pensamiento que hace uso de características peculiares del mismo como órgano: la indiferenciación estructural de las células cerebrales y su relativa homogeneidad a pesar de la distribución de funciones más o menos específica dentro de cada lóbulo. Esta relativa homogeneidad de las células cerebrales encajaría mucho mejor en la descripción de una vida social en la cual la segmentación regida por la división de trabajo (como de clase) o por rupturas biológicas en el continuo de la vida (sexo, género y raza) coexistiría con la capacidad de cada célula individual de participar en asociaciones múltiples que están relativamente desterritorializadas de su función específica.

«La igualdad y la uniformidad de los elementos que constituyen el cerebro y su indiferenciación funcional relativa,

proporcionan las condiciones para una singularización más rica y más diversa de los acontecimientos que lo afectan y de los pensamientos que produce. Emancipándose del órgano, la función produce una nueva plasticidad y una nueva movilidad que es la condición para una invención más libre. La cooperación no orgánica abre la posibilidad de una armonización superior y explica la tendencia a la igualdad que se opone a la diferenciación orgánica. [...] El intelecto general no es el fruto de la historia natural del capitalismo, sino que ya está ontológicamente contenido dentro de la emancipación de la división orgánica de las sociedades aristocráticas tradicionales» (Lazzarato, 2002, pág. 35).

La imagen del cerebro lleva a cabo dos funciones. En primer lugar, nos permite imaginarnos una asociación en la cual cada elemento individual está ligado al mismo tiempo a una función específica, pero también a una dinámica más fluida y menos segmentada que engendra lo que la teoría cultural solía denominar *identidades múltiples*. De este modo, uno puede quedar dentro de la división del trabajo en el puesto de trabajo y al mismo tiempo ser parte de redes o asociaciones diferentes. En segundo lugar, la imagen del cerebro hace posible explicar una vida subjetiva que está tejida fuera de las fuerzas y de los poderes específicos que se atribuyen a un cerebro así: el esfuerzo de prestar atención, es decir, de retener y reactualizar impresiones, las fuerzas de creer, desear, sentir y las «cantidades sociales» que se producen (creencias, deseos, sentimientos).³ Así, pues, claramente el cerebro que Lazzarato y Tarde utilizan como imagen para pensar la cooperación «no orgánica» no es literalmente el cerebro biológico, pero tampoco es el cerebro individual. Las creencias, los deseos y los sentimientos, de hecho, son fuerzas en el sentido en que:

«circulan como flujos o corrientes entre cerebros. Por consiguiente, estos últimos funcionan como relés dentro de una red de fuerzas cerebrales o psíquicas, dejándolas atravesar (imitación) o dejándolas bifurcarse (invención). [...] Sin embargo, por otro lado, los flujos de deseos y creencias sobrepasan los cerebros por todas partes. Los cerebros no son los orígenes de los flujos, sino que, al contrario, están contenidos dentro de los flujos. La ontología de la red la encontramos dentro de estas corrientes, dentro de estas redes de fuerzas cerebrales, dentro de estos poderes de diferenciación e imitación» (Lazzarato, 2002, pág. 27).

2. Es importante remarcar de qué manera esta noción de *vida anorgánica* no sustituye la noción de vida biológica, sino que, según Lazzarato, constituye el sitio de una individuación doble. Lo que se inventa en el ámbito de la vida anorgánica, es decir, en el ámbito del tiempo y sus virtualidades, y dentro de la red de fuerzas moleculares intercerebrales, subrepresentativas, tiene que actualizarse en la composición concreta de cuerpos y en la expresión de formas de vida nuevas. Los dos ámbitos, pues, son autónomos pero inextricablemente interrelacionados como en los dos atributos de la sustancia spinoziana o los dos niveles de las mónadas leibnizianas (véase Lazzarato, 2004).

3. Para otra perspectiva sobre el valor de pensar culturalmente y políticamente por medio de la imagen del cerebro, véase Connolly (2002).



<http://digithum.uoc.edu>

Otra vida: cooperación social y vida anorgánica

Por consiguiente, el motor de la producción social no radicaría dentro del interior del individuo autónomo, sino en el espacio intermedio de la relación social. Se constituiría mediante lo que Lazzarato y Tarde definen como el *hecho social primitivo*, «como acción desde la distancia por parte de un espíritu (o cerebro-memoria) sobre otro espíritu (en otro cerebro-memoria)» (Lazzarato, 2002, pág. 31). Tarde define esta acción desde la distancia mediante la metáfora de la fotografía: es una cuestión de «impresión», una «reproducción casi fotográfica de un cliché cerebral en una placa fotográfica» (2002, pág. 31). También se asemeja a un «acto de posesión», en el cual el espíritu o la mónada individual permite ser poseído por otro en una relación casi erótica que mantiene varios grados de reciprocidad y que puede tener diferentes duraciones.⁴

Así, pues, para Lazzarato y Tarde, el proceso de subjetivación no puede originarse en el cerebro individual, sino que tiene que desplegarse dentro de estas redes cerebrales que son parecidas a «un pliegue, una retención, un giro de los flujos hacia ellos mismos». Las metáforas de Tarde para un proceso de subjetivación como este son, una vez más, naturales, pero decididamente anorgánicas: la ola y el mar.

«La ola, el cerebro individual, es el resultado de un proceso de individuación de los movimientos del mar, el tranquilo espacio de los cerebros asociados. La ola se produce al nivel de la superficie mediante un movimiento hacia adentro de las corrientes que atraviesan el mar en sus profundidades en todas direcciones» (Lazzarato, 2002, págs. 27-28).

Como una ola, pues, la subjetivación no sería el producto de una individualización original, sino que sería una cuestión de «ritmos, velocidades, de contracciones y dilataciones, en un entorno que no es nunca estático, pero que es un movimiento molecular browniano» (2002, pág. 28). Se constituye de la misma secuencia de acontecimientos que definen la naturaleza de la economía política, pero con una inflexión completamente diferente en la cual la producción de valor económico no presupone la optimización de procesos bioeconómicos, sino la invención y difusión de nuevos valores y nuevas formas de vida.

La idea de *cooperación solidaria* propuesta por Lazzarato tiene un valor particular, puesto que hace posible pensar en la cooperación social como el *a priori* de todos los procesos económicos, más que una forma particular entre otras o una reconciliación *a posteriori* de la vida económica y social. De hecho, dice que la vida económica no puede considerarse un dominio diferenciado de la vida social que hay subyacente. Atribuye la productividad de la vida social a la acción relacional de fuerzas psicológicas o

espirituales, es decir, dentro de la vida del «alma o espíritu». Hace posible considerar la producción de valor económico actual como una medida que sólo captura parcialmente el proceso inmanente de producción de valor que se despliega en el espacio intermedio de las relaciones sociales. Rechaza la «exclusión de la empatía y el amor, fuertemente presentes dentro del socialismo utópico» y posibilita repensar la fundación de comunidades políticas que no se basen en intereses, sino en creencias, deseos y afectos comunes; finalmente, abre la posibilidad de pensar una racionalidad política que permita «un politeísmo de creencias y deseos que se componen mediante la desmultiplicación y una diferenciación del principio asociativo [más que] dentro de una única y gran organización (estado o partido)» (Lazzarato, 2002, pág. 27).

¿Pueden estas teorías proporcionar alternativas viables al paradigma neoliberal de la producción mercantil como la instanciación concreta de un eidos de competencia abstracto? ¿Pueden las relaciones de cooperación desplazar los mecanismos de competencia como base sobre la cual se pueda encontrar una nueva racionalidad política? En este artículo se han tratado dos ejemplos de teorías de producción o cooperación social. Las ideas liberales de producción social, tal y como se ejemplifican en el trabajo de Yochai Benkler, parecen abrir un modelo económico diferente para la gubernamentalidad postneoliberal. Sin embargo, como las explicaciones continúan fieles a algunas asunciones de la economía neoliberal, tienden a hacer que la producción social sea secundaria a la producción basada en el mercado y, así, no parecen cuestionar la gubernamentalidad neoliberal en general –sino que simplemente la mejoran. A pesar de que esta mejora es valiosa, especialmente si la comparamos con la otra evolución contemporánea de gubernamentalidad neoliberal, es decir, el neoconservadurismo, parece en última instancia de uso limitado para quienes rechazan la fuerza general de la vida basada en el mercado. El segundo ejemplo, la teoría de Lazzarato de «cooperación solidaria», elaborada mediante una filosofía de la diferencia, parece desafiar la gubernamentalidad neoliberal de maneras más importantes. Cuestiona tanto la naturaleza humana de la teoría liberal como la naturaleza formal neoliberal de los mercados como competencia. Convierte el mecanismo de la competencia en sólo un medio posible para organizar la vida económica; un medio que, de todos modos, siempre depende de los poderes cooperativos de la vida anorgánica asociativa de las asociaciones. Aboga por la cooperación social como mecanismo clave en la producción de un valor que ya no puede ser abstractamente económico –sino que es inseparable de los valores subjetivos y sociales como los valores de la verdad, los valores de la estética, valores de la utilidad, valores existenciales. De este modo, introduce una ética inmanente en una vida social-económica en la que el valor emerge

4. Como también ha dicho Michael Taussig (1993) en otro contexto, la acción desde la distancia, pues, también sería un acto mimético, una cuestión de «copia y contacto» que expresaría la tendencia de la subjetividad a «convertirse en otro».



