

**Trabajos, Comunicaciones y Conferencias**

## **La cultura de los datos**

Actas del II Congreso Internacional de la Asociación  
Argentina de Humanidades Digitales

*Gimena del Río Riande*  
(coordinadora)



**FaHCE**  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y  
CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
DE LA PLATA

  
**UNR**  
EDITORIA



# **La cultura de los datos**

**Actas del II Congreso Internacional de la Asociación  
Argentina de Humanidades Digitales**

*Rosario, noviembre 2018*

Gimena del Rio Riande  
*(Coordinadora)*

Gimena del Rio Riande, Romina De León, Gabriel Calarco,  
Gabriela Striker, Lucía Cantamutto, Natalia Corbellini,  
Irene Mangiarotti  
*(Editores)*

**FaHCE**  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y  
CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
DE LA PLATA

  
**UNR**  
EDITORA

2019

Esta publicación es resultado del II Congreso Internacional de la AAHD: Humanidades Digitales. La Cultura de los Datos, realizado en Rosario del 7 al 9 de noviembre de 2018.

Edición: Libros de la FaHCE

Diseño: D.C.V. Celeste Marzetti

Tapa: D.C. V. Daniela Nuesch

Editora por Prosecretaria de Gestión Editorial y Difusión

Natalia Corbellini

Queda hecho el depósito que marca la Ley 11.723

©2019 Universidad Nacional de La Plata – Universidad Nacional de Rosario

ISBN 978-950-34-1840-6

Colección Trabajos, Comunicaciones y Conferencias, 42

---

**Cita sugerida:** Del Río Riande, G. (Coord.). (2019). *La cultura de los datos: Actas del II Congreso Internacional de la Asociación Argentina de Humanidades Digitales (2018 : Rosario)*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación ; Rosario: Universidad Nacional de Rosario. (Trabajos, comunicaciones y conferencias ; 42). Recuperado de <https://libros.fahce.unlp.edu.ar/index.php/libros/catalog/book/153>

---



Licencia Creative Commons 4.0.

**Universidad Nacional de La Plata**  
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

**Decana**

Ana Julia Ramírez

**Vicedecano**

Mauricio Chama

**Secretario de Asuntos Académicos**

Hernán Sorgentini

**Secretario de Posgrado**

Fabio Espósito

**Secretaria de Investigación**

Laura Rovelli

**Secretario de Extensión Universitaria**

Jerónimo Pinedo

**Prosecretario de Gestión Editorial y Difusión**

Guillermo Banzato

## **Asociación Argentina de Humanidades Digitales**

### **Presidenta**

Gimena del Rio Riande

### **Vicepresidenta**

Virginia Brussa

### **Secretario**

Gustavo Navarro

### **Tesorero**

Gonzalo Arzuaga

### **Vocal 1**

Sofía Alamo

### **Vocal 2**

Bernie Torres

### **Vocal 3**

Silvia Enriquez

### **Vocal 4**

Andrés Olaizola

# Índice

<a href="#">PRELIMINARES</a> .....	11
<a href="#">La cultura de los datos y los datos como cultura en las Humanidades Digitales</a> <i>Gimena del Rio</i> .....	13
<a href="#">Deriva de un laboratorio pop-up de Humanidades Digitales: su irrupción en Rosario</a> <i>Virginia Brussa</i> .....	21
<a href="#">De la Galaxia Gutenberg a la Cultura Data-Driven: la cultura de los datos conducidos</a> <i>Juan José Mendoza</i> .....	29
<a href="#">REFLEXIONES SOBRE Y DESDE LO DIGITAL</a> .....	39
<a href="#">Documentos-Imagen: La lectura de la historia chilena reciente a partir de las disposiciones visuales de los archivos desclasificados</a> <i>María Cecilia Olivari</i> .....	41
<a href="#">Lectura distante y visualización de textos en Arqueología. Ensayo preliminar</a> <i>Daniela N. Ávido y Marcelo Vitores</i> .....	53
<a href="#">Nono na di meno and its traveling signifiers in a feminism without borders</a> <i>Tommaso Trilló</i> .....	67
<a href="#">Aproximaciones digitales a la reconstrucción de la historia de los públicos cinematográficos de Buenos Aires</a> <i>Alejandro Kelly Hopfenblatt y Sonia Sasianin</i> .....	89
<a href="#">El ciberespacio y los nuevos horizontes para la Antropología</a> <i>Martín Caruso</i> .....	101

<a href="#"><u>La Traducción en la Era digital</u></a>	
<i>Agustina Casero, María Sara Loose y María Gabriela Piemonti</i>	115
<a href="#"><u>MIRA: Microscopía y realidad aumentada, la aventura de descubrir y comprender lo que no se ve</u></a>	
<i>Patricia Silvana San Martín y Martina Ávalos</i>	129
<a href="#"><u>El juego como espacio creativo en ciencia ciudadana</u></a>	
<i>María Julieta Lombardelli</i>	147
<a href="#"><u>ACCESO ABIERTO, GESTIÓN Y PRESERVACIÓN DE DATOS</u></a>	155
<a href="#"><u>Centro de estudios en Arte y Contemporaneidad (AC): Memoria y Archivo abierto en la producción de conocimiento académico contemporáneo</u></a>	
<i>Roberto Echen, Anabel Solari, Clara López Verrilli, Georgina Ricci, Rocío Blati, Gastón Miranda y Gabriela Galassi</i>	157
<a href="#"><u>La institucionalización del acceso abierto en la Universidad Nacional de Rosario</u></a>	
<i>Paola Carolina Bongiovani, Claudia Voras y Alejandro Pérez Bigot</i>	163
<a href="#"><u>Acciones orientadas a potenciales planes de gestión de datos de investigación en la UNAM</u></a>	
<i>Nélida E. García, Susana E. Jaroszczuk y Horacio R. Picaza</i>	175
<a href="#"><u>A importância de preservação do documento digital para o acesso à informação: Um estudo sobre o programa nacional de gestão documental e memória do Poder Judiciário Brasileiro</u></a>	
<i>Carla Maria Martellote Viola, Anna Cristina Brisola y Nathália Lima Romeiro</i>	199
<a href="#"><u>Memória digital, recuperação de informação e conectividade</u></a>	
<i>Antonio Paulo Caarretta</i>	217
<a href="#"><u>Archivos, memoria y Universidad. Programa de preservación documental, investigación, formación y extensión “La Facultad de Humanidades y Artes: Historia, Memoria y Política”</u></a>	
<i>Carolina Zoppi</i>	223



<a href="#"><u>El proyecto de digitalización de las revistas INCIPIT:</u></a>	
<a href="#"><u>Comentarios sobre su primera etapa</u></a>	
<i>Gabriela Edith Striker, Agustina Miguens</i> <i>y Ileana Betsabé Campagno Pizarro</i> .....	227
<a href="#"><u>Estudio de migración y preservación de registros sonoros</u></a>	
<i>Adriana Notta, Gabriel Data, Pablo Miechi y Guillermo Jardón</i> .....	253
<a href="#"><u>Una experiencia comunitaria aplicando las TIC a la gestión y publicación de datos científicos</u></a>	
<i>Ricardo Pluss</i> .....	261
<a href="#"><u>DATOS ABIERTOS, GRANDES DATOS, DATOS</u></a> .....	273
<a href="#"><u>A pesquisa em dados abertos governamentais como parte do processo de fortalecimento da democracia no Brasil</u></a>	
<i>José Antonio da Silva y Lucia Maria Velloso de Oliveira</i> .....	275
<a href="#"><u>Problemas en el acceso e interpretación de datos: un recorrido sobre los intentos de análisis antropológicos de las redes sociales colaborativas</u></a>	
<i>Mercedes González Bracco y Linda Kotschack</i> .....	289
<a href="#"><u>Hacer y pensar con datos masivos. Construyendo el andamiaje empírico para el desarrollo de nuevas habilidades</u></a>	
<i>Carolina Gruffat y María Fernanda Martínez</i> .....	299
<a href="#"><u>CREACIÓN DIGITAL Y TRANSMEDIA</u></a> .....	315
<a href="#"><u>El Gualeguay. Una experiencia de creación electroacústica</u></a>	
<i>Claudio Lluán; Gabriel Data, Sergio Santi, Alexis Parerelycia</i> <i>y Guillermo Jardón</i> .....	317
<a href="#"><u>De una comunicación en red a una socialidad moldeada por plataformas</u></a>	
<i>Silvana Comba, Edgardo Toledo, Luciano Duyos y Sebastián Strá</i> .....	329
<a href="#"><u>Ciberliteratura. ¿Moda o cambio de paradigma en la lectura y la creación literaria?</u></a>	
<i>Valeria Colella</i> .....	343

<a href="#"><u>Transmedialidad y apropiacionismo en narrativas tecnológicas hispánicas del siglo XXI</u></a>	
<i>Andrés Olaizola</i> .....	359
<a href="#"><u>Escritura digital y régimen de la metáfora: Shannon ante Jakobson</u></a>	
<i>Ricardo Viscardi</i> .....	373
<a href="#"><u>Artes de hacer en la Era Youtube. El videotutorial como emergente de la cultura participativa</u></a>	
<i>Sofía B. Alamo</i> .....	383
<a href="#"><u>RECURSOS EDUCATIVOS PARA LAS HD</u></a> .....	415
<a href="#"><u>Lectura y escritura aumentadas: Google drive como ambiente propicio para la escritura colaborativa y democrática en la universidad</u></a>	
<i>María Dolores Orta González, María Marcela González de Gatti y Cristian Andrés Cardozo</i> .....	417
<a href="#"><u>La edad Media en la web: uso y recursos para el estudio de lo medieval</u></a>	
<i>Jorge Rigueiro García y Gerardo Rodríguez</i> .....	431
<a href="#"><u>La comunidad de práctica virtual Docentes en línea (DEL): Puente(s) entre audiencias globales multiculturales y multidisciplinares</u></a>	
<i>Sandra Beatriz Gargiulo y María Florencia Gómez</i> .....	443
<a href="#"><u>CSOUND–TUTORIAL: Un nuevo recurso pedagógico en línea</u></a>	
<i>Guillermo Senna1</i> .....	461
<a href="#"><u>Algunos efectos cognitivos y subjetivos de estar conectados a internet y poder realizar búsquedas</u></a>	
<i>Daniel Guevel</i> .....	473
<a href="#"><u>Creación colaborativa de recursos educativos abiertos con Voicethread y Genial.Ly para la práctica de la transcripción fonéticaa partir del dictado en la Universidad</u></a>	
<i>María Dolores Orta González, Rafael Santos Raspanti y Cristian Andrés Cardozo</i> .....	483

## PRELIMINARES

---



# La cultura de los datos y los datos como cultura en las Humanidades Digitales

*Gimena del Rio Riande<sup>1</sup>*

La consolidación de la world wide web durante la década del 90, en tanto espacio para publicar y difundir contenidos, comenzó sentirse con fuerza en el campo de la Informática Humanística con el advenimiento del siglo XXI. Las primeras bases de datos en CD-Rom y las llamadas ediciones hipertextuales o electrónicas acataron para entonces el paradigma web. Dos proyectos señeros para nuestro campo, el Index Thomisticus –que ya se había reinventado de la tarjeta perforada al disco– y el World of Dante, se transformaron en iniciativas escalables, accesibles y consultables en línea (del Rio Riande, 2015). Entre otras muchas cosas, en el campo de la investigación académica las tecnologías digitales crearon nuevos objetos y espacios culturales, nuevas formas de estructurar, ver y (re)usar el conocimiento, y nuevas formas de colaboración y autoría (Klinenberg, 2005). Indudablemente, este nuevo contexto facilitó el salto de la Informática Humanística a las Humanidades Digitales (Schreibman et al, 2004).