<http://digithum.uoc.edu>

Otra vida: cooperación social y vida anorgánica

de los «poderes de conjunciones y disyunciones [y] fuerzas de composición y descomposición de relaciones afectivas» (Lazzarato, 2004, pág. 24).

En este artículo se han tomado estas teorías como ejemplos de las diferentes maneras en que una nueva realidad económica, como por ejemplo la producción social, puede pensarse como un medio para desafiar y repensar la naturaleza de los mercados y la economía política. Se han tomado como relés reflexivos que pueden conectarse provechosamente a una serie de prácticas. Si puede inventarse una alternativa a la gubernamentalidad neoliberal, de hecho, ciertamente no será en virtud de la aplicación de una teoría o fundando «una práctica política en la verdad [...]», sino aprovechando el pensamiento «como multiplicador de formas y dominios para la intervención de la acción política» (Foucault, 1984, pág. xiv).

Referencias

- AXELROD, Robert; COHEN, Michael D. (2001). *Harnessing Complexity: The Organizational Implications of a Scientific Frontier*. Nueva York: Basic Books.
- BALL, Philip (2006). *Critical Mass: How One Thing Leads to Another*. Londres: Farrar, Straus and Giroux.
- BENKLER, Yochai (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedoms*. New Haven, Connecticut: Yale University Press.
- FOUCAULT, Michel (1984). «Preface». En: G. DELEUZE, F. GUATTARI. *Anti-Oedipus: Capitalism and Schizophrenia*. Londres: Athlone Press.
- FOUCAULT, Michel (2001). *The Order of Things: An Archaeology of the Human Sciences*. Londres / Nueva York: Routledge.
- FOUCAULT, Michel (2007). *Security, Territory, Population: Lectures at the Collège de France, 1977–1978*. En: M. SELLENART (ed.), G. BURCHELL (trad.). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- GROSZ, Elizabeth (2004). *The Nick of Time: Politics, Evolution and the Untimely*. Durham, NC: Duke University Press.
- KELLY, Kevin (1999). *New Rules for the New Economy*. Londres: Penguin.
- LAZZARATO, Maurizio (1997). *Lavoro immateriale: forme di vita e produzione di soggettività*. Verona: Ombre Corte.
- LAZZARATO, Maurizio (2002). *Puissances de l'invention: la psychologie économique de Gabriel Tarde contre l'économie politique*. París: Les Empêcheurs de Penser en Rond.
- LAZZARATO, Maurizio (2004). *La politica dell'evento*. Cosenza: Rubbettino editore.
- LAZZARATO, Maurizio (2009). «Neoliberalism in Action: Inequality, Insecurity, and the Reconstitution of the Social». *Theory, Culture & Society*. Vol. 26, n.º 6.
- TERRANOVA T. (2009) «Another Life: The Nature of Political Economy in Foucault's Genealogy of Biopolitics» (2009). *Journal Theory, Culture & Society 2009*. Vol 26, n. 6, pàg. 1-29. Los Ángeles / Londres / Nueva Delhi / Singapur: SAGE.

CITA RECOMENDADA

TERRANOVA, Tiziana (2010). «Otra vida: cooperación social y vida anorgánica» En: «De la digitalización de la cultura a la cultura digital» [dossier en línea]. *Digithum*. N.º 12. UOC. [Fecha de consulta: dd/mm/aa]
ISSN 1575-2275
<<http://digithum.uoc.edu/ojs/index.php/digithum/article/view/n12-terranova/n12-terranova-esp>>



Esta obra está sujeta a la licencia Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas 3.0 España de Creative Commons. Puede copiarla, distribuirla y comunicarla públicamente siempre que cite su autor y la revista y la institución que la publican (*Digithum*; FUOC), no la utilice para fines comerciales y haga con ella obras derivadas. La licencia completa se puede consultar en: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/deed.es/>.



<http://digithum.uoc.edu>

Otra vida: cooperación social y vida anorgánica

Tiziana Terranova

Profesora asociada de Sociología de Comunicaciones

Universidad L'Orientale de Nápoles

tterranova@unior.it

Università degli Studi di Napoli 'L'Orientale'

Via Partenope 10/A

con accesso alla Via Chiatamone 61/62

80121 Napoli

Tiziana Terranova imparte clase, realiza investigación y escribe sobre la cultura y la economía política de los nuevos medios. Ha estudiado, enseñado e investigado estas cuestiones en varias universidades del Reino Unido (como por ejemplo el Colegio Goldsmith, la Universidad del Este de Londres y la Universidad de Essex) antes de aceptar un sitio como profesora asociada de Sociología de Comunicaciones en la Universidad L'Orientale de Nápoles, de donde también es vicerectora del programa de doctorado de Estudios Culturales y Poscoloniales. Es autora de *Network Culture: politics for the information age* (Pluto Press, 2004) y de varios ensayos y críticas para diarios, revistas y publicaciones (*Il manifesto*, *Mute*, *Social Text*, *Theory, Culture and Society*). Es miembro de la red universitaria libre italiana Uninomade; del consejo de redacción de la revista italiana *Studi Culturali*, y de la revista británica *Theory, Culture and Society*.





<http://digithum.uoc.edu>

De la digitalización de la cultura a la cultura digital

Democracia, innovación y cultura digital*

Rodrigo Savazoni

Periodista, productor web y realizador multimedia
 rodrigossavazoni@gmail.com

Fecha de presentación: abril de 2010

Fecha de aceptación: abril de 2010

Fecha de publicación: mayo de 2010

Resumen

El impacto de la digitalización y de internet no afecta únicamente a la sociedad y a la economía, sino que la política empieza a sufrir una transformación. Junto a muchas otras iniciativas, el Foro de la Cultura Digital Brasileña, celebrado en Brasil en 2009, es un ejemplo de cómo la democracia puede beneficiarse de la innovación. Por medio de una red social digital, los ciudadanos interactúan continuamente proponiendo y fiscalizando las políticas públicas. Y este no es el único ejemplo. En Brasil proliferan las iniciativas de uso de la red para fines sociales y culturales. Los cambios son profundos, pero la intelectualidad y la macropolítica todavía no han percibido su potencial.

Palabras clave

cultura digital, democracia, política, digitalización

Democracy, innovation and digital culture

Abstract

The impact of digitization and of the internet affects not only society and the economy. Politics, too, is beginning to be transformed. Alongside many other initiatives, the Brazilian Digital Culture Forum, held in Brazil in 2009, provides an example of how democracy can benefit from innovation. By means of a digital social network, the public continually interacts, proposing and reviewing public policies. This is not the only example: Brazil is experiencing a proliferation of the use of the net for social and cultural ends. The changes are profound, but the intellectual and macro-political worlds have not yet realised their potential.

Keywords

digital culture, democracy, politics, digitalisation

.....

La política vaticina que los cien primeros días de un presidente son decisivos. Durante estos días el nuevo dirigente marca su postura y anuncia a la sociedad cuáles son sus prioridades, que, dado el avance y la complejidad de la democracia contemporánea, suelen

basarse en un programa previamente presentado en el periodo electoral.

Así ocurrió con Barack Obama. Como defensor de la libertad de comunicación y distribución durante la carrera electoral que lo llevó a la Casa Blanca, una de sus primeras medidas consistió en reformular el sitio web de la presidencia estadounidense, adoptando

* La versión original, en portugués, de este artículo apareció publicada en *Le Monde Diplomatique* (Brasil), el mes de enero de 2010. Título original: *Democracia, inovação e cultura digital*.



licencias Creative Commons para todos los contenidos producidos. Se trata de un modelo flexible de gestión de los derechos de autor desarrollado en la Universidad de Stanford que permite al autor definir el uso de su producción presente en internet. Obama demostraba que era un presidente innovador al apostar por un gobierno abierto y transparente, dejando así atrás la oscura época de la administración de George W. Bush.

Sin embargo, en el mundo de las redes horizontales la innovación está presente en todas partes. Y quien realmente creó algo interesante para los cien primeros días del gobierno de Obama fue Jim Gilliam, activista multimedia y productor de documentales de denuncia de Brave New Films, como *Wal-Mart: The High Cost of Low Price* ['Wal-Mart: El alto coste de los precios bajos'], dirigido por Robert Greenwald. A Gilliam se le ocurrió la idea de que internet podía servir de ayuda para identificar los principales problemas de EUA. Valiéndose de la apertura propuesta por Obama, creó la página web *White House 2* ['Casa Blanca 2'].¹ En principio, la finalidad de este sitio era que cualquier estadounidense pudiera hacer una lista de los retos a que se enfrentaba el país y exponer su opinión sobre cuáles eran sus máximas prioridades. La intención de Gilliam era constituir una gobernanza virtual que ofreciera al presidente Obama un valioso instrumento de consulta popular. El sitio web se lanzó, pero no se incorporó al conjunto de estrategias de comunicación del presidente. Esta iniciativa sigue en marcha y hoy en día es un entorno en el cual diez mil estadounidenses debaten sobre cuáles deben ser las prioridades del Gobierno actual.

Utilizo el ejemplo de *White House 2* porque es la expresión de un modelo de hacer política impulsado por internet. Dos de sus características son especialmente representativas del contexto político actual: 1) *White House 2* es un proyecto individual y no partidista que se colectiviza mediante la interacción y el debate en línea; 2) su objetivo principal es generar información abierta y transparente que contribuya a la práctica social sin interactuar directamente con las estructuras de poder de la democracia representativa convencional.

II

Llegados a este punto, es necesario hacer una pausa.

A principios de la década de 1990, se creía que internet superaría a los medios de comunicación de masas electrónicos, ineficaces porque no propiciaban el diálogo, y que se convertiría en el entorno ideal para ejercer la democracia. Autores de diversas corrientes ideológicas se volcaron a tratar el tema de la democracia digital. Fue un periodo de gran producción teórica al respecto. Se creía, por ejemplo, que los ciudadanos podrían votar cualquier proyecto de ley, superando así el modelo de representación moderno. A

este furor inicial se unió el hecho de que la ciencia política también dedicaba más atención al tema de la democracia deliberativa.

Sivaldo Pereira, en su artículo «Promessas e desafios da deliberação online: traçando o panorama de um debate» ['Promesas y desafíos de la deliberación en línea: trazando el panorama de un debate'], afirma que, además de la «proximidad temporal, la democracia deliberativa y la democracia digital presentan también algunas preocupaciones de fondo comunes que se pueden resumir en dos deseos compartidos por ambas:

- 1) reducir al máximo la crisis de representatividad que afecta al sistema democrático moderno y
- 2) utilizar procesos de comunicación mediados para este fin».

Hasta ese momento, para la izquierda cuestiones como la participación social en los procesos de toma de decisiones y la colaboración entre distintos agentes sociales en la elaboración de las políticas públicas no se consideraban valores incuestionables. Precisamente por ello, la comprensión de la importancia de estos dos pilares para la estructuración de los sistemas democráticos es un fenómeno reciente que se convierte en motivo de disputa entre distintas corrientes de pensamiento progresista, algunas de ellas todavía atrapadas en un modelo de planificación centralista.

Con la llegada de internet, y sobre todo gracias a las posibilidades de democratización que ofrecía, los términos *participación* y *colaboración* comienzan a diluirse y a incorporarse al vocabulario dominante de las organizaciones y los movimientos sociales. Otra palabra que gana fuerza en este contexto es *transparencia*. Este concepto parte de la idea de que todo sistema político democrático tiene la obligación de facilitar al ciudadano la máxima cantidad de información posible, a fin de que pueda tomar decisiones. Sin transparencia, los canales de participación y colaboración pueden quedar reducidos a un mero artificio para neutralizar los conflictos. Sin embargo, en los últimos quince años el debate se ha centrado más en teorías y deseos que en acciones prácticas, salvo por unos pocos proyectos piloto. Pero todo apunta a que esta tendencia se está invirtiendo y que la innovación empieza a ganar terreno.

Fin de la pausa.

III

Conocer las iniciativas de democracia digital en curso es una buena manera de comprender lo que hay en juego y cómo este entorno cambiante toma forma.

Recientemente, Google Brasil, el Instituto Overmundo y la Fundación Getúlio Vargas me invitaron a participar en una tertulia sobre ciudadanía digital, que generó un entendimiento inédito

1. Véase: <www.whitehouse2.org>.



<http://digithum.uoc.edu>

Democracia, innovación y cultura digital

entre activistas de este ámbito. No sabemos adónde nos llevará esta confluencia, pero el diálogo ya ha sido sumamente enriquecedor. El documento elaborado por el Instituto Overmundo y por el Centro de Tecnologías y Sociedad de la Fundación Getúlio Vargas incluye una guía muy completa de las iniciativas más importantes en marcha en Brasil y en los Estados Unidos. A título ilustrativo, me referiré a algunas de las que me parecen más interesantes. Prefiero centrarme en los ejemplos brasileños como una manera de afirmar nuestra inventiva.

El proyecto *WikiCrimes*² es un fenómeno mundial. Se trata de una *mashup* (aplicación web híbrida) de datos y mapas, en este caso sobre delitos, de los que se informa colaborativamente bien con las aportaciones de los ciudadanos usuarios o a partir de bases de datos públicas. La información se muestra en un mapa, para que se puedan ver los lugares en los cuales hay una mayor incidencia de un determinado delito. Tiene muchas utilidades: desde ayudar a los órganos de seguridad pública hasta recomendar a la población que evite determinados comportamientos en zonas de reconocida peligrosidad. Este trabajo está dirigido por el profesor Vasco Furtado, coordinador del Grupo de Ingeniería del Conocimiento de la Universidad Federal de Fortaleza. El proyecto se ha desarrollado íntegramente en esta universidad por estudiantes del grupo de investigación. Recientemente, algunos de ellos, bajo la supervisión de Furtado, crearon la empresa WikiMaps, cuyo objetivo es ofrecer esa plataforma de integración de información a quien tenga interés en elaborar «mapas sociales».

Otro proyecto sobresaliente, iniciado hace poco, es *Transparência HackDay*, reuniones en las cuales participan gestores públicos, periodistas y productores de información de los desarrolladores (los *hackers*). En los últimos tres meses han tenido lugar tres encuentros, dos en São Paulo y uno en Brasilia. Del intercambio de conocimientos surgen debates pero de índole eminentemente práctica, cuyo objetivo es mejorar la democracia y la acción pública (bien sea una denuncia, una reivindicación o un instrumento de gestión). *Transparência HackDay* está organizado por la empresa Esfera, una de las entidades que forman parte del colectivo de la Casa de la Cultura Digital.³

Entre las aplicaciones derivadas de este proyecto, la más interesante y exitosa hasta la fecha ha sido el proyecto *SACSP*,⁴ que añade a un mapa información sobre el Servicio de Atención al Ciudadano de São Paulo. El *SACSP* utiliza datos del sitio web oficial del ayuntamiento y genera análisis instantáneos. Al principio, su éxito suscitó reacciones negativas dentro de la empresa municipal de procesamiento de datos. Sin embargo, más tarde el desarrollador responsable de la plataforma fue convocado a una entrevista, a raíz de la cual la empresa se comprometió a

proporcionar financiación para que pudiera seguir ofreciendo este servicio que, entre otras ventajas, permite al ciudadano ver que no está denunciando solo.

IV

Es necesario hacer una nueva pausa para una digresión.

Cuando se habla de democracia digital siempre se cita el ejemplo de Obama. ¿Ha innovado el presidente actual de los Estados Unidos? Sí, sin duda. Además de reformar el sitio web de la Casa Blanca, ha lanzado otros dos proyectos importantes en internet. Uno de ellos es *Data.gov*.⁵ En este sitio, el Gobierno publica la información en formatos libres que permiten a los ciudadanos cruzar datos y producir nuevas informaciones de su interés.

Resulta extraño que el mundo intelectual brasileño no se haya percatado del liderazgo de nuestro país en la era digital ni lo haya comprendido. Los extranjeros ya lo han descubierto. Prueba de ello es la reciente entrevista que Alexandre Mathias realizó a Clay Shirky en *O Estado de S. Paulo*. Shirky, autor de *Here comes everybody* ['Aquí entra todo el mundo'], es uno de los escritores más célebres de los Estados Unidos. En su conversación con Mathias, destaca el papel fundamental de Brasil en la incorporación de los valores emergentes de la cultura digital. No habla de tecnología, sino de política:

«Brasil ha sido el primer país en adaptarse totalmente a un modelo de coparticipación como instrumento de progreso económico, cultural y social. Esto se da a distintos niveles, desde el más bajo –como la cultura del *funk* de la *favela*, cuya esencia está basada en la coparticipación– hasta el más alto –como el hecho de que el presidente Lula diga que prefiere soluciones de código abierto para los problemas del país–. Otros países están avanzando en esta dirección, pero ninguno está tan adelantado como Brasil».