Como bien dan cuenta los proyectos antes nombrados, el uso de herramientas computacionales en las Humanidades no es algo nuevo; no obstante, la disponibilidad masiva de datos y artefactos que trajo consigo el giro digital abrió nuevos enfoques para su investigación y enseñanza, poniendo de relieve un elemento que siempre estuvo presente pero que por mucho tiempo pasó desapercibido para los humanistas: los datos. Las palabras de Roberto Busa, recapitulando su trabajo con el Index Thomisticus hacia el año 2004, lo dejan claro:

---

<sup>1</sup>IIBICRIT-HDCAICYT Lab (CONICET) [gdelrio@conicet.gov.ar](mailto:gdelrio@conicet.gov.ar)



A la izquierda, Busa trabajando en el Index Thomisticus en el año 1965. Fuente: Cael. A la derecha, landing page del proyecto World of Dante. Fuente: <http://www.worldofdante.org/>

In the course of the past sixty years I have added to the teaching of scholastic philosophy, the processing of more than **22 million words in 23 languages and 9 alphabets**, registering and classifying them with my teams of assistants (Busa, 2004, el énfasis es mío).<sup>2</sup>

Lo que el jesuita resaltaba en su proyecto se cristalizaría años más tarde en nuestro campo a través de las teorías cuantitativas o macro-analíticas de Moretti (2005) o Jockers (2013), entre otros: las máquinas pueden procesar y leer por los humanos, pero solo estos últimos pueden resignificar los datos. Bien es verdad que los datos de investigación en Humanidades son siempre complejos, recogidos y/o generados (un trabajo propio o una cita, una lectura específica), multilingües, multiformato (anotaciones, comentarios, libros, artículos, citas), y pueden ser objetos de estudio y de referencia a la vez (el mismo objeto puede usarse para diferentes fines). Así, los datos de investigación humanística, a diferencia de lo que sucede con las ciencias duras, crean datasets heterogéneos y poseen, muchas veces, una naturaleza interpretativa (del Rio Riande, 2016).

En las Humanidades Digitales la mayor parte de las propuestas o proyectos involucran al usuario en diferentes contextos de exploración, creación, análisis, uso y re-uso, a través de diferentes metodologías y herramientas

---

<sup>2</sup> “En el transcurso de los últimos sesenta años he agregado a la enseñanza de la filosofía escolástica, el procesamiento de más de 22 millones de palabras en 23 idiomas y 9 alfabetos, registrándolos y clasificándolos con mis equipos de asistentes” (la traducción es mía).

que aúnan datos de la más diversa naturaleza. Estos nuevos contextos nos imponen el desarrollo de nuevas competencias, habilidades y técnicas para la comprensión de la información: entender la materialidad de los datos informáticos, su recolección y su gestión se convierte en una competencia ineludible para nuestras investigaciones. Necesitamos reflexionar en términos de datos, de grandes datos, corpus y en cómo leemos los humanos y cómo leen las máquinas o, en palabras de Stephen Ramsay (2011) las *reading machines*.

A las puertas del año 2020, si bien es imposible afirmar que la incorporación de la mirada cuantitativa esté sucediendo del mismo modo en la investigación en Humanidades y Ciencias Sociales alrededor del mundo, surgen múltiples interrogantes sobre las relaciones de la cultura con los datos, discusiones urgentes sobre el sesgo social y cultural de la tecnología, o sobre la erosión de las máquinas de la mirada humana, la subjetividad y la identidad. Al mismo tiempo, nuevas epistemologías van poco a poco construyendo áreas, objetos, métodos y dinámicas de trabajo. Condiciones de posibilidad locales se entrecruzan con debates globales y así surgen unas Humanidades Digitales que, según el rincón del planeta, pueden ser más o menos tecnologizadas, pero que coinciden en la pregunta por la construcción de un nuevo conocimiento, la magnitud de los datos y la necesidad del trabajo colaborativo y de infraestructuras digitales para la investigación.

La cultura de los datos fue el eje que guió las presentaciones y debates del tercer congreso internacional de la Asociación Argentina de Humanidades Digitales (AAHD), que organizamos en la Universidad Nacional de Rosario en el año 2018.<sup>3</sup> El título tiene algo de orgánico y fue gestándose desde los plurales de las primeras jornadas del año 2014 –*Tecnologías, Culturas, Saberes*<sup>4</sup>– y desde las construcciones y contextos que cruzan lo local y lo global en nuestro campo, tema que nos convocó en 2018, apropiándonos de conversaciones de las Global Digital Humanities.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Sitio web del congreso: <https://www.aacademica.org/congreso.aahd2018>

<sup>4</sup> Sitio web y Actas de las jornadas: <https://www.aacademica.org/jornadasaahd>

<sup>5</sup> Sitio web y Actas del congreso: <https://www.aacademica.org/aahd.congreso>



Pósters de los tres congresos de la Asociación Argentina de Humanidades Digitales (AAHD), 2014-2016-2018

La cultura de los datos nos hizo volver sobre los datos como “cuarto paradigma” de la ciencia (Lynch, 2009) y revisar nuestras taxonomías y prácticas, en tanto creadores o usuarios de datos. La cultura de los datos habilitó reflexiones sobre los modos y contextos de circulación y sobre la difusión y preservación de nuestros datos, y hasta nos llevó a imaginar su futuro, ya que –no lo olvidemos– los datos no son ubicuos ni ahistóricos. Nos detuvimos en experiencias, estándares, comunidades e infraestructuras. El mismo congreso fue buena imagen de la frase *data are relata*, o los datos solo tienen sentido si están relacionados con otros datos, fenómenos, procesos, personas, comunidades; los datos solo tienen sentido si están organizados o indexados. Como bien señala Christine Borgman:

Data have no value or meaning in isolation; they exist within a knowledge infrastructure –an ecology of people, practices, technologies, institutions, material objects, and relationships (Borgman, 2015).<sup>6</sup>

De algún modo, las contribuciones en este volumen disparan reflexiones sobre los datos en términos de información y dejan a la luz a los datos como cultura al mostrarnos cómo estos interpelan nuestras prácticas culturales, sociales y materiales.

---

<sup>6</sup> “Los datos no tienen valor o significado de forma aislada; existen dentro de una infraestructura de conocimiento: una ecología de personas, prácticas, tecnologías, instituciones, objetos materiales y relaciones” (la traducción es mía).



Junto con estas observaciones, en el caso de Argentina las Humanidades Digitales y sus datos son y deben ser por default abiertos. Hago hincapié en esto, ya que las Digital Humanities más globales solo piensan en el concepto de apertura en tanto elección dentro de un workflow que puede ser abierto, híbrido o propietario. Sula (2012), por ejemplo, es muy claro al hablar de: “Ciberestructuras no transparentes, lenguajes de marcado, herramientas GIS y visualización de datos, plataformas de repositorios y análisis de datos, y los datos enlazados” que son los que hoy “permiten actual escenario de las Humanidades Digitales”, pero nada dice de la naturaleza (¿abierta, cerrada, libre, propietaria?) de las infraestructuras o de los datos.

En nuestro país, la ley 26.899 de creación de repositorios digitales institucionales de acceso abierto y gratuito a publicaciones científicas y datos marcó un hito fundamental que impregna el trabajo de nuestras Humanidades Digitales.<sup>7</sup> Si en Argentina y la mayor parte de la región la investigación se financia principalmente con fondos públicos y se realiza, en su mayor parte, en instituciones de investigación y universidades públicas; si nuestros repositorios son públicos y abiertos, nuestros datos de investigación en Humanidades Digitales y nuestros “entregables”, desde artículos a proyectos y software, no pueden ser cerrados (del Rio Riande, 2019). Sumo a ello un hecho particularmente interesante para la historia de los cambios tecnológicos en la investigación científica, que es que, durante la década del 90, momento en el que la Informática Humanística comienza a abrir sus contenidos en la web, surgen también las primeras revistas online, difundidas a través del correo electrónico, como por ejemplo *The Public-access Computer Systems Review*. Y es asimismo en el siglo XXI, con las tecnologías web ya reinas de internet, cuando se inicia un verdadero movimiento internacional en torno al acceso abierto. A las imposiciones de las editoriales en políticas de acceso y distribución comienza a hacerles frente internet y la libertad que supone la web para distribuir y compartir la información (Melero, 2005). Y hoy día es la Ciencia Abierta la que, al igual que las Humanidades Digitales, levanta la bandera de lo digital y de la colaboración para una investigación abierta:

Open Science represents a new approach to the scientific process based on cooperative work and **new ways of diffusing**

---

<sup>7</sup> La ley se falló el mismo año en el que propuse la creación de la Asociación Argentina de Humanidades Digitales.

**knowledge by using digital technologies and new collaborative tools.**<sup>8</sup> (European Commission, 2016, p. 33, el énfasis es mío).

En 2014 cerró las Primeras Jornadas de Humanidades Digitales Mela Bosch, que era para ese entonces la directora del CAICYT. Las reflexiones de su magnífica plenaria, “Cónvaco y convexo: Documentación y Humanidades Digitales, punto de inflexión” (2014), aún resuenan en este congreso sobre la cultura de los datos. Junto con Chomsky, Foucault y Briet, Bosch trajo a nuestros oídos a Paul Otlet y Henri La Fontaine y su proyecto de recopilación y clasificación de toda la información del mundo. Ambos estaban convencidos de que facilitar la suma de todo el conocimiento a la humanidad llevaría a alcanzar la paz mundial y que esto solo se lograría a través de la clasificación y la sistematización de todos los datos posibles. Como derivación de este proyecto, Otlet comenzó a pensar en el *Mundaneum*, un repertorio exhaustivo de todo lo que el ser humano piensa y realiza dentro del mundo de la investigación científica y la creación social. Este congreso es también buena muestra de que la idea de *Mundaneum* no ha perdido vigencia, resignificándose en el acceso abierto, en el Big data y en la cultura de los datos y nuestra voluntad por sistematizar, comprender, clasificar y usar los datos para construir conocimiento.



Panthotheca Mundaneum. Fuente: <https://www.anfrix.com/2019/08/mundaneum-la-wikipedia-de-principios-del-siglo-xx/>

---

<sup>8</sup> “La Ciencia Abierta representa un nuevo enfoque del proceso científico basado en el trabajo cooperativo y nuevas formas de difundir el conocimiento mediante el uso de tecnologías digitales y nuevas herramientas de colaboración” (la traducción es mía).

Si algo nos deja este congreso, y esta etapa de consolidación y crecimiento de las Humanidades Digitales en Argentina, de la mano de la Asociación Argentina de Humanidades Digitales (AAHD), es que los datos son la mejor herramienta retórica para trazar nuestras prácticas epistémicas, y para pensar crítica y creativamente qué son hoy las Humanidades.