Hoy en día, Brasil cuenta con una de las comunidades de *software* libre más activas y exitosas del mundo. Desde el inicio del gobierno de Lula, esta comunidad ejerce una enorme influencia en las políticas, consolidando los valores de la ideología *hacker* en el corazón de Brasilia.

La otra cara de la misma moneda es la sociedad brasileña. Las cifras muestran que Brasil es pionero en la adopción de redes sociales en línea, como Orkut, Facebook y Twitter, en las cuales el segundo idioma más utilizado es el portugués. La cultura digital se desarrolla mediante estas plataformas, lo que llevó a John Perry

2. Véase: <<http://wikicrimes.org>>

3. Véase: <www.casadaculturadigital.com.br>.

4. Véase: <<http://sacsp.mamulti.com>>.

5. Véase: <<http://www.data.gov>>.



<http://digithum.uoc.edu>

Democracia, innovación y cultura digital

Barlow, uno de los primeros activistas de la libertad en la red y cofundador de Electronic Frontier Foundation, a decir que Brasil es «la sociedad en red ideal».

Obama llegó al poder en 2008. En 2005 el sitio web del Ministerio de Cultura brasileño ya estaba adoptando licencias Creative Commons para sus contenidos, y en 2006 todos los contenidos producidos por Radiobrás, la empresa pública brasileña de comunicación, pasaron a ser distribuidos utilizando esta licencia.

En el libro *CulturaDigital.BR*, escrito por mí en colaboración con Sérgio Cohn, analizamos este carácter pionero de Brasil con pensadores de distintas corrientes ideológicas y áreas del conocimiento. Entre ellos, el sociólogo Laymert Garcia dos Santos, autor de *Politizar as Novas Tecnologias* ['Politizar las nuevas tecnologías']:

«El mayor problema que tengo con Brasil es que existe una enorme riqueza y a la vez un déficit de pensamiento sobre el potencial de esa cultura en la nueva realidad que vive la gente y, sobre todo, en el nuevo papel que asume el país en la redistribución geopolítica tras el debilitamiento de los mercados. [...] La llamada *inteligencia brasileña*, con muy pocas excepciones, todavía no se ha percatado del cambio evidente que se está produciendo, ni de las posibilidades que se están abriendo, algo que considero gravísimo desde el punto de vista de la política. La diferencia con respecto al Primer Mundo será la posibilidad de cautivar con nuestra cultura, utilizando esa tecnología para crear algo distinto de aquello que el centro, es decir, el mundo euro-estadounidense, ha hecho».

Si bien la intelectualidad brasileña no percibe los cambios, la clase dirigente parece comenzar a avanzar en ese sentido, aunque lentamente. Actualmente hay tres procesos en marcha que determinarán nuestro futuro:

- 1) La política pública para universalizar el acceso a la banda ancha, que el presidente Luiz Inácio Lula da Silva ha prometido que será la medida final de su gobierno.
- 2) La reforma de la ley de propiedad intelectual para incorporar derechos de los usuarios, hoy en día la principal fuente de conflicto entre la cultura que emerge de las redes interconectadas y la vieja industria de la intermediación del siglo xx.
- 3) La construcción de un marco civil, un marco de derechos, de los usuarios de internet, propuesto por el Ministerio de Justicia.

La articulación de estos tres elementos da lugar a una coyuntura que puede llevar a Brasil a responder a los cambios sociales

que se están produciendo en todo el mundo a una velocidad incomparable a la de otros países.

Fin de la pausa.

V

Muchos de los proyectos de democracia digital, incluidos los mencionados anteriormente, están basados en un nivel de interactividad todavía muy primitivo. Son mecanismos simples de deliberación en los cuales el ciudadano puede elegir entre una opción u otra. Es decir, votar. Tal es el caso del Presupuesto Público Digital de Belo Horizonte (Minas Gerais). Como iniciativa pionera, el Presupuesto Participativo Digital de la capital minera permitió a los ciudadanos elegir una obra para que la ejecutara el ayuntamiento. Fue un plebiscito virtual inédito en el mundo.

La propuesta del Foro de la Cultura Digital Brasileña, iniciada en junio de 2009 y todavía en desarrollo, es de otro tipo. Lo que se pretende con este proceso es profundizar en la interactividad y crear un instrumento colaborativo de elaboración de políticas públicas.

El Estado brasileño, redemocratizado, se ha valido de diversos mecanismos para garantizar que la voz de la sociedad se haga oír directamente en el proceso de elaboración de las políticas de transformación del país. Entre dichos mecanismos destacan las Conferencias Nacionales, llevadas a cabo respetando el Pacto Federal (con etapas municipales, estatales y federal) y que sirven como elemento estructurador de políticas sectoriales. La mayoría de las conferencias están supervisadas por un consejo, que es el responsable de asegurar la aplicación de las directrices definidas por la sociedad y de la fiscalización de las políticas que se propongan y desarrollen.

Además de las conferencias, otros mecanismos de participación son las consultas públicas (presenciales y virtuales), las audiencias públicas, los seminarios y los foros. Los foros son espacios de debate, articulación, colaboración y planificación colectiva, generalmente de carácter consultivo en relación con el poder público, y cuyo objetivo es reunir a distintos agentes de uno o más sectores sociales, pudiendo ser permanentes o temporales.

El Foro de la Cultura Digital Brasileña forma parte de las iniciativas de participación social, pero se distingue de todas las demás en que utiliza internet de forma radical como parte de su metodología. En realidad, este foro está totalmente estructurado sobre la plataforma CulturaDigital.BR,⁶ un sitio web de red social que ya contaba, en diciembre de 2009, con más de 3.200 usuarios, 160 grupos de debate y cerca de 300 *blogs* activos. En esta red, los ciudadanos debaten asuntos de la era digital de forma abierta y horizontal.

6. Véase: <www.culturadigital.br>.



<http://digithum.uoc.edu>

Democracia, innovación y cultura digital

En noviembre, durante el seminario internacional del foro, que convirtió en presenciales encuentros que ya se estaban teniendo en el mundo virtual, se elaboraron y entregaron al ministro de Cultura, Juca Ferreira, documentos con directrices para la definición de políticas de cultura digital. Posteriormente, estos documentos se devolvieron a la plataforma y siguen siendo objeto de debate.

Este año se están desarrollando varias iniciativas nuevas, entre ellas la propuesta de creación de una gobernanza colaborativa para la cultura digital mediante la constitución de un consejo basado en la red social CulturaDigital.BR, el cual también tendrá voz en el Consejo Nacional de Políticas Culturales.

A la vista de la experiencia de los primeros meses, se puede afirmar que la característica principal del Foro de la Cultura Digital Brasileña es ser un espacio de expansión y no de síntesis, algo que ya estaba previsto desde el principio.

Las repercusiones de la tecnología digital son gigantescas y poco comprendidas. Así pues, es necesario encontrar a los inter-

locutores adecuados y dispuestos a concebir políticas para esa era de transición, sabiendo que no formarán parte de un movimiento con punto inicial, medio y final.

Bibliografía

- ALEXANDRE, Mathias (2009). «A mudança sequer começou». Entrevista a Clay Shirky. *Estado de S. Paulo*. (8 de nov de 2009).
- PEREIRA, Sivaldo (2008). «Promessas e desafios da deliberação online: traçando o panorama de um debate» En: V Jornadas de Comunicación y Democracia entre grupos de investigación de la UFB y la UFMG. Encontro.
- SAVAZONI, Rodrigo; COHN, Sergio (2009). *Cultura Digital.br*. Azougue Editorial.
<<http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/09/cultura-digital-br.pdf>>

CITA RECOMENDADA

SAVAZONI, Rodrigo (2010). «Democracia, innovación y cultura digital». En: Pau Alsina (coord.). «De la digitalización de la cultura a la cultura digital» [dossier en línea]. *Digithum*. N.º 12. UOC. [Fecha de consulta: dd/mm/aa]
<<http://digithum.uoc.edu/ojs/index.php/digithum/article/view/n12-savazoni/n12-savazoni-esp>>
ISSN 1575-2275



Esta obra está sujeta a la licencia **Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas 3.0 España** de Creative Commons. Puede copiarla, distribuirla y comunicarla públicamente siempre que cite su autor y la revista y la institución que la publican (*Digithum*; FUOC), no la utilice para fines comerciales y haga con ella obras derivadas. La licencia completa se puede consultar en: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/deed.es/>.