## Referencias bibliográficas

- Borgman, C.L. (2015). *Big Data, Little Data, No Data: Scholarship in the Networked World*. Cambridge: MIT Press.
- Bosch, M (2014). Cóncavo y convexo: Documentación y Humanidades Digitales, punto de inflexión. En: G. del Rio Riande, G. Striker y L. Cantamutto, *Las Humanidades Digitales desde Argentina. Tecnologías, culturas, saberes. Actas de las I Jornadas de Humanidades Digitales de la AAHD* (pp. 96-106). Buenos Aires: Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras. Recuperado de <https://www.academica.org/jornadasaahd/9>
- Busa, R. (2004). Foreword: Prospectives on the Digital Humanities. En: S. Schreibman, R. Siemens, y J. Unsworth (Ed.), *A Companion to Digital Humanities*. Oxford: Blackwell. Recuperado de <http://www.digitalhumanities.org/companion/view?docId=blackwell/9781405103213/9781405103213.xml&chunk.id=ss1-1-2>
- Jockers, M. (2013). *Macroanalysis: Digital Methods & Literary History*. Illinois: University of Illinois Press.
- Klinenberg, E. (2005). Cultural Production in the Digital Age: An Introduction. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 597, 6-18.
- Lynch C. A. (2009). Jim Gray's Fourth Paradigm and the Construction of the Scientific Record. En T. Hey, *The Fourth Paradigm*. Microsoft Research.
- Melero, R. (2005). Acceso abierto a las publicaciones científicas: definición, recursos, copyright e impacto. *El profesional de la información*, 14(4), 255-266.
- Moretti, F. (2005). *Distant Reading*. London: Verso.
- Ramsay, S. (2011). *Reading Machines. Toward an Algorithmic Criticism*. Illinois: University of Illinois Press.
- Rio Riande, G. del (2015). Humanidades Digitales. Mito, actualidad y condiciones de posibilidad en España y América Latina. *ArtyHum*,

- monográfico 1, *La realidad de las Humanidades Digitales en España y América Latina*, 7-19. Recuperado a de <https://www.artyhun.com/descargas/monograficos/MONOGR%C3%81FICO%20HD.pdf>
- Rio Riande, G. del (2016). Explotación y visualización de datos de investigación en Humanidades. El aporte de las Humanidades Digitales. Plenaria en el congreso InnovaTICs 2016. Santiago de Chile. Recuperado de <https://www.aacademica.org/gimena.delrio.riande/79>
- Rio Riande, G. del (2019). Ciencia Abierta y Humanidades Digitales. Webinar en CEPAL Chile. Recuperado de [https://www.cepal.org/sites/default/files/news/files/20190926\\_del\\_rio\\_gimena\\_hdyca.pdf](https://www.cepal.org/sites/default/files/news/files/20190926_del_rio_gimena_hdyca.pdf)
- Schreibman, S., Siemens, R. y Unsworth, J. (eds.) (2004). *A Companion to Digital Humanities*. Oxford: Blackwell.
- Sula, C. A. (2012). Digital Humanities and Libraries: A Conceptual Model. *Journal of Library Administration*, 53(1), 10-26.

# Deriva de un laboratorio pop-up de Humanidades Digitales: su irrupción en Rosario

Virginia Brussa<sup>1</sup>

El Tercer Congreso Internacional de Humanidades Digitales coorganizado por primera vez con una institución universitaria, la Facultad de Humanidades y Artes de la Universidad Nacional de Rosario, fue una instancia profundamente enriquecedora y desafiante en lo personal e institucional debido a aunar en dicha ocasión mis ciudadanías-pertenencias: la Asociación Argentina de Humanidades Digitales (AAHD), la Universidad Nacional de Rosario (UNR) y la ciudad de Rosario. El relocalizar nuestro tercer Congreso fue por tanto una tarea colectiva que conllevaría no sólo interesantes desafíos sino también confirmaría el espíritu de los y las colegas humanistas digitales argentinxs en el afán de tender puentes.

Desde el título elegido, *La cultura de los datos*, la sede(s), la modalidad de organización y la orientación multinivel e interdisciplinaria/transdisciplinaria reflejada en el programa se constatan propuestas afines a esos desafíos específicos. Los mismos son reflejo del desarrollo teórico, experimental y transformador que la AAHD desea plasmar año tras año al invocar un espacio colaborativo de saberes, impulsando sus ya habituales *modos* de hacer y compartir proyectos durante sus jornadas.

Me gustaría pensar entonces a estos encuentros bianuales como un gran laboratorio pop-up de Humanidades Digitales (Ricaurte y Brussa, 2016) que, si bien persisten bajo un rótulo tradicional de Congreso, se van consolidando

---

<sup>1</sup> Universidad Nacional de Rosario, [virbrussa@gmail.com](mailto:virbrussa@gmail.com)

en nuestro país como una *infraestructura* que va extendiendo, localizando y decodificando agendas del campo en cuestión.

En ese sentido, el congreso como laboratorio puede ser admitido como una interfaz, remitiendo a la nueva publicación de Scolari (2018), especialmente porque nos lleva a entender las Humanidades Digitales bajo una mirada interdisciplinaria y necesaria en nuestro campo. Si consideramos las leyes apuntadas en el texto sobre interfaces, dichos instrumentos ayudan a analizar o posibilitar la valoración de éstos encuentros de HD como laboratorios dado que “Las leyes de la interfaz pertenecen a la esfera del saber pero también están pensadas para el hacer” (Scolari, 2018, p.15). Por tanto, ésta característica afianza el entendimiento del Congreso como espacio de interacción, que co-evoluciona, se innova y repiensa junto a otros en un ecosistema presencial de tres jornadas que año a año se experimenta como eslabones de cocreación nacional, regional e internacional.

En tanto mecanismo pop-up<sup>2</sup>, cada dos años, noviembre aparece en el entorno urbano de la ciudad-sede como una instancia que irrumpe, se abre a la experiencia y se cierra momentáneamente para reaparecer con mayor ímpetu creativo. La presencia en el espacio-tiempo congrega voces, métodos, herramientas, aulas, documentación, bits, emociones que perdurarán más allá de su finalización material. Pensar al congreso de ésta forma, admitiendo su movimiento, ruptura y continuidad permite describir finalmente nuestro encuentro y sus desafíos a través de tres elementos constitutivos y no excluyentes que si bien apunté en la apertura de este, me interesa profundizar aquí con el lente de un Laboratorio pop-up en la tríada del laboratorio-congreso de Humanidades Digitales de 2018:

1. Los Datos y su Apertura
2. La Colaboración y Cocreación
3. Localización de agendas y saberes

---

<sup>2</sup> Tomé prestada del Urbanismo Táctico la noción pop-up como mecanismo para hacer y vivir la ciudad de manera colaborativa, bajo concepciones de otro Diseño y Planificación. Esta acción urbana y ciudadana se puede trasladar a la experimentación colectiva del Congreso durante un momento particular. En un mismo escenario (la ciudad universidad) se desplegó una ruta de intervención pop-up al tomar a las distintas sedes como la propia Facultad de Humanidades y Artes (UNR) –sede de la palabra– el Espacio Cultural Universitario (ECU-UNR) –sede performática y de acceso– y Sede de Gobierno (UNR) –sede del hacer en objetos de interacción. Para indagar en aproximaciones sobre Urbanismo Táctico, véase [https://issuu.com/streetplanscollaborative/docs/ut\\_vol3\\_2013\\_0528\\_17](https://issuu.com/streetplanscollaborative/docs/ut_vol3_2013_0528_17)

## Fortaleciendo el contexto crítico de datos

Retomando entonces las ideas compartidas al momento de la apertura del Congreso, vale recordar un par de fundamentos que nos llevó a postular la Cultura de Datos (Brussa, 2016) como *motto* convocante: por un lado una matriz de actividades<sup>3</sup> que sucederían en Argentina durante el 2018 de reconocida trayectoria en la comunidad de datero/as, de gobierno abierto, tecnología cívica y otras de connotación académica relacionada a la apertura. Por otro, presentar a las Humanidades Digitales como un *agente legítimo* en esas discusiones sobre datos (grandes, abiertos, de investigación) dado que nuestro campo tiene mucho que aportar y por supuesto co-crear. Por tanto, se plantea al Congreso como un continuum en dichas agendas de datos y también como escenario de localización de debates al calor de los ejes temáticos.

Cabe recordar que la Asociación Argentina de Humanidades Digitales ha acompañado las orientaciones de los congresos internacionales con su propia impronta al momento de pensar los encuentros, pero también se ha destacado con propuestas que fomentan la discusión entre que son las Humanidades Digitales/Digital Humanities (del Rio Riande, 2018), las habilidades o alfabetización digital, la institucionalización y motivación de las investigaciones aplicadas al nivel local. Es justamente en ese plano, que la *Cultura de Datos* surge como una necesidad a partir de los fundamentos comentados previamente -contexto nacional e institucional- pero también derivado del quehacer de la ciudad y las actividades desarrolladas en Rosario por agentes multinivel<sup>4</sup> de una cuádruple hélice de políticas de innovación (Ricaurte y Brussa, 2017).

Dicho acompañamiento/localización de líneas de acción pueden de manera general y distante verse representadas a través de los tags de la visualización de la Fig.1. Si bien en éste artículo no haré una apreciación temática sobre la evolución de los Encuentros, es útil para apreciar la necesidad de nuestra comunidad sobre el trabajo con datos (debate epistemológico-metodológico, como evidencia de política pública y científica) más allá de prácticas de acceso o de discusión relativa a su naturaleza (Manovich, 2011).

---

<sup>3</sup> Actividades en las que el lab que coordino tuvo presencia en su organización o participación reflejando la labor de localización, intervención en agenda de datos y relación con las HD. Ver Memorias +Datalab 2018 (Zenodo).

<sup>4</sup> Representación que detallaremos en el punto sobre colaboración pero que se refleja en tanto diversidad de colaboradores del congreso, temas y origen de talleristas y panelistas.

En este caso, se pretende expandir proyectos de activismo de datos en Humanidades Digitales y en unas Humanidades Digitales Públicas y feministas,<sup>5</sup> desafíos sobre infraestructuras de datos y generales (la alfabetización digital y ciencia de datos, el compartir progresos sobre financiamiento para proyectos intensivos en datos abiertos y de investigación, programas de ética y tensiones en el Sur Global al utilizar grandes datos (Boyd y Crawford, 2011) sumado a otras manifestaciones implícitas que han sido de intensas conversaciones durante las jornadas como por ejemplo las prácticas colaborativas, el futuro de los objetos digitales de investigación y el rol de la universidad.



Figura 1. Tags comparativos de congresos en base a títulos de ponencias<sup>6</sup>

## Co-creación de prácticas y saberes

Unos días previos al Congreso, varias organizaciones y académicos estuvimos co-creando lo que sería la Declaración<sup>7</sup> de Panamá sobre Ciencia Abierta (2018) en el marco del Foro Abierto sobre Ciencias de América

<sup>5</sup> Véase las presentaciones de los talleres del congreso en los cuáles quedan manifestadas las inquietudes y la pertinencia sobre la Cultura de los Datos: <https://rephip.unr.edu.ar/handle/2133/13443>.

<sup>6</sup> El corpus trabajado para la visualización proviene del análisis de los títulos de cada congreso (25 primeras palabras) con la herramienta VoyantTools.

<sup>7</sup> Véase el Documento Vivo en <https://karisma.org.co/declaraciondepanama/>.