Rodrigo Savazoni

Periodista, productor web y realizador multimedia

rodrigossavazoni@gmail.com

Fli Multimídia

Vitorino Carmilo, 459, Barra Funda

São Paulo (Brasil)

Periodista, productor web y realizador multimedia. Es director de Fli Multimídia (<<http://flimultimedia.com.br/>>), empresa creada con André Deak y Lia Rangel y entre cuyos clientes se encuentran la Red Nacional de Enseñanza e Investigación brasileña y CPFL Cultura. Asimismo, es miembro de la dirección del Laboratorio Brasileño de Cultura Digital. Es uno de los creadores de la Casa de la Cultura Digital (<www.casadaculturadigital.com.br/>), un espacio de intercambio y creación que reúne a empresas y ONG relacionadas con la cultura contemporánea. Es miembro de la Coordinación Ejecutiva del Foro de la Cultura Digital Brasileña y director de contenidos de la plataforma colaborativa CulturaDigital.BR (<<http://culturadigital.br/>>). Es coautor de *Vozes da Democracia* (Imprensa Oficial, 2007) y *Cultura Digital.Br* (Azougue, 2009). Recibió el premio Vladimir Herzog de derechos humanos 2008 en la categoría internet por el documental web interactivo *Nação Palmares* y el premio Estadão 2008 en la categoría integración/multimedia por el proyecto *Vereador Digital* ['Concejales digital'].





<http://dighum.uoc.edu>

De la digitalización de la cultura a la cultura digital

La cultura digital, un paradigma convergente donde se unen la tecnología y la cultura: desafíos para el sector cultural

Aleksandra Uzelac
Instituto para las Relaciones Internacionales (Zagreb, Croacia)
auzelac@irmo.hr

Fecha de presentación: abril de 2010

Fecha de aceptación: abril de 2010

Fecha de publicación: mayo de 2010

Resumen

La cultura digital es una noción nueva y compleja. Las tendencias digitales de hoy se han entrometido cada vez más en el mundo de la cultura y las artes, implicando diferentes aspectos de convergencia de las tecnologías culturales, de los medios y de la información, e influenciando nuevas formas de comunicación. Las nuevas posibilidades creadas por las tecnologías digitales –la conectividad global y el surgimiento de nuevas redes– desafían nuestra manera tradicional de entender la cultura y la extienden también a la cultura digital. Este artículo observa la cultura digital como una nueva ecología social que condiciona las experiencias y oportunidades de los ciudadanos de hoy, donde las tecnologías digitales y el entorno de las redes digitales han traído nuevas prácticas, posibilidades y amenazas, en las cuales el sector cultural debe encontrar los medios adecuados para trabajar.

Palabras clave

cultura digital, tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), redes digitales, convergencia, prácticas culturales

Digital culture as a converging paradigm for technology and culture: Challenges for the culture sector

Abstract

Digital culture is a new and complex concept. Digital advances are increasingly interacting with the world of culture and the arts, leading to a convergence of technologies, media and information and shaping communication modes. The new possibilities offered by the digital technologies —namely, global connectivity and the emergence of new networks— challenge our traditional understanding of culture and make it necessary for us to take on the board the concept of a digital culture. This article views digital culture as a new social system that determines experiences and opportunities for the citizens of today. Digital technologies and the networked environment have introduced new practices, opportunities and threats, and the culture sector needs to find appropriate ways for operating in this new reality.

Keywords

digital culture, information and communication technologies (ICTs), digital networks, convergence, cultural practices

<http://dighum.uoc.edu>

La cultura digital, un paradigma convergente donde se unen la tecnología...

Cultura y comunicación en la era informática

La sociedad de hoy está marcada por el rápido desarrollo de los recursos de comunicación e información y muchas veces se refiere a sí misma como era informática. El alcance de los cambios en la sociedad actual se refleja en la mención a la «revolución» informática, en lugar de hablar de la «evolución» que está teniendo lugar y que afecta a estos cambios. La globalización (la integración de comercio, inversiones y mercados financieros), reforzada por las TIC y la infraestructura de las redes digitales, define un modelo de desarrollo en las sociedades modernas cada vez más interdependiente. Esto tiene su base en la economía industrial, en la cual la economía centrada en la información y la producción cultural¹ tuvo mucha importancia en los siglos XIX y XX, así como en los sistemas de comunicaciones (teléfono y telégrafo, prensa de gran circulación, radio y TV, internet, etc.), que permiten la distribución de comunicación e información a gran escala, trascendiendo a la comunidad local inmediata. Hasta ahora, los procesos de globalización económica no han repercutido en el desarrollo justo y equitativo de los países y las regiones, y el rápido desarrollo tecnológico no ha dado como resultado ninguna reducción en las diferencias sociales o en la división entre regiones ricas y pobres.² La discusión sobre qué tipo de sociedad estamos creando continúa: ¿Es una «sociedad del conocimiento» democrática, pluralista e inclusiva, o es una «sociedad informática» comercializada, en la cual la información se ha convertido en mercancía? La diferencia principal entre ambas está marcada por la posición que ocupan la información, el conocimiento y la cultura dentro de la sociedad. ¿La información y el conocimiento como una red común de recursos culturales que hemos creado conjuntamente, y por lo tanto debemos compartir conjuntamente, o la información y el conocimiento como un producto básico que debe poseerse y controlarse de manera privada? (Uzelac, 2008).

Cultura, comunicación e información son conceptos relativamente cercanos. Don Foresta pone énfasis en dos definiciones de cultura que ofrece el Diccionario Webster (Foresta *et al.*, 1995, pág. 10). La primera define la cultura «como un modelo integrado de conocimiento, creencia y comportamiento humano que depende de la capacidad del hombre para que el conocimiento sea aprendido y transmitido a las generaciones posteriores». Y

la segunda: «como un conjunto de creencias, normas sociales y rasgos materiales tradicionales de un grupo racial, religioso o social». Según Foresta, la diferencia de conceptos entre ambas definiciones es que la primera se ocupa del conocimiento y de cómo se transmite, y la segunda se refiere a los valores y a las normas acordadas en una comunidad que rigen sobre el comportamiento y las relaciones de las personas. Los nuevos conocimientos pueden influir en las creencias tradicionales y el alcance de esta influencia depende de «los sistemas de comunicación disponibles y en uso, y del contenido de esas formas de comunicación» (Foresta *et al.*, 1995, pág. 10).

Solemos pensar en la información y en la comunicación de manera técnica e instrumental –como datos y transmisión de datos. Pero también son fenómenos sociales. Diversos autores describen los contenidos de la información como productos culturales y entienden el concepto de comunicación en un sentido más amplio que la simple transferencia de mensajes, frecuentemente haciendo énfasis en que la comunicación se refiere a «un proceso de intercambio, a una forma de hacer común o a un intento de crear una comunidad» (Hamelink, 2003, pág. 155) o al mantenimiento de la sociedad a través del tiempo por medio de la representación de las creencias comunes (Carey, 1992). Según Pasquali (2003, pág. 198) las palabras *comunicación* y *información* siempre se refieren a la esencia de las relaciones comunitarias y humanas. Para Hamelink (2003, pág. 124) los contenidos de información son productos culturales y la información forma parte del entramado cultural de una sociedad. Entre las cuestiones importantes de esta dimensión está la de compartir el conocimiento y proteger la identidad cultural. La centralidad de la información para la cultura es visible en las características de la información, que Benkler (2006, pág. 36) describe como un bien no rivalizante, lo que significa que «su consumo por una persona no la hace menos disponible para el consumo de otra», y en el hecho de que la información, en su propio proceso de producción, es a la vez entrada y salida. La información no se gasta en su comunicación con otros, más bien se preserva. Estas características nos llevan a entender la cultura y la información como bienes inherentemente públicos. Las expresiones culturales, como el lenguaje, son sistemas de signos para la comunicación y, mediante códigos culturales comunes, las personas construyen el entendimiento propio de su entorno y crean significados compartidos. De este modo, cuando hablamos de cultura, la comunicación está implícita. Como afirma Foresta, «la cultura es memoria, memoria colectiva, que depende de la

1. En esta economía de la información industrial podemos incluir, por ejemplo, la ciencia, el *software*, los servicios financieros, la contabilidad, y las industrias de medios, cine y música (Benkler, 2006).
2. Las desigualdades de ingresos a escala mundial están creciendo, lo que también afecta a las oportunidades que pueden tener los ciudadanos de diferentes países. Según Boyd-Barret (2004), en 1997 el 20% de la población más rica del mundo, que vive en los países de ingresos más elevados, representó el 86% del PIB mundial, el 82% de las exportaciones de bienes y servicios, el 68% de inversiones extranjeras directas, el 74% de todas las líneas telefónicas del mundo y el 91% de los usuarios de internet. El 20% de la población más pobre representó el 1% del PIB mundial, el 1% de los mercados de exportación, el 1% de inversiones extranjeras directas, el 1,5% de las líneas telefónicas y menos del 1% de usuarios de internet. Una década después, no se observan mayores cambios en esta tendencia.