Latina y el Caribe. En ella constan elementos que deberían ser considerados al trabajar en Ciencia Abierta y estrategias de implementación de sus políticas. Uno de los puntos transversales a la Declaración es la tarea de sensibilizar, experimentar y evidenciar los procesos colaborativos en la comunidad académica. Las Humanidades Digitales, nuclean en sí mismas las prácticas que requieren de colaboración y apertura (Fressoli y Arza, 2018). Colaborar y co-crear pueden y deben instaurarse como prácticas que fomenten nuestros proyectos y que faciliten la integración de disciplinas desde los inicios de las fases de investigación para concebir proyectos de humanidades digitales consistentes con el espíritu de época digital y de la trama social de datos (Venturini y Latour, 2010) de acelerada emergencia pero de crítico futuro (Milan y Terré, 2019). Si entendemos a la Ciencia Abierta como “producción colaborativa de bienes públicos” (Fressoli y Arza, 2018) y a las Humanidades Digitales como parte del proceso de ese tipo de producción, entendemos con mayor amplitud la relevancia de la agenda que el laboratorio pop-up propuso y seguirá construyendo. El contenido de las plenarias, el Encuentro regional 2020: Miradas desde el Sur Global, la participación *extendida* de actores no académicos en los paneles y las instancias colectivas en los talleres marcaron esa tendencia.

Los cruces y activaciones son inevitables, porque existe un mismo rumbo al interior de una comunidad de propios y potenciales humanistas digitales que aún no se autoproclaman como tales. Esa percepción también fue un logro del encuentro si revisamos detenidamente la instancia programática. Co-producción de conocimiento diversa inter e intra panel, instituciones colaboradoras y una universidad-ciudad nutrida del efecto de concebir al proceso científico público y colectivo. Tareas que deberán por supuesto seguir sus correspondientes caminos pero que han habilitado y fortalecido la presencia en nuestro país de la AAHD como vocera idónea y propaladora de un hacer particular.

## Localización de Agendas y saberes

Siguiendo con la línea de Datos y Colaboración, la tarea de localizar<sup>8</sup> no es menor. Localizar también implica ampliar la práctica del compartir trasladando

---

<sup>8</sup> Puede ser de interés en este apartado compartir las notas surgidas de las conversaciones colectivas que desarrollamos durante el side event organizado por Karisma: “El rol de la ciencia abierta para alcanzar la educación de calidad en la región” (CILAC 2018). Particularmente lo sucedido al interior del grupo sobre Localización de la Ciencia Abierta coordinado por Anne Clinio y documentadas aquí: <https://github.com/anneclinio/miscelaneous/blob/master/declaracion-panama-gr-localizacion.md>

los congresos hacia otras ciudades distintas a las grandes capitales. Y así dar lugar a otros corpus, otros saberes, cooperación con otras instituciones. En consecuencia, el desafío del Congreso constó también de posibilitar dicha transición momentánea del laboratorio hacia un ecosistema diferente. Distintos centros de investigación, escuelas (de la UNR), grupos y proyectos locales dieron a conocer sus propias aproximaciones teóricas, así también como colegas regionales e internacionales ofrecieron sus saberes logrando un entramado de interacciones institucionales e individuales a fortalecer con futuras instancias de política institucional local y nacional.

Por último, un tema clave de este desafío en correspondencia con la Cultura de Datos y la localización es una fortaleza que presumen los laboratorios Humanidades Digitales (en su mayoría, anglosajones-europeos): la infraestructura.

Francesca Bria<sup>9</sup> desde su rol en la política pública europea digital denotó la importancia de la infraestructura de datos aseverando también la relevancia de trabajar por su gobernanza, soberanía y derechos afines. Sus dichos son de plena vigencia para el ámbito de las Humanidades Digitales y del campo académico en general a pesar de su divergencia en tanto plano de aplicación. ¿Qué gobernanza de datos de investigación, abiertos y colaborativos estamos discutiendo en América Latina? ¿Y en Argentina? Cuándo necesitamos extraer, analizar, preservar o sólo explorar grandes cantidades de datos para nuestras investigaciones ¿discutimos el origen de los mismos, la ética detrás de los procedimientos? ¿a qué herramientas y/o software recurrimos? ¿dónde quedan y quiénes serán los dueños de los datos o corpus que subo, comparto o publico? De eso también trata la localización a la luz o mejor dicho a la sombra de los planes de inteligencia artificial, leyes del conocimiento o acceso, geopolítica de técnicas y habilidades digitales, *plataformización* de las universidades, extractivismo de datos (Segura y Waisbord, 2019)

Y todo ello se plantea no en detrimento de los movimientos de apertura o campos frontera, sino justamente a favor de los mismos con el objetivo de ser partícipes activos a través de la localización de la gobernanza de datos, de las políticas en ciencia y tecnología que se planteen afines a las *meta-agendas* digitales acaecidas globalmente. En consecuencia, el campo de las Humanidades

---

<sup>9</sup> F. Bria es la Comisionada de Tecnología e Innovación Digital del Ayuntamiento de Barcelona. Ver <https://www.elsaltodiario.com/tecnologia/francesca-bria-los-datos-son-una-infraestructura-publica-mas-como-el-agua-la-electricidad-o-el-transporte->

Digitales no debe quedar al margen. Por su vocación ligada al *hacer* e intensiva en uso de infraestructuras, las Humanidades Digitales pueden ayudar a liderar en compañía del movimiento de gobierno, ciencia abierta, hardware y software abierto las discusiones<sup>10</sup> que ya están aquí, que no pretenden aminorar, y menos aún ser neutrales ante el sistema científico y democrático.

## Referencias bibliográficas

- Berry, D. M. (2011). The Computational Turn: Thinking about the Digital Humanities. *Culture Machine*, 12.
- Boyd, D., Crawford, K. (2011, September). Six Provocations for Big Data. In *A Decade in Internet Time: Symposium on the Dynamics of the Internet and Society* (Vol. 21). Oxford, UK: Oxford Internet Institute.
- Brussa, V. (2016). Mediatizaciones en tiempos de abundancia de huellas (digitales): Bigdata y métodos digitales para una aproximación a objetos “Stream”. *Nuevas mediatizaciones nuevos públicos*, 39.
- del Rio Riande, G. (2018). Humanidades Digitales: Cuando lo local es global. En G. del Rio Riande, G. Striker y L. Cantamutto, *Las Humanidades Digitales desde Argentina. Tecnologías, culturas, saberes. Actas de las I Jornadas de Humanidades Digitales de la AAHD* (pp. 1-15). Buenos Aires: Editorial de la Fac. Filosofía y Letras. Recuperado de <https://www.aacademica.org/aahd.congreso/23>
- Fressoli, M., Arza, V. (2018). Los desafíos que enfrentan las prácticas de ciencia abierta. *Teknokultura*, 15(2), 429-448.
- Manovich, L. (2011). Trending: the Promises and the Challenges of Big Social Data. *Debates in the Digital Humanities*, 2, 460-475.
- Milan, S., Treré, E. (2019). Big Data from the South(s): Beyond Data Universalism. *Television & New Media*, 20(4), 319-335. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/1527476419837739>
- Ricaurte, P., Brussa, V. (2017). Laboratorios ciudadanos, laboratorios comunes: repertorios para pensar la universidad y las Humanidades Digitales| Laboratórios cidadãos, laboratórios comuns: repertórios para pensar a Universidade e as Humanidades Digitais| Citizen labs, common labs: repertories for thinking about the University and Digital Humanities. *Liinc em Revista*, 13(1).

---

<sup>10</sup> Discusiones que por otro lado reivindicamos desde un lugar no tecnocéntrico o datacéntrico.

- Scolari, C. A. (2018). *Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología evolución, tecnología* (Vol. 136). Editorial GEDISA.
- Segura, M. S., Waisbord, S. (2019). Between Data Capitalism and Data Citizenship. *Television & New Media*, 1527476419834519.
- Venturini, T., Latour, B. (2010). The Social Fabric: Digital Traces and Qualitative Methods. *Proceedings of Future en Seine, 2009*, 87-101

# De la Galaxia Gutenberg a la Cultura *Data-Driven*: la cultura de los datos conducidos

*Juan José Mendoza*<sup>1</sup>

Desde el año 2013 un conjunto de docentes e investigadores nos reunimos para crear la actual Asociación Argentina de Humanidades Digitales: Silvia Enriquez (UNLP), Gustavo Navarro (UNPA), Gabriela Sued (UBA), Guadalupe Campos (UBA), Mariano Vilar (UBA), Claudia González (UNLP), Natalia Corbellini (UNLP), Virginia Brussa (UNR), Lucía Cantamutto (UNS) fuimos algunos de ellos. En casi todos los casos fuimos convocados por la inquieta iniciativa de Gimena del Rio (CONICET), sin cuyo generoso impulso hoy no estaríamos aquí. Las aulas de la Escuela de Bibliotecología de la Biblioteca Nacional, de la Universidad Nacional de La Plata, del Instituto de Filología Hispánica de la UBA y del Seminario de Edición y Crítica Textual del Conicet fueron algunos de los lugares de aquellos primeros encuentros.

Este congreso hoy aquí en Rosario es posible gracias a Virginia Brussa, que participando en muchas de las reuniones que enumeramos, nos permitió comprender que Rosario era un lugar factible para que la Asociación Argentina de Humanidades Digitales (AAHD) tuviera la posibilidad de ser eso, una Asociación Nacional y no la mera concurrencia de investigadores de todo el país en una Asociación que, en los hechos, sólo funcionaba en Buenos Aires. Precisamente por ello, este congreso hoy aquí es posible también gracias a las autoridades de la Universidad Nacional de Rosario y de la Facultad de Humanidades y Artes: Mariano Balla, José Goity; y entre ellos es posible gracias al trabajo y el esfuerzo invaluable de Alejandro Vila, Pablo Silvestri y muy

---

<sup>1</sup> Instituto de Investigaciones Bibliográficas y Crítica Textual (IIBICRIT-SECRET, CONICET) .  
[juanse.mendoza@gmail.com](mailto:juanse.mendoza@gmail.com)

especialmente de Gonzalo Arzuaga (quien sin todavía pertenecer a la AAHD tuvo una participación decisiva para que este Congreso sea posible). Hay muchas personas más en una larga ringlera de nombres: quisiera reconocer el entusiasmo de Juan Pablo Suárez y de Matías Butelman y en ellos el entusiasmo de quienes han acercado sus ponencias, sus propuestas de talleres, etc.; los nombres de Paola Bongiovani, Martín Caruso, Marcela Ternavasio, Sandra Valdetaro y Sandra Contreras son sólo algunas de los docentes y alumnx de la Universidad Nacional de Rosario que hoy nos dan la bienvenida.

Por paradójico que parezca, no es común que sean las autoridades de una universidad las que muestren sensibilidad por estos asuntos. Hace poco, releendo los dos tomos de *Una universidad para el siglo XXI* de James Duderstadt –ex-presidente de la Universidad de Michigan– advertía que aún aquellas universidades que más han planificado y conducido las transformaciones tecnológicas, se han visto desbordadas por muchas de las transformaciones que ellas mismas aventuraron: *La Universidad internacional*, *La Universidad del Ciberespacio*, *La Universidad Virtual*, *La Universidad Laboratorio* quedan hoy como nomenclaturas algunas veces anacrónicas, a todas luces provisionarias, comparadas con la potencia amenazante de la *Internet de las Cosas* o la *gubernamentalidad algorítmica* que se pergeñó en los 90 en Silicon Valley, y que ya está calibrando detalles de la tercera década del siglo XXI. Mucho más acá, casi seis años después de las primeras actividades de Humanidades Digitales en el país, podemos enumerar en nuestro balance los dos congresos que, en 2014 y 2016, la Asociación Argentina de Humanidades Digitales realizó en el Centro Cultural San Martín y en el Centro Cultural de la Cooperación en Buenos Aires y que son, indudablemente, los antecedentes directos de este *III Congreso Internacional de la Asociación Argentina de Humanidades Digitales: La Cultura de los Datos*, que hoy tenemos la alegría de inaugurar aquí en Rosario.

Si sacudimos la historia encontramos esfuerzos como el de Docentes en Línea, la comunidad de prácticas pensada para docentes, investigadores y estudiantes que desde 2007 explora el uso libre y productivo de tecnologías en las aulas: hoy está aquí con nosotros Silvia Enríquez, impulsora de esa experiencia. Si sacudimos todavía más la historia nos encontramos con la Cátedra Datos de la Universidad de Buenos Aires: hoy nos acompañan Sophie Alamo y Julio Alonso, trabajando en la Organización del Congreso; a la distancia,

desde México, también nos acompaña Gabriela Sued. Y Gustavo Navarro, quien habiendo participado en la cátedra Datos hoy también está aquí procedente de la Universidad Nacional de la Patagonia Austral, tratando también de pensar la relación entre los mapas y los hitos siempre cambiantes de la historia, entre medios y tecnologías. Y al mismo tiempo, la Cátedra Datos es también heredera de una larga tradición.

En 1975, en Vaquerías, Córdoba, tiene lugar el 5to. Congreso Argentino de Cibernética. Entre 1982 y 1983 se crea el CEA (Centro de estudios de Autonomía y Auto-Organización), creador de una de las primeras bibliografías sobre datos cibernéticos en el país. Y en 1996 se dicta, por primera vez, el Taller de Procesamiento de Datos (hoy Cátedra Datos de la UBA). La palabra Datos aparece en un conjunto grande de sintagmas: en Minería de datos, Macroanálisis, #HackDH, Big Data, Datos Masivos. La Cátedra Datos es pionera en la Argentina en la tarea de pensar la *cultura de los datos*, uno de los ejes que le pone título a nuestro Congreso de este año.

En el año 2002, a raíz de una reforma del Plan de Estudios de la carrera de Letras de la Facultad de Humanidades y Artes, mientras se discutían una serie de temas referidos a los contenidos mínimos, los nombres de las materias, etc., con un grupo de estudiantes advertimos que había un gran área de vacancia y que ella estaba referida a la ausencia de una reflexión en torno a la relación entre literatura, tecnologías, teoría literaria e historia de los textos. Imposibilitados entonces de crear una nueva materia que se avocara al estudio de esas relaciones en la carrera de Letras –sino una carrera nueva incluso, una Facultad, que se abocara al estudio de la relación entre las disciplinas humanistas y las tecnologías– en el año 2003 cobró forma el Seminario “*Maneras de leer en la Era Digital*”, que en 2018 cumple 15 años y que comenzó, nada menos, también en esta Universidad, en la pequeña sede de la Librería Homo Sapiens de la ciudad de Rosario.

## **#Enseñar a leer en la era digital**

El cuento de Borges: “*Tlön, Uqbar, Orbis Tertius*”, unido a textos como “*As we May Think*” de Vannevar Bush, publicado en *The Atlantic Monthly* en 1945, sumados a la teoría de redes de Roland Barthes y a una historia de la informática, pergeñaba el núcleo teórico de aquellas relaciones. La hipótesis de aquel entonces era la siguiente: la teoría literaria francesa, la historia

de la informática y la obra de Borges habían sido pergeñadas en el corazón del siglo XX con una notable sintonía de época. Las confluencias no podían ser mayores. La otra hipótesis era la siguiente: había un achicamiento de los espacios formales de la educación que era inversamente proporcional al ensanchamiento de los espacios informales de la cibercultura. Esto, irreductiblemente, conducía a pensar que los sentidos de la cultura letrada se estaban desvaneciendo y la crisis de la lectura no sería tal sino que, de lo que se trataba, por aquel entonces, era de historizar la efectiva emergencia de un nuevo orden textual: de la Galaxia Gutenberg a la cibercultura, eran las fases de aquel proyecto de historización.

Con los años, el núcleo duro de aquel seminario se ha ido ensanchando. De Roland Barthes, Gilles Deleuze y Vannevar Bush se ha ido expandiendo hasta incluir un conglomerado grande de autores, sitios de internet, nuevos objetos de estudios: ¿Qué es lo que ha pasado entre 1945, cuando Vannevar Bush pergeñó los Senderos de Información; o desde 2002, desde los primeros tiempos del seminario *Maneras de leer en la era digital*; o desde 2014, desde el *I Congreso de Humanidades Digitales* en Argentina: qué ha pasado desde entonces hasta el presente? Desde los senderos de información de Bush, desde las organizaciones del saber en las sociedades informatizadas de Jean-François Lyotard, hasta la *Lectura Distante* de Franco Moretti, el *Gemelo Digital* de Eric Sadin, el imperativo de *Desertar de la Representación* de Hito Steyerl? La era digital se ha instalado como un enorme campo de trabajo. Las Ciencias Políticas y la Sociología no son las únicas disciplinas interpeladas por los desafíos del universo digital.

Las democracias digitales sólo vuelven a las naciones un conglomerado de datos, colonia de algoritmos caníbales que fagocitan todo lo que encuentran a su paso: historia, tradiciones, subjetividades, instituciones, democracias, para convertirlos en prolegómenos de *selfies* y *tendencias*. ¿Colonia de datos, a eso se reducen las ciudadanías digitales, los artistas devienen productores de una nueva vigilancia global? ¿pueden los Estados llegar a ser una *start up*? O más bien: ¿qué otra cosa pueden ser las democracias ahora que un nuevo totalitarismo de tercera generación parece imponerse sobre nosotros, regido por la *gubernamentalidad algorítmica*, superadora de las sociedades postdisciplinarias teorizadas por Gilles Deleuze? Mucho más acá de estos interrogantes de orden filosófico, político, sobrevienen otros interrogantes



que definitivamente también hacen a los quehaceres de las humanidades y las ciencias sociales en la era digital. De algunos de esos Interrogantes nos ocuparemos en estos tres días.

¿Qué podemos hacer, todavía, los humanistas y los poshumanistas con lastre letrado que somos, en medio de las tormentas de litio y de 0s y 1s, entre torbellinos de Data Centers y placas de silicio, en medio de la yuxtaposición dramática entre cultura libresca, cultura industrial y cibercultura, de la Galaxia Gutenberg a la Cultura *Data Driven*: la cultura de los datos conducidos? En 1966, a propósito de la aparición de *Los Ensayos de Lingüística General* de Émile Benveniste, Roland Barthes escribía:

Algunos se sienten molestos por la preeminencia actual de los problemas del lenguaje, en lo que ven una moda excesiva. Sin embargo, tendrán que tomar partido sobre el asunto: probablemente no hemos hecho más que empezar a hablar del lenguaje: la lingüística, acompañada de las ciencias que hoy en día tienden a aglutinarse con ella, está entrando en los albores de su historia: estamos descubriendo el lenguaje como estamos descubriendo el espacio: nuestro siglo quedará, quizá, marcado por estas dos exploraciones.

Descubrimiento del lenguaje, Descubrimiento del espacio... Algo semejante podríamos decir también nosotros sobre las Humanidades Digitales.

Hay quienes se sienten interpelados por la preeminencia actual de los problemas de nuestras disciplinas, o peor, continúan trabajando en ellas como si la era digital o Internet todavía no existieran, naturalizando las transformaciones que efectivamente se producen: sobre el lenguaje, sobre la investigación, sobre el territorio indómito de las aulas... Pero nadie puede ver, en las tecnologías, una moda excesiva. Más bien se pliegan a ellas, al tiempo que docentes e investigadores son colonizados por ellas. La realidad toma partido por ellos: probablemente no estemos más que empezando a hablar de Humanidades Digitales, de nuevos avatares disciplinares, de nuevos objetos de estudio. Y, con un poco de conciencia crítica, no estemos más que asistiendo a la conversión de las *Humanidades Digitales*, sencillamente, en un nuevo tipo de *Humanidades Aumentadas*: *Humanidades* a las que podríamos llamar: *Humanidades y Ciencias Sociales con Conciencia Tecnológica*. Las *Digital Humanities*, pergeñadas con las ciencias y las perspectivas que

hoy tienden a aglutinarse dentro de ella, están entrando en los albores de su historia: estamos descubriendo nuevos modos de trabajar con las tecnologías como estamos descubriendo el ensanchamiento del ciberespacio en las incommensurables geografías de los *Data Centers*, la *Big Data* y las *cross readings*. Nuestro nuevo siglo ya está comenzando a quedar marcado por ello. No sin algunos alertas.

## **Los Datos como género. Una reflexión**

Lev Manovich entendió que la novela, el cine y la televisión fueron los grandes géneros de relato que produjo la sociedad industrial. Y desde ese lugar muchos como él se preguntaron qué nuevo género traería consigo la era digital. ¿No son los datos y los mapas automáticos los nuevos géneros de la era digital? Las tecnologías con su anti-poética de datos proliferantes al parecer nos están narrando algo. ¿Qué poéticas, qué estéticas, qué ética se puede rastrear en ellos? Una respuesta podría ser: las tecnologías son estetizantes. Ellas pergeñan las escuelas estéticas del mundo contemporáneo. De allí que muchos escritores y artistas también prefieran hacer un uso desviado de las tecnologías. O prefieran deliberadamente volverse anacrónicos. En una época de objetos hiperconectados y de una sobre-representación del mundo contemporáneo, para algunos artistas la coartada de la originalidad también pasa por la desconexión. Una desconexión que está de vuelta de la hiperconexión. Una red de data centers y cables submarinos que como cinturones de seguridad de Saturno rodea a los continentes y nos brinda una nueva visión de Internet... y del planeta. ¿Qué será de los sujetos que se mantengan desconectados? ¿Y qué de los objetos que se producen desde la desconexión? Puede que la desconexión pase a ser una utopía.

Los datos, por más fríos y abstractos que se pretendan, necesitan un espacio físico alimentado con electricidad. Las empresas dueñas de los data centers –discos rígidos del tamaño de varios edificios parecidos a plataformas como la de nuestros silos de cereal– eligen geografías cada vez más frías para abaratar sus costos. Los *bytes* son los granos de cereal de nuestra época. La pregunta es: ¿a quién alimentan? ¿qué tipo de platos fríos se preparan con ellos? Internet consume el 2-5% de la electricidad total del mundo. Uno de los grandes gastos de los data centers lo produce el aire acondicionado que los procesadores necesitan para apaciguar el calor de sus infoestructuras. El

enfriamiento de los edificios se hace por el sistema de *free cooling*, que reemplaza los viejos aires utilizando las temperaturas bajo cero del aire libre como fuente para su refrigeración.