<http://digithum.uoc.edu>

La cultura digital, un paradigma convergente donde se unen la tecnología...

comunicación para su creación, evolución y preservación» (Foresta *et al.*, 1995, pág. 19).

La cultura digital entre cultura y tecnología

El conocimiento cultural siempre se ha comunicado y, por lo tanto, preservado mediante nuestras estructuras de comunicación cultural. Por esta razón, las tecnologías disponibles han sido siempre un elemento importante que ha permitido y ha facilitado los procesos de creación, intercambio y preservación de nuestra memoria cultural. «Sin tecnologías de registro de algún tipo (tablillas, papel, cera, imprenta mecánica, analógica y electrónico-digital, y así sucesivamente), no existirían ninguna de las culturas en las cuales vivimos» (Lister *et al.*, 2009). La influencia de las tecnologías de la comunicación en nuestra cultura es significativa, ya que nuestra forma de usarlas puede afectar a los cambios en la esencia de nuestros modelos culturales y de comunicación. Por esta razón, las tecnologías relacionadas con la información y la comunicación no pueden considerarse instrumentos pasivos, sino sistemas interactivos que modifican radicalmente nuestras capacidades cognitivas (Dascal, 2006). Distinguimos las eras culturales según la tecnología de comunicación utilizada. En la *cultura oral*, la transferencia del conocimiento sólo podía producirse en la comunicación directa. La *cultura escrita* nos permitió preservar ciertos tipos de conocimiento por separado o el recuerdo de una persona en particular y nos dio la posibilidad de enviar mensajes escritos a través del espacio y registrarlos (y preservarlos) para las épocas futuras. La *cultura de la prensa y la radiodifusión* permitió la distribución en masa de mensajes de fuentes centralizadas. Hoy hablamos de *cultura digital*, internet y sus aspectos participativos, convergencia, inteligencia ambiental, etc.

La idea de que la tecnología ejerce un impacto en diferentes aspectos de nuestra cultura puede parecer excesivamente simplificada y muy determinista, pero no es del todo incorrecta. La tecnología no afecta linealmente a nuestra sociedad, sino que, en combinación con muchos otros elementos, crea condiciones de posibilidad «que sugieren posibles futuros en vez de determinarlos» (Hawk *et al.*, 2008). Podemos afirmar que todas las tecnologías intervienen en el entorno humano y lo modifican hasta cierto punto, cambiando así las condiciones de existencia de diferentes culturas (de manera más o menos radical). Permiten que ciertas prácticas queden obsoletas mientras que otras, anteriormente más difíciles e imprácticas, sean posibles y fáciles de alcanzar. Somos conscientes de que los cambios que han ocurrido en las sociedades actuales están en parte relacionados con la introducción de las TIC

en nuestras vidas. El entorno digital en el cual vivimos está por todas partes, las tecnologías digitales están presentes en todos los aspectos de nuestra vida. Actualmente usamos tecnologías digitales casi sin darnos cuenta, están presentes en todos los segmentos del comercio, ya que apoyan nuestras transacciones financieras. También están presentes en la producción mediática y cultural de hoy en día, que suele distribuirse de manera digital. Charlie Gere sugiere que el alcance de la presencia de la tecnología digital en nuestras vidas señala la existencia de una cultura digital. Gere afirma que la digitalización puede considerarse un marcador de cultura porque comprende los artefactos y los sistemas de significación y de comunicación que tan claramente demarcan el estilo de vida contemporáneo (Gere, 2002, pág. 12). Esto indica que la tecnología no es periférica al análisis de la cultura sino que, de hecho, es su elemento central. Entornos tecnológicos cada vez más complejos empiezan a establecer un diálogo con todos los actores de nuestra producción cultural. Las complejas tecnologías que usamos en la actualidad no se pueden considerar simples herramientas que nos ayudan a sobrepasar ciertas limitaciones, sino que deben entenderse como entornos.

Hoy en día, el espacio virtual forma parte de nuestra experiencia y de nuestra «geografía». Ha introducido algunos conceptos nuevos y ha desplazado ciertos límites estables, que hemos tenido que aprender a abordar. Hemos aprendido cuáles son los nuevos medios (Manovich, 2001) y qué significa ser virtual (Lévy, 2001). Los términos *cultura digital*, *cultura virtual*, *cultura electrónica*, etc. son relativamente nuevos y hoy se usan ampliamente en la bibliografía científica y popular. Investigadores de diferentes disciplinas han examinado el impacto de estos nuevos medios en diferentes aspectos sociales del espacio virtual y la esfera real. Aunque están interrelacionadas, ya que ambas enmarcan nuestra experiencia, las esferas real y virtual solían estar claramente delimitadas, pero a medida que las tecnologías digitales continúan avanzando hacia la miniaturización, incorporando elementos basados en TIC en nuestro ambiente,³ los límites ya no están tan claros. Se está produciendo otro cambio: nuestra experiencia con las tecnologías digitales se está desplazando del primer plano virtual al trasfondo material. Así, más que ser no real, la virtualidad empieza a adoptar el significado de un aspecto tácito de la realidad material (Hawk *et al.*, 2008). Esto significa que la realidad también se ha transformado en un espacio de información en el cual los objetos materiales se han convertido en objetos mediáticos, ya que potencialmente pueden convertirse en información que fluye a través de las redes globales. Términos como *inteligencia ambiental*, *computación ubicua* y el *internet de las cosas* se han incorporado recientemente a las discusiones sobre cultura digital, lo que indica que la cultura y la cultura digital evolucionan y se interrelacionan cada vez más a medida que enmarcan nuestras experiencias —cada

3. Los GPS, los RFID y los teléfonos móviles son algunos ejemplos de este cambio en que la capa de información está insertada en nuestro mundo material.



<http://digithum.uoc.edu>

La cultura digital, un paradigma convergente donde se unen la tecnología...

vez más cerca la una de la otra. El sector cultural está buscando un nuevo *modus operandi* en estas nuevas condiciones marcadas por los procesos de convergencia, que, como la cultura digital, permiten que los cambios se sitúen en un primer plano.

Convergencia, la realidad conectada y la posición de los usuarios: desafíos para el sector cultural

Las tecnologías digitales, en combinación con la infraestructura de red distribuida por internet, han permitido amplios cambios en todos los aspectos de nuestra vida y de nuestro trabajo.⁴ El moderado precio de los ordenadores y de las conexiones en red ha comportado la reducción de los costes de producción y de distribución y la disponibilidad de nuevos canales de comunicación y de entrega. El espacio virtual tiene menos límites y unas características diferentes que el espacio real. La digitalización ha facilitado el proceso de convergencia de medios. Cuando, mediante una única tecnología digital, las industrias de medios, telecomunicaciones e informática, previamente separadas, pudieron hacer cosas para las cuales anteriormente necesitaban diferentes herramientas analógicas, cambiaron las limitaciones a las cuales se enfrentaban en sus actividades en el mundo real. Esto significa que la convergencia es algo más que un simple cambio de tecnología, ya que afecta a los cambios que configuran las relaciones de una sociedad. Jenkins (2006, pág. 17) señala que la convergencia altera las relaciones entre tecnologías, industrias, mercado, género y públicos existentes. La convergencia altera la lógica con la cual operan las industrias mediáticas y la lógica con la cual los consumidores de medios procesan noticias y entretenimiento.

La convergencia ha permitido que se produzcan diferentes procesos económicos y sociales. Por una parte, tras haber eliminado los límites físicos entre los diferentes medios en el entorno digital, las industrias culturales y de medios tienen asegurado un flujo estable de contenidos entre diferentes plataformas, de manera que económicamente la fusión tenía sentido. La tendencia a la concentración de la propiedad de los medios en la sociedad actual está en expansión continua. Las industrias culturales y mediáticas ejercen una poderosa influencia en múltiples esferas públicas, lo que, en cierto modo, permite dar forma a la realidad popular, pero según Deuze, con un objetivo deliberado de vender el público como demografía objetivo a los anunciantes (Deuze, 2007). Por otra parte, el entorno digital conecta o facilita la participación de

los usuarios en la esfera digital. Según Deuze (2007, pág. 247), parece que las mismas tecnologías de la comunicación que permiten interactividad y participación promueven el afianzamiento y el crecimiento de un sistema corporativo de medios globalizado, del cual se puede decir cualquier cosa menos que es transparente, interactivo o participativo. Esta situación también puede leerse a la inversa y podría decirse que las redes digitales brindan diversas plataformas alternativas para la comunicación, lo que cambia la posición de los medios de comunicación masivos tradicionales y modera su poder. Hoy en día, con la inmensa cantidad de información disponible en internet, el usuario interesado puede encontrar una diversidad de perspectivas sobre cualquier tema que aparezca en Google. Esta información procede de múltiples fuentes –los medios tradicionales, el sector lucrativo, las ONG, la comunidad de investigadores, los sectores culturales y educativos, etc.