En la geopolítica actual el *Stack* forma parte de procesos hemisféricos: EEUU mide fuerzas con China mientras Europa intenta escapar de ambos. Puede parecer todo muy alejado de los arrabales latinoamericanos. ¿Pero qué pasa cuando las aplicaciones de empresas tecnológicas con base en Estados Unidos y Europa bajan a las economías regionales? O, dicho de otra manera: ¿Qué sucede cuando un artista vende obra por Instagram, un escritor vende un próximo curso de otoño sobre Poe vía Twitter o un diseñador de moda vende camisetas y vestidos estampados vía Facebook? ¿Se trata de lumpenproletariados que están lucrando a través de megas-plataformas de Internet sin supuestamente estar pagando nada a cambio? Bueno, quizá estén dejando una buena parte de sus vidas en ello. Y una buena cantidad de datos a cambio: ubicación, edad, preferencia sexual. Por lo general la estrategia de las empresas ha sido la siguiente: recolectar datos, luego pedir disculpas y, eventualmente, dar marcha atrás si se generó más escándalo del tolerable. Algunos usuarios podrán decir: ¿a quién le importan esos datos? ¿Materia prima para la creación de nuevos productos de mercado? ¿Qué sucede cuando la recolección de datos se produce en un medio con pocos consumidores, en economías con mercados “fronterizos” y “emergentes”? Una idea al respecto podría ser la siguiente: *si es gratis, es porque tú eres el producto*. Para Shoshana Zuboff lo más importante es que una vez que se comprende la aparente irreversibilidad histórica de esta tendencia a la recolección unilateral de datos, “queda claro que pedir privacidad al capitalismo de vigilancia o pedir o reclamar para que se ponga un fin a la vigilancia comercial en Internet es como pedirle a Henry Ford que haga a mano cada uno de sus Ford T”.

## **Desarrollar todo el stack**

La supresión de la privacidad comienza a ser central para este nuevo modelo de negocios. Así se comprende cómo Google, Amazon, Salesforce, Facebook, Microsoft están haciendo cada vez mayores inversiones en Inteligencia Artificial. Y están librando una carrera por desarrollar todo el *stack*. *Stack*, que como sustantivo en inglés significa *pila* o *montón*, y que como verbo quiere decir *apilar* es uno de los nuevos conceptos tecnológicos. Fue

acuñado por Benjamin Bratton en 2016 en su libro *The Stack: sobre software y soberanía*. ¿Qué sería el *stack* exactamente? El *stack* es una megaestructura accidental, no planeada previamente, que mediante diferentes *layers* [capas] relaciona la naturaleza, lo tecnológico y lo humano. Las capas o niveles interdependientes según Bratton son siete: *Earth, Cloud, City, Network, address, Interface, Users*. El *stack* es entonces el modo en que estas diferentes capas, que van de la dirección IP del usuario a la network y trepan hasta el cielo, se fueron apilando a lo largo de los últimos veinte años. ¿Qué ha hecho la computación a escala planetaria en nuestras realidades geopolíticas? Benjamin Bratton propone que las redes, la computación en nube, el software móvil y las ciudades inteligentes, los sistemas de direccionamiento universal, la computación ubicua y otros tipos de desarrollos informáticos a escala planetaria aparentemente no relacionados se pueden ver como la formación de un todo coherente, una megaestructura accidental que es a la vez una estructura cibernética. Los aparatos empiezan a estar imbricados en la naturaleza al tiempo que rediseñan el nuevo mapa de la geopolítica en donde el primer y el tercer mundo se dividen a partir de dos tipos de países o empresas: los que colonizan datos y los que, sencillamente, los emiten. De más está preguntar qué lugar ocupan los usuarios en todos estos. Ellos son la materia prima. Aunque los usuarios crean, algunos con mayor conciencia que otros, que de todos modos están peleando por algún tipo de posición en el *stack*.

## **La tesis de la convergencia tecnológica**

En este nuevo orden tecnológico también comienza a tener cada vez más sentido la tesis de la convergencia: la tendencia de las empresas digitales a volverse más parecidas entre sí a medida que empiezan a intervenir en las mismas áreas dentro del mercado de los datos. Es ello lo que, a su modo, está generando una suerte de *monolítica ideológica* sobre el sistema. Es decir: no pudiendo existir demasiados modelos diferentes de plataformas para promover un sistema de envíos, un sistema de taxis o un buscador de Internet, son las empresas tecnológicas que conquistan el sistema las que imponen su modelo a las demás. Dicho de otra manera: los inversionistas y los programadores pugnan entre sí por desarrollar cada uno sus plataformas hasta que una de ellas logra penetrar más hondo en el gusto de los usuarios. Cuando eso sucede, la plataforma que llega se queda con el negocio. Y las demás, en

caso de sobrevivir, la siguen detrás. Pasó primero con Google, que antes de ser la interfaz líder de acceso a Internet tuvo muchos competidores y hoy es casi la puerta de entrada a casi todos los sitios, el fondo de pantalla de todas las computadoras...

Pero lo interesante es que este modelo de negocios está anidando dentro de las mentes de los propios usuarios. Algo parecido puede que esté comenzando a suceder con los partidos políticos –proliferación de muchas líneas internas mediante. ¿Si no cómo se explica que cada vez hay más tribus que, antagónicas en algún momento, con el tiempo comienzan a volverse más parecidas entre sí? En un presente inmediato, puede que las diferencias sencillamente se construyan para repartirse cada uno de ellos un lugar específico dentro del juego. Partidos políticos y secretarías de gobierno que crean cada uno de ellos su propia plataforma de gestión: mapa del delito, mapa de la inseguridad en tiempo real, botones antipánicos en el celular, estado del clima, estado del tránsito, mapa de baches de una ciudad. Candidatos desarrollan de modo privado plataformas que primero utilizan en campaña y que, luego, pueden ser retuneadas para servir como modelos de gestión. La pregunta capciosa aquí es: ¿una vez colonizados, quiénes serán los verdaderos dueños de esos datos? ¿los pequeños contribuyentes, el partido político, la empresa transnacional?

El relato del presente parece casi una fábula de ciencia ficción. Y en este relato, como se ve, la historia es otra de las grandes ramas de las Humanidades clásicas que también se encuentra interpelada. Las tecnologías se nos presentan como a-históricas, y sin embargo, ellas también están atravesadas por su propia historicidad. La propia historia de este congreso comienza hace muchos años: 1945, 1975, 2002 son algunos de los años que están detrás de nosotros.

¿Literatura y Tecnologías? ¿Qué es eso? No debería pasar desapercibido el dato de que las primeras computadoras que se vendieron en el país se vendieron en la navidad de 1983 en *El Ateneo*, una librería. Literatura y Tecnologías. Efectivamente tenemos, en el examen de esta relación, un gran motivo de reflexión.

# CREACIÓN DIGITAL Y TRANSMEDIA

---



# El Gualeguay. Una experiencia de creación electroacústica

Claudio Lluán<sup>1</sup>, Gabriel Data<sup>2</sup>, Sergio Santi<sup>3</sup>,  
Alexis Perepelycia<sup>4</sup> y Guillermo Jardón<sup>5</sup>

## Resumen

El escenario electroacústico (entendiendo *escenario* como conjunto de circunstancias que constituyen el entorno de un suceso<sup>6</sup>) abarca una serie de implicancias creativas y técnicas que se integran e influyen mutuamente en la producción musical que necesita de tecnología específica para su realización. Conciertos con amplificación de instrumentos acústicos, música electroacústica, multimedial y nuevas expresiones de arte sonoro conforman una problemática unificada por la interacción entre música y tecnología. En este trabajo

---

<sup>1</sup> Centro de Estudios en Música y Tecnología (CEMyT). Universidad Nacional de Rosario. [clluan@unr.edu.ar](mailto:clluan@unr.edu.ar)

<sup>2</sup> Centro de Estudios en Música y Tecnología (CEMyT). Universidad Nacional de Rosario. [gabrielhdata@gmail.com](mailto:gabrielhdata@gmail.com)

<sup>3</sup> Centro de Estudios en Música y Tecnología (CEMyT). Universidad Nacional de Rosario. [sergiosanti2008@gmail.com](mailto:sergiosanti2008@gmail.com)

<sup>4</sup> Centro de Estudios en Música y Tecnología (CEMyT). Universidad Nacional de Rosario. [alexisperepelycia@gmail.com](mailto:alexisperepelycia@gmail.com)

<sup>5</sup> Centro de Estudios en Música y Tecnología (CEMyT). Universidad Nacional de Rosario. [guijejordy@gmail.com](mailto:guijejordy@gmail.com)

<sup>6</sup> Basamos esta afirmación en la siguiente definición de escenario que ofrece el *Diccionario de la lengua española* (RAE, 2014): “4. m. Conjunto de circunstancias que rodean a una persona o un suceso”. Accesible desde: <https://dle.rae.es/?id=GDdXnbE>.



se describe la experiencia de creación de la obra electroacústica *El Gualeguay. Cinco impresiones sonoras* basada en el poema “El Gualeguay” del escritor entrerriano Juan L. Ortiz. Como obra integral, la nuestra se constituye por la sucesión de diferentes creaciones musicales electroacústicas en la que se complementan obras acusmáticas, mixtas y performáticas, difundidas en el espacio sonoro mediante un sistema de sonido envolvente de ocho canales. Partiendo de un repertorio sonoro básico común, cada compositor proyecta en su creación los resultados y conclusiones del proyecto de investigación “El escenario electroacústico. Creación, interpretación, implementación, registro y adiestramiento” vigente desde el año 2014.

## Introducción

A finales del año 2016 la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Rosario comisionó a cinco compositores, integrantes del Centro de Estudios en Música y Tecnología de la Universidad Nacional de Rosario (CEMyT), una composición para ser presentada en la Biblioteca Argentina “Dr. Juan Álvarez”. Como condición el trabajo se debía basar en algún texto, en lo posible de un autor de la región, que existiera en esta biblioteca. De común acuerdo elegimos trabajar sobre “El Gualeguay”, el poema más extenso y de singular estructura escrito por Juan L. Ortiz. Los compositores acordamos concebir la totalidad del concierto como una composición integral para la cual cada uno crearía una pieza independiente a partir de su propia interpretación del texto de Ortiz y de un repertorio común de archivos sonoros de origen concreto. De este reservorio sonoro, compartido por los cinco compositores, cada uno podía seleccionar las muestras que fueran de su interés y tratarlas según necesitara en su obra, pudiendo además agregar todo otro tipo de material sonoro y elegir el género de música electroacústica: acusmática, mixta, *live electronics*, performática, etc.

El ciclo se estrenó en octubre de 2017 en el marco del Festival Nuevas Partituras con el título *El Gualeguay. Cinco impresiones sonoras* a partir de la obra mencionada de Juan L. Ortiz y estuvo integrado por las siguientes composiciones:

1. Guillermo Jardón. *Comienzo*. (Acusmática, ocho canales)
2. Claudio Lluán. *¿Qué secreto quiebra ese canto?* (Medio mixto para electrónica fija, flauta contralto y clarinete bajo)

3. Sergio Santi. *El sueño del héroe*. (Acusmática, ocho canales)
4. Gabriel Data. *Paisaje*. (Acusmática, ocho canales)
5. Alexis Perepelycia. *El acero de la intemperie*. (Performance)

## El escenario electroacústico

La música electroacústica multicanal (tanto en el campo puramente acusmático como en los llamados *medios mixtos*) plantea importantes desafíos que abarcan toda la cadena interviniente desde la concepción de la pieza musical hasta su concreción en un recinto determinado que particularizará y condicionará la percepción de la misma por parte del oyente, es decir, entre la *poiesis* y la *estesis*; a lo que se agregan las problemáticas inherentes a su ensayo y registro sonoro con la intención de preservar los factores de formalización espaciales puestos en juego.

- El escenario electroacústico será el resultado de una serie de factores que involucran desde problemas puramente prácticos hasta la necesidad de definir herramientas y estrategias para realizar la proyección de la obra en el concierto, entre los cuales son de gran relevancia:
- Las condiciones acústicas de la sala, tanto en lo referente a sus parámetros acústicos (objetivos y subjetivos) y sus dimensiones y geometría. En el trabajo *How Many Psycho-Acoustic Attributes are Needed?* (Pedersen y Zacharov, 2008) se reúnen una serie de términos que como descriptores reflejan las impresiones subjetivas acerca de la calidad sonora y que son utilizados en varios trabajos especializados en la percepción del sonido por sus características intrínsecas y en el espacio en que se propaga. Términos como localización, distancia, envolvente, y expresiones como percepción del recinto, sensación de profundidad, sensación de movimiento, entre otros, están entre los más empleados, sobre todo en aquellos casos en que hay emplazados altavoces en un espacio acústico. El sonido emitido por un altavoz no es asimilable al de una fuente sonora instrumental por su neutralidad sonora, y el recinto en que se lo emplaza actuará como un modificador fundamental de sus características de emisión, situación que llevó a Alvisé Vidolin (2001, p. 3) a proponer la denominación espacio electroacústico.

- Por otra parte, Francis Rumsey (2002) en *Spatial Quality Evaluation for Reproduced Sound: Terminology, Meaning, and a Scene-Based Paradigm*, expresa que en ese trabajo interesa describir y evaluar las características tridimensionales de los componentes de una escena de audio espacial que se reproducen mediante altavoces o auriculares (p. 655). Entre los términos que Rumsey introduce se destacan *envelopment*, *spaciousness* y *spatial impression*, los que se relacionan de alguna manera con el grado de inmersión en el campo de sonido experimentado por el oyente o con una descripción global de la escena, y se presentan aquí como una clase de atributos diferente a aquellos dimensionales (p. 661).
- El material sonoro, concebido mediante la *escucha restringida* propuesta por Pierre Schaeffer (1988) va a sumar sus propios indicios de ubicación espacial y cualidades acústicas. En este aspecto también se deberá considerar la configuración de mezcla, esto es, la tecnología y formatos involucrados en la creación de los materiales (como el número de canales de la obra y la metodología de espacialización elegida por el compositor).
- El número y posibilidad de distribución de altavoces en el recinto de concierto (el espacio de difusión).

Las características de la sala de la Biblioteca Argentina “Dr. Juan Álvarez” fueron consideradas para situar la distribución de altavoces y del público. Se estableció un sistema de audio de ocho altavoces en círculo alrededor de los oyentes cuyas butacas están orientadas hacia el centro con un pasillo en diagonal, que sugiere el cauce de un río. En la siguiente figura se muestra un croquis con la distribución de altavoces y público en el concierto. Se incluye, además, el método y emplazamiento de micrófonos utilizados para el registro del concierto.



Figura 1. El espacio electroacústico de El Gualeguay en la Biblioteca Argentina “Dr. Juan Álvarez”

Se emplazaron tres micrófonos en la posición indicada, uno con patrón polar omnidireccional en el centro y dos bidireccionales (patrón polar *figura de ocho*) con las cápsulas lo más cercanas posibles entre sí, uno orientado en el sentido del eje  $x$  y otro perpendicularmente al primero en el sentido del eje  $y$ . Las tres señales se codificaron mediante el método de *Ambisonics* (Gerzon, 1975; Fellgett, 1975) asignando la señal omnidireccional al canal W del codificador y las otras a los canales X e Y<sup>7</sup> en el formato conocido como *B-Format* de primer orden. De esta forma se consiguió captar la localización y trayectoria de las fuentes sonoras electroacústicas e instrumentales.

## Las obras

### Comienzo. Guillermo Jardón

El hecho de ser la primera pieza del ciclo *El Gualeguay, Comienzo* influyó de manera determinante en las decisiones estéticas adoptadas para la espacialización de los sonidos. La pieza fue realizada con el software *Reaper* (Coccos, s.f.) y para su espacialización se utilizó la suite de *plug-ins Ambisonics Toolkit* (ATK Community, 2016) los cuales permiten codificar archivos mono

<sup>7</sup> Se despreció el canal Z por no contar con elevación en el sistema electroacústico.

y estéreo en el formato *Ambisonics* y decodificarlos para obtener la cantidad de pistas deseadas, en este caso ocho, dando la posibilidad, además, de ubicar los sonidos contenidos en los archivos en distintos puntos del espacio virtual, como también realizar transformaciones de los sonidos entre las cuales se encuentra la posibilidad de agrandar o achicar el tamaño de la fuente sonora.

### Principales decisiones de espacialización de Comienzo

En el inicio de la pieza aparece un sonido de baja frecuencia. Debido a que los sonidos de baja frecuencia dificultan la percepción de la direccionalidad del sonido, la intención buscada es que el oyente perciba un espacio amplio sin límites definidos. Posteriormente comienza una sucesión de sonidos puntuales de frecuencias medias y agudas ubicados en la posición de cada parlante del sistema octofónico. De esta manera se logra que estén equidistantes entre sí en el círculo virtual determinado por el sistema de amplificación, a la vez que se delimita el espacio sonoro que continuará durante todo *El Guleguay*.

A partir del minuto uno los sonidos puntuales mutan en notas de guitarra que atraviesan el espacio virtual principalmente con trayectorias tendientes a ser diagonales. En simultáneo una línea melódica recorre el horizonte definido por el círculo virtual, manteniendo la percepción del espacio sonoro virtual.

Hacia el minuto dos aparece un sonido de lluvia que tiende a ser una fuente sonora más amplia que las anteriores y se desplaza por el espacio virtual evitando recorrer el horizonte, con el correr del tiempo tiende a ser cada vez más amplia hasta abarcar todo el espacio virtual en el minuto tres.

En el trabajo de espacialización de la pieza se realiza una modulación desde un comienzo con un espacio sin límites, marcado por el sonido grave del inicio, su posterior delimitación con los sonidos puntuales. A continuación, los sonidos de trayectorias diagonales comienzan a atravesar el espacio hasta el minuto tres, momento en que el espacio queda completamente lleno por unos instantes.

### ¿Qué secreto quiebra ese canto? Claudio Lluán

En este medio mixto, para flauta contralto, clarinete bajo y sonidos electrónicos, los instrumentistas deben efectuar un recorrido por el recinto, de tal manera que las fuentes sonoras instrumentales realizarán, durante la ejecu-

ción de la pieza, diversos desplazamientos, de manera equivalente a los movimientos virtuales del material electroacústico propagado en configuración octofónica. Para realizar los desplazamientos instrumentales se aprovechó el pasillo en diagonal, donde se emplazaron seis atriles.

La flautista recorrió el pasillo en una dirección a lo largo de la composición mientras el clarinetista hizo el recorrido inverso. Cada intervención instrumental, ubicada en un atril determinado, fue concebida como una micro-pieza.

A estas nueve unidades formales se les intercalan o superponen cinco entradas de la electrónica. La forma temporal también es definida por el movimiento espacial como lo muestra la figura 2.

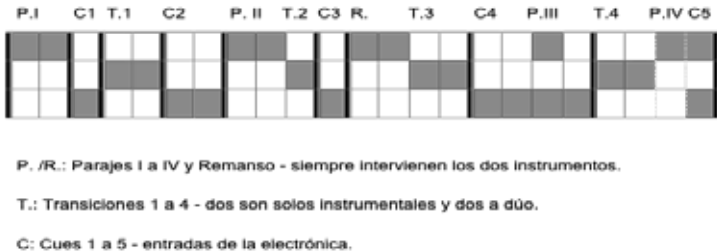


Figura 2. Forma temporal de ¿Qué secreto quiebra ese canto?

### El sueño del héroe. Sergio Santi

La clave de este audiocollage, *El sueño del héroe*, radica en cómo han sido empleados aquellos sonidos cuya fuente concreta o fenómeno causal son susceptibles de ser reconocidos a la escucha por un oyente medio. Al poner en relación dialéctica este tipo de sonidos, devenidos en objetos sonoros, (o, como prefiero llamarlos en este caso, objetos-fuente) fui jerarquizando su aspecto anecdótico, connotativo; o su aspecto material, denotativo, con el propósito de desarrollar modos de representación sonora. Para que estos queden claramente definidos fue necesario oponer dos tipos de contextos. Uno que consiste en un tipo de relato basado en el encadenamiento de los objetos-fuente en una misma dirección, imitando sucesos de la realidad concreta como podría ser lo que solemos llamar *paisaje sonoro*; y otro que consiste en un tipo de relato en el cual

toda linealidad se rompe y se acentúa el aspecto espacial de las estructuras, lo cual permite la ampliación del horizonte de sentidos simbólicos y metafóricos.

### Paisaje. Gabriel Data

La forma de relato en “El Gualeguay” no es lineal; Juan L. Ortiz obliga al lector a volver sobre sus pasos permanentemente. Las frases, metáforas y el uso constante del signo de pregunta solo al final de la sentencia obligan a un permanente repensar sobre el sentido de lo que se está leyendo. El relato gira alrededor del tema del río siguiendo trayectorias cambiantes, no siempre circulares, sino por momentos elípticas e incluso espirales.

*Paisaje* se basa en fragmentos del texto que responden a lo antedicho, pero que además tienen algún tipo de connotación sonora del río y su entorno, no solo el real, sino principalmente el virtualmente imaginado por el autor. Así tenemos dos *espacios*: el natural, exterior, y el imaginario, interior (del autor).

Todos los objetos sonoros que se presentan parten de sonidos concretos tomados del repertorio que el grupo creó como material de base. Por momentos aparecen en la obra *en crudo*, sin procesar, pero fuera del contexto *real* que evocan. Y, por otros, tan transformados que su *naturaleza* o se ha perdido o se ha transmutado a otra *aparente*. En esto, *Paisaje* sigue los preceptos *espectromorfológicos* de Dennis Smalley (1986, 1997) referidos a las *sustituciones gestuales*, desde la pura evocación hasta las sustituciones más lejanas donde el sonido se desvincula de una acción u objeto al cual referir su origen.

### El acero de la intemperie. Alexis Pereplycia

*El acero de la intemperie* es una obra que podemos definir como perteneciente al género *live-electronics*, dentro de la música electroacústica. Se decidió trabajar el abordaje estético para la composición de una obra de *text-sound* o poesía sonora, cuyo material elemental estaría compuesto por fragmentos del poema-libro del autor entrerriano Juan Laurentino Ortiz “El Gualeguay (Fragmento)”. El proceso de trabajo fue desglosado en procesos técnicos, decisiones estéticas, composición electroacústica, obra colectiva, poesía, ecosistema sonoro, programación de software, forma abierta y espacialización de sonido.

Las decisiones estéticas tomadas son fruto de distintas relaciones semánticas entre el texto y el potencial campo sonoro que cada texto seleccionado

sugirió. La tercera escena es inaugurada con el parlamento: “Y supo de ese, *muchachos, aquí no hay retirada*”, y concluye con “sobre el fruto del metal, pesado” (Ortiz, 2005, p. 728). Una posible interpretación nos sugiere un sangriento enfrentamiento y a modo de réquiem se decidió recrear una suerte de campanario que nos proponga una mirada retrospectiva y de carácter meditativo, pero que aun así nos sugiera una metáfora con el hecho de sangre.

En cuanto a la especialización de sonido se empleó tecnología *Ambisonics*, puntualmente se hizo uso de librerías desarrolladas por la Université Paris 8 para el software *Max/MSP*, el cual fue empleado para el desarrollo de nuestra plataforma para la ejecución en vivo de la obra. La tecnología *Ambisonics* nos ayudó a evitar un *sweet spot* demasiado cerrado, lo cual propicia una escucha más homogénea por parte del público; también nos permitió generar nuevos espacios acústicos virtuales, de modo de favorecer el empleo de agentes BOID para realizar trayectorias sonoras dentro del recinto delimitado por los ocho altoparlantes empleados.