Esta diversidad de información y perspectivas es producto de lo que Benkler (2006) denomina *la economía de la información en red*, en la cual la producción y el intercambio por grupos desempeñan un papel importante. Benkler sugiere que una de las mayores implicaciones de la economía de la información en red es el cambio experimentado al pasar de una esfera pública sometida a la comunicación masiva a una esfera pública en red, en la cual muchas más personas pueden comunicar sus puntos de vista y sus observaciones a muchas otras personas, lo que implica que las capacidades prácticas de las personas han mejorado en el entorno digital en red. Todo el mundo puede participar con sus críticas y preocupaciones en los debates activos, elaborar y publicar información en *blogs* y páginas web de producción propia, o contribuir a proyectos de producción en grupo a gran escala (Wikipedia). Dicha situación también modifica la posición del sector cultural. En la explosión de información y comunicación disponible que tiene lugar en el entorno digital en red puede encontrarse información sobre cultura en muchas y diferentes fuentes –tanto de aficionados como de expertos– y las organizaciones culturales han visto que tienen que competir para captar la atención de los usuarios y tienen que tener en cuenta los cambios de hábitos y sus expectativas.

Con herramientas accesibles listas para ser utilizadas, los usuarios comenzaron a emplearlas de diferentes maneras y así surgieron nuevas prácticas. La cultura digital es una cultura participativa en la cual los usuarios no sólo consumen información, sino que contribuyen a ella de distintas formas. Este cambio se ha hecho especialmente visible recientemente, cuando la web 2.0 o el *software* social han pasado a ser un fenómeno prominente. *Blogs*, *wikis*, sitios de redes sociales, webs de intercambio de fotografía y vídeo y varios servicios *peer-to-peer* [‘de igual a igual’] son ejemplos

4. El rápido crecimiento de internet, en número de usuarios, disponibilidad de información y servicios a los que se puede acceder, indica la importancia de las actividades que tienen lugar en el dominio virtual. Según los datos de www.internetworldstats.com (30 de junio de 2009), actualmente hay unos 1.670 millones de usuarios de internet en todo el mundo, lo que se traduce en cerca del 25% del total de la población mundial. Según la misma fuente, el crecimiento de usuarios entre 2000-2009 ha sido del 362,3%. Un crecimiento tan rápido conlleva cambios muy rápidos y no es fácil evaluar las tendencias pasadas ni predecir las futuras.



<http://digithum.uoc.edu>

La cultura digital, un paradigma convergente donde se unen la tecnología...

muy populares de esta tendencia. Estas plataformas participativas presentan poderosos espacios en red para la (re)construcción de la vida social, en la cual las motivaciones sociales, políticas y culturales prevalecen frente a otras basadas en el mercado. Según Benkler (2006, pág. 60) en la economía de la información en red, las formas de producción en grupo basadas en la comunidad y no en el mercado tienen un papel más importante que en la economía de la información industrial, ya que las condiciones para la producción de información son muy amplias y posibilitan nuevas modalidades de organización productiva: radicalmente descentralizadas, colaborativas y sin derechos de propiedad; basadas en el intercambio de recursos y resultados entre personas ampliamente dispersas y libremente conectadas, que cooperan mutuamente sin depender de las indicaciones del mercado ni de órdenes administrativas.

Esta producción social presenta nuevas fuentes de competencia para las industrias culturales en la «creación» de bienes de información. Es importante que el sector cultural entienda el nuevo contexto en el cual los usuarios son a la vez competidores y cocreadores de información cultural. La plena comprensión de las oportunidades que presenta la producción social contribuiría al establecimiento de relaciones de refuerzo mutuo con instituciones del sector cultural, ya que la producción social está creando nuevas fuentes de insumos, nuevas expectativas, hábitos y gustos, así como nuevas oportunidades de producción. Como sostiene Benkler, los consumidores están pasando a ser usuarios –más activos y productivos que los consumidores en la economía de la información industrial (Benkler, 2006, pág. 126). En este contexto, los profesionales de la cultura se encuentran en una situación en que más o menos comparten el control con sus usuarios y deben encontrar los medios apropiados para adaptar sus prácticas de trabajo y redefinir sus actividades.

Redes digitales: herramientas de comunicación y cooperación para los profesionales culturales

Hoy en día, todos trabajamos en condiciones de red. Todos usamos internet y todos somos miembros de diferentes redes culturales. La cultura actual de internet parece ser la cultura dominante, en la cual es más fácil lograr una movilización social usando las herramientas de red. A medida que los artistas, investigadores y profesionales de la cultura quedan atraídos por el paradigma de las redes, debemos preguntarnos qué ocurre cuando las redes pasan a ser la fuerza impulsora de nuestras actividades diarias. ¿Cuáles son las herramientas apropiadas para la colaboración que puede

usar el sector cultural? ¿Pueden las redes brindar un espacio para el intercambio y la producción del conocimiento sostenible?

El impacto de las tecnologías digitales ha tenido un efecto transformador en todos los aspectos de la cultura, en línea y fuera de línea. Es un paisaje que cambia continuamente, en el cual hemos de tener claro qué queremos hacer y para quién. En muchos sentidos, el sector cultural se encuentra aún al inicio del viaje de explotación y de uso de estas tecnologías. Aun así, no puede quedarse al margen si quiere mantener el contacto con sus usuarios. Comentando los cambios que ha provocado la cultura digital, Paul Graham, en su artículo «Post-medium Publishing»⁵, afirma: «Cuando ves algo que está aprovechando la nueva tecnología para darle a la gente lo que quiere y no tenía antes, probablemente estás viendo a un ganador. Y cuando ves algo que simplemente está reaccionando ante la nueva tecnología intentando preservar una fuente de ingresos existente, probablemente estás viendo a un perdedor». Por eso es importante que el sector cultural entienda ambos casos: las posibilidades de las redes y las motivaciones y los intereses de los usuarios.

El sector cultural es el ámbito que custodia y transmite nuestra memoria cultural registrada en diferentes formas (literatura, artes plásticas, música, etc.). Para mantenerla culturalmente viva (es decir, para que no caiga en el olvido), debe comunicarse al público y el público tiene que ser capaz de apropiarse de este contenido y usar las referencias relacionadas en los procesos de comunicación y creación. Uno de los aspectos fundamentales de nuestra memoria cultural es el acceso a la cultura. Debemos ser conscientes de que las vías de acceso y de participación están cambiando constantemente y de que las redes digitales brindan hoy nuevas oportunidades que el sector cultural debería aprovechar. Aunque las instituciones culturales clásicas son importantes para acceder a los servicios culturales, debemos reconocer y apoyar nuevas vías de acceso al público cultural que hoy se incorpora a la experiencia cultural que se desarrolla en el entorno en línea (principalmente fuera de los recursos virtuales del sector cultural). Es evidente que están emergiendo nuevas prácticas a partir de las posibilidades que ofrecen las redes digitales. El sector cultural no puede hacer caso omiso de los cambios. Los usuarios han cambiado los hábitos, las expectativas y las prácticas, por lo cual las instituciones culturales también deben ajustarse al funcionamiento conectado en red.

Aprovechar el ambiente de red digital para llegar al público no significa simplemente anunciar nuestros eventos culturales en línea, sino mejorar nuestras experiencias culturales fuera de la red y diseminar el contenido cultural mediante los distintos formatos que los usuarios emplean hoy en la red. El lanzamiento de The Commons en Flickr⁶ en 2008 es un ejemplo de cómo las instituciones de patrimonio cultural han puesto sus colecciones

5. Véase P. Graham (2009).

6. Véase: <www.flickr.com/commons/>.



<http://dighum.uoc.edu>

La cultura digital, un paradigma convergente donde se unen la tecnología...

fotográficas en el dominio virtual de una forma completamente innovadora: usando una web de intercambio de fotografías y permitiendo al público interactuar con la colección y agregarle valor (y de este modo, conectar a las personas y sus experiencias con el contenido cultural en línea). Al permitirles cruzar la frontera de una determinada colección o institución, los usuarios pueden acceder al conjunto de The Commons en Flickr de la manera que deseen: pueden hojear los contenidos, agregar etiquetas o comentarios, restaurar fotografías y compartir mediante otras redes el contenido que más les guste y quieran comentar con los demás. De esta manera, el patrimonio no queda encerrado en los archivos de las instituciones culturales, sino que se difunde y amplía la visibilidad de las colecciones originales.

No parece gran cosa que las colecciones fotográficas de varias instituciones culturales estén disponibles fuera de los sitios web de las mismas –en un sitio de intercambio de fotografías– y que puedan abrirse para agregar etiquetas o comentarios de los usuarios y para compartir el contenido con los demás. Pero aún hay muchas instituciones culturales que luchan para permitir que los usuarios interactúen con el contenido que tienen en su depósito y puedan compartirlo con los demás. El *sharism* ['intercambio'] es un nuevo fenómeno que surgió cuando el entorno de red presentó nuevas oportunidades a los usuarios. En la actualidad, la aparición de redes sociales en combinación con las tecnologías móviles ejercen un gran impacto en cómo se intercambia la información y se construye el conocimiento. El contenido cultural debe formar parte de este proceso de intercambio y de comunicación para seguir adaptándose a la definición citada al principio de este artículo: «la cultura es memoria, memoria colectiva, y depende de la comunicación para su creación, evolución y preservación». Por esta razón el sector cultural debería trasladar sus contenidos allí donde la gente está en línea (redes sociales, sitios de intercambio de fotografía o video, etc.) y aprovechar las oportunidades que surgen en el contexto de las redes digitales. Esto no significa abandonar las webs institucionales, sino ampliar su alcance usando el acceso a la red y reconociendo que el impacto que puede obtenerse por medio de una red sobrepasa el impacto de cualquier nodo único en la red (Barabási, 2003). Significa que las instituciones culturales no deben esperar que los usuarios visiten sus sitios web, sino llamarles la atención en los sitios de internet que ya visitan.

Conclusión

Las redes digitales han planteado nuevos desafíos: permiten un fácil intercambio de información y de cooperación y obligan a cumplir sistemas de control más comprimidos para el acceso a la información y a las mercancías culturales. Están surgiendo nuevas prácticas en el contexto digital. La cultura digital de hoy enmarca la experiencia del mundo que nos rodea y nos brinda un conjunto

complejo de herramientas para organizar nuevas relaciones de interacción de la información y de la cultura local y global. En otras palabras, la tecnología presenta las herramientas que usamos en el trabajo, pero también define el entorno en el cual vivimos. Hacer caso omiso del cambio de contexto alejaría al sector cultural de sus usuarios, que han seguido avanzando en las prácticas, las expectativas y los hábitos. Las redes digitales han creado condiciones de posibilidad que sugieren algunos futuros posibles. El futuro del desarrollo cultural estará determinado por la finalidad con que se use la cultura digital: bien para facilitar la comunicación intercultural y crear recursos de conocimiento que podamos intercambiar y a los que podamos contribuir, bien para llevar a cabo actividades basadas en el mercado y con fines lucrativos que refuercen el control sobre el conocimiento y la información. La cultura puede obtener nuevas oportunidades en este nuevo contexto y brindar a los usuarios la posibilidad de actuar como ciudadanos activos y no sólo como consumidores.

Bibliografía

- BARABÁSI, A. (2003). *Linked*. Londres: Penguin Group. (A Plume Book).
- BENKLER, Y. (2006). *The Wealth of Networks: how social production transforms markets and freedom*. New Haven/ Londres: Yale University Press.
- BOYD-BARRET, O. (2004). «U.S. Global Cyberspace». En: D. SCHULER, P. DAY (eds.). *Shaping the Network Society: the New Role of Civil Society in Cyberspace*. Cambridge / Londres: The MIT Press. Pág. 19-42.
- CAREY, J. W (1992). *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Nueva York / Londres: Routledge.
- DASCAL, M. (2006). «Digital Culture: Pragmatic and Philosophical Challenges». *Diogenes*. Vol. 53, n.º 3, pág. 23-39.
- DEUZE, M. (2007). «Convergence culture in the creative industries». *International Journal of Cultural Studies*. Vol. 10, n.º 2, pág. 243-263.
- FORESTA, D.; MERGIER, A.; SEREXHE, B. (1995). *The new space of communication, the interface with culture and artistic activities*. Estrasburgo: Consejo de Europa.
- GERE, C. (2002). *Digital Culture*. Londres: Reaktion Books.
- GRAHAM, P. (2009). «Post-medium Publishing» [artículo en línea]. [Fecha de consulta, septiembre de 2009]. <www.paulgraham.com/publishing.html>
- HAMELINK, C. (2003). «Human Rights for the Information Society». En: G. GIRARD, S.Ó. SIOCHRÚ (eds.). *Communicating in the Information Society*. Ginebra: UNRISD. Pág. 121-163. [Fecha de consulta, mayo de 2006]. <[http://www.unrisd.org/unrisd/website/document.nsf/\(httpPublications\)/5DCA28E932BB8CFDC1256E240029A075?OpenDocument](http://www.unrisd.org/unrisd/website/document.nsf/(httpPublications)/5DCA28E932BB8CFDC1256E240029A075?OpenDocument)>



<http://digithum.uoc.edu>

La cultura digital, un paradigma convergente donde se unen la tecnología...

HAWK, B.; RIEDER, D. M (2008). «On Small Tech and Complex Ecologies». En: *The Culture and Digital Tools*. Minneapolis / Londres: University of Minnesota Press.

JENKINS, H. (2006). *Convergence Culture: where old and new media collide*. Nueva York / Londres: New York University Press.

LÉVY, P. (2001). *Cyberculture*. Electronic Mediation Series. Vol. 4. University of Minnesota Press.

LISTER, M.; DOVEY, J.; GIDDINGS, S. [et al.] (2009). *New Media: a critical introduction*. Londres / Nueva York: Routledge

MANOVICH, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press.

PASQUALI, A (2003). «A Brief Descriptive Glossary of Communication and Information Aimed at Providing Clarification

and Improving Mutual Understanding». En: G. GIRARD, S.Ó. SIOCHRÚ (eds.). *Communicating in the Information Society*. Ginebra: UNRISD. Pág. 195-223. [Fecha de consulta, mayo de 2006].

<[http://www.unrisd.org/unrisd/website/document.nsf/\(httpPublications\)/5DCA28E932BB8CFDC1256E240029A075?OpenDocument](http://www.unrisd.org/unrisd/website/document.nsf/(httpPublications)/5DCA28E932BB8CFDC1256E240029A075?OpenDocument)>

UZELAC, A. (2008). «How to understand digital culture: Digital Culture – a resource for a knowledge society». En: A. UZELAC, B. CVJETIČANIN (eds.). *Digital Culture: The Changing Dynamics*. Zagreb: Institute for International Relations. Pág. 7-21.

<www.culturelink.hr/publics/joint/digicult/digital_culture-en.pdf>

CITA RECOMENDADA

UZELAC, Aleksandra (2010). «La cultura digital, un paradigma convergente donde se unen la tecnología y la cultura: desafíos para el sector cultural» En: Pau ALSINA (coord.). «De la digitalización de la cultura a la cultura digital» [dossier en línea]. *Digithum*. N.º 12. UOC. [Fecha de consulta: dd/mm/aa]

ISSN 1575-2275

<<http://digithum.uoc.edu/ojs/index.php/digithum/article/view/n12-uzelac/n12-uzelac-esp>>



Esta obra está sujeta a la licencia **Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas 3.0 España** de Creative Commons. Puede copiarla, distribuirla y comunicarla públicamente siempre que cite su autor y la revista y la institución que la publican (*Digithum*; FUOC), no la utilice para fines comerciales y haga con ella obras derivadas. La licencia completa se puede consultar en: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/deed.es/>.



<http://digithum.uoc.edu>

La cultura digital, un paradigma convergente donde se unen la tecnología...



Aleksandra Uzelac

Instituto para las Relaciones Internacionales (Zagreb, Croacia)

auzelac@irmo.hr

Ulica Ljudevita Farkaa Vukotinovića 2

P.O. Box 303

10000 Zagreb

Croatia

Jefa del Departamento de Cultura y Comunicación del Instituto para las Relaciones Internacionales (IMO) en Zagreb, Croacia. Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad de Zagreb en 2003.

En base a su investigación sobre prácticas culturales concretas, sus intereses se han desarrollado hacia el impacto de las TIC en temas culturales, redes virtuales y portales, digitalización de la cultura y el contexto cambiante de las políticas culturales hacia la cultura virtual. Sus intereses se centralizan en los impactos de la globalización y la comercialización de la sociedad y la esfera virtual en la diversidad cultural. Los resultados de su investigación se han publicado en libros y revistas científicas en Croacia y en el extranjero. En 2008 coeditó el libro *Digital Culture: The Changing Dynamics* (<<http://www.culturelink.hr/publics/joint/index.html#digicult>>)

Aleksandra Uzelac ha combinado sus actividades de investigación con iniciativas prácticas dirigidas al desarrollo de la cultura virtual en Croacia y en 2000 inició el proyecto www.culturenet.hr, un portal cultural nacional de Croacia. Es miembro de la red Culturelink (<www.culturelink.org>) y forma parte de su equipo editorial desde 1993. Desde 2006 es miembro del comité ejecutivo de la red Culturemondo (<www.culturemondo.org>).

Más información sobre la autora en: <www.connectcp.org/AleksandraUzelac>.