Los agentes BOID corresponden a un algoritmo desarrollado por Craig Reynolds (1987) para realizar simulaciones del comportamiento de las bandadas de aves y que, en particular, nos permitió trabajar una mirada estética propia de la era digital y aplicarla a la especialización de sonido simulando un tipo de comportamiento animal indisoluble del ecosistema del litoral: las aves.

## Conclusiones

Las dimensiones espaciotemporales en la música electroacústica generan una relación de complementariedad tal que deben ser abordadas integralmente, como un todo indisoluble donde se vinculan la creación, la interpretación, la tecnología aplicada y la reflexión teórica sobre el resultado estético que conlleva. En el presente trabajo de investigación hemos constatado que el abordaje de la temática del escenario electroacústico como concepto integrador de las instancias que atraviesan el proceso creativo desde su génesis hasta su concreción en concierto constituye un punto de partida válido por los cambios paradigmáticos que puede traer aparejado.

No hay un único programa que cubra todas las instancias de producción de una obra electroacústica multicanal. Será pertinente elaborar a futuro una aplicación de difusión sonora en concierto que permita ordenar las obras con diferentes formatos y cantidad de canales adaptándolos a la configuración de concierto



a la vez que sea lo más flexible posible en el enrutamiento de la señal. En cuanto al registro de una obra electroacústica multicanal octofónica, fundamentalmente las correspondientes a medios mixtos y performáticas, el método de captura sonora del entorno sonoro mediante *Ambisonics* resulta ser muy adecuado.

Con la experiencia de creación de *El Gualeguay. Cinco impresiones sonoras* hemos podido poner en práctica las herramientas creativas y procedimentales que nos planteamos a la vez que consideramos que los resultados (con relación a la coherencia estética del trabajo colectivo) fueron altamente satisfactorios. Hubo incluso coincidencias en los fragmentos de los textos elegidos y, al margen de estas coincidencias, hay una unidad interna muy fuerte en el texto en sí mismo. Este hecho terminó por cohesionar el discurso sonoro en su integridad. En cuanto al campo sonoro elegido de los registros realizados previamente, se produjeron también algunas coincidencias, las cuales por su parte generaron una suerte de ruptura temporal ya que un determinado material aparecía de un cierto modo en uno de los fragmentos compuesto por uno de los compositores y retornaba de otro modo en otro de los fragmentos de un compositor diferente. Lo interesante de esta característica, a nuestro entender, es que un determinado sonido (por ejemplo, la grabación de un campanario), por el tratamiento y por las connotaciones propias del sonido fuente dentro del discurso en el cual aparece, va a cumplir funciones diferentes. Esto ocasiona que, al reaparecer un sonido que fue empleado anteriormente, este surge cumpliendo un rol diferente, lo cual a los oídos del público produce una cierta sensación de sorpresa.

## Referencias bibliográficas

- Atk Community. (2016). *Ambisonic Toolkit*. Recuperado de <https://bit.ly/2HjzVYf> el 16/10/2018.
- Cockos. (s.f.). *Reaper*. Recuperado de <https://www.reaper.fm/download.php> el 16/09/2018.
- Fellgett, P. (1975). Ambisonics. Part One: General System Description. *Studio Sound*, 17(8), 20-40.
- Gerzon, M. (1975). Ambisonics. Part Two: Studio Techniques. *Studio Sound*, 17(10), 60.
- Ortiz, J. L. (2005). *Obra completa*. Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral.

- Pedersen, T. H. y Zacharov, N. (2008). How Many Psycho-Acoustic Attributes are Needed? *The Journal of the Acoustical Society of America*, 123, 3163. <https://doi.org/10.1121/1.2933214>.
- Real Academia Española (RAE). (2014). *Diccionario de la lengua española* (DLE). Recuperado de <http://www.rae.es/> el 01/04/2019.
- Reynolds, C. W. (1987). Flocks, Herds and Schools: A Distributed Behavioral Model. *ACM SIGGRAPH Computer Graphics*, 21(4), 25-34.
- Rumsey, F. (2002). Spatial Quality Evaluation for Reproduced Sound: Terminology, Meaning, and a Scene-Based Paradigm. *Audio Engineering Society*, 50(9), 651-666.
- Scheffer, P. (1988). *Tratado de los objetos musicales*. Traducción de A. Cabezón de Diego. Madrid: Alianza.
- Smalley, D. (1986). *Spectromorphology and Structuring Processes*. En S. Emmerson (Ed.), *The Language of Electroacoustic Music* (pp. 61-93). Basingstoke: Macmillan Press.
- Smalley, D. (1997). Spectromorphology: Explaining Sound-Shapes. *Organised Sound*, 2(2), 107-126.
- Vidolin, A. (2001). *Suonare lo spazio elettroacustico*. Recuperado de <https://bit.ly/30aLLRT> el 16/10/2018.



# De una comunicación en red a una socialidad moldeada por plataformas

*Silvana Comba<sup>1</sup>, Edgardo Toledo<sup>2</sup>,  
Luciano Duyos<sup>3</sup> y Sebastián Strá<sup>4</sup>*

## Resumen

Hasta no hace mucho tiempo, las redes sociales seguían poniendo el centro de interés en el usuario y facilitaban la realización de actividades comunitarias. Pero Facebook y Twitter que, en un principio, se ofrecían como foros de discusión e intercambio de opiniones entre ciudadanos, entre pares, gradualmente se fueron convirtiendo en plataformas donde la socialidad la definen sus propietarios. En este sentido, las redes sociales hoy son sistemas automatizados que inevitablemente diseñan y manipulan conexiones. “Para poder reconocer aquello que las personas quieren y anhelan, Facebook y las demás plataformas siguen el rastro de sus deseos y reducen a algoritmos las relaciones entre personas, cosas, ideas.” (Van Dick, 2016). La *cultura de la conectividad* evolucionó como parte de una transformación histórica mayor, caracterizada por el replanteo de los límites entre lo público, lo privado, lo íntimo y lo corporativo. En los últimos diez años, las normas de la socialidad online cambiaron de manera drástica y todavía se muestran fluctuantes. A lo largo de este trabajo exploraremos estas nuevas socialidades y a los nuevos movimientos sociales

---

<sup>1</sup> Universidad Nacional de Rosario

<sup>2</sup> Universidad Nacional de Rosario

<sup>3</sup> Universidad Nacional de Rosario

<sup>4</sup> Universidad Nacional de Rosario. [seminariociber@gmail.com](mailto:seminariociber@gmail.com)

y cómo interactuamos como ciudadanos en esta ecología de medios basada en plataformas. Para visualizar y comprender el fenómeno desde las mismas prácticas situadas analizaremos dos casos. Uno relacionado a los usos de una aplicación en los museos de la ciudad de Rosario y el otro será a partir de la experiencia de adultos mayores y el acceso a la *ciudadanía digital*.

## **Introducción**

El proceso de informatización y de espectacularización del capital y los supuestos logros de la nueva economía están generando procesos de reorganización territorial, simbólica y normativa de la vida social. Esto da lugar a amplias diferencias entre clases y grupos sociales, nuevas contradicciones entre unidades económicas integradas y espacios geográficos específicos que deben ser reformulados:

Toda conceptualización teórica sobre el interfaz *Ciudadanía/Nuevas Tecnologías de la Información* pasa por abordar el marco de conflictos y contradicciones que atraviesan los procesos de acceso y apropiación local de la tecno-cultura, considerando, desde una visión crítica, tanto el papel de las políticas públicas y las nuevas formas de dominio y control social que inaugura el Capitalismo Cognitivo, como las potencialidades y emergencias del nuevo proceso de mediación social (Sierra Caballero, 2016, p.60).

Hasta no hace mucho tiempo, las redes sociales seguían poniendo el centro de interés en el usuario y facilitaban la realización de actividades comunitarias. Pero Facebook y Twitter, que en un principio se ofrecían como foros de discusión e intercambio de opiniones entre ciudadanos, entre pares, gradualmente se fueron convirtiendo en plataformas donde la socialidad la definen sus propietarios. En este sentido, las redes sociales hoy son sistemas automatizados que inevitablemente diseñan y manipulan conexiones. Para poder reconocer los gustos y preferencias de los usuarios, Facebook y las demás plataformas siguen el rastro de sus deseos y reducen a algoritmos las relaciones entre sujetos, bienes e ideas (Van Dick, 2016).

Una historia crítica del surgimiento de estas plataformas nos permitirá entender las tensiones que se producen hoy hacia el interior del ecosistema de medios en que operan estas plataformas y entre los usuarios. La exploración

de las distintas dimensiones –técnicas, sociales, económicas y culturales– de los medios sociales permitirá dilucidar de qué manera los cambios producidos en la escena de los medios sociales han modificado sustancialmente nuestra experiencia de la socialidad *online*, pero también *offline*.

La interconexión de las principales plataformas de medios sociales tuvo por resultado un ecosistema de medios *conectivos*, conformado por emprendedores (de la cultura del garaje americano) que luego devinieron en poderosos empresarios. El paso de una comunicación en red a una socialidad moldeada por plataformas, y de una cultura participativa a una cultura de la conectividad, ocurrió en un corto plazo (Van Dijck, 2016).

La conectividad evolucionó hasta volverse un recurso valioso, ya que se encontraron métodos para codificar toda la información que generaban los usuarios en las plataformas y se tradujeron en algoritmos. Estos algoritmos contribuyen a moldear una forma particular de socialidad online que ahora se torna un bien redituable, creando un mercado global de medios sociales y contenidos generados por los usuarios. Las plataformas más grandes e influyentes –Facebook, Twitter, *YouTube* e *Instagram*– experimentaron una verdadera explosión en la cantidad de usuarios y en su potencial de generar dinero. Estas empresas de comunicación concentradas:

[...] se mostraron menos interesadas en conformar una comunidad de usuarios que en obtener acceso a sus datos personales (un subproducto inevitable de establecer conexiones y sostenerlas en el medio online) (Van Dijck, 2016, pp. 18-19).

Los creadores/propietarios de las plataformas, en un intento retórico, insisten en asociar la palabra *social* a estos nuevos medios, dando por sentado que estas plataformas ponen el centro de interés en el usuario y facilitan la realización de actividades comunitarias. Así como también usan el término *participativo* para hacer hincapié en la colaboración humana.

Sin duda es válido entender a los medios sociales como sistemas que facilitan o potencian, dentro de la web, redes humanas; es decir, entramados de personas que promueven la interconexión como un valor social. Las ideas, valores y gustos de los individuos son contagiosos, y se esparcen a través de redes humanas; sin embargo, éstas también afectan los

modos de hacer y pensar de los individuos que las conforman. En igual medida, los medios sociales son sistemas automatizados que inevitablemente diseñan y manipulan las conexiones. Para poder reconocer aquello que las personas quieren y anhelan, Facebook y las demás plataformas siguen el rastro de sus deseos y reducen a algoritmos las relaciones entre personas, cosas e ideas. De esta forma, lo social parece abarcar tanto la conexión (humana) como la conectividad (automática), confusión alimentada por muchos CEO en una deliberada ambigüedad (Van Dijck, 2016, pp. 29-30).

En los últimos diez años, las normas de la socialidad online cambiaron de manera drástica, y todavía se muestran fluctuantes. Los patrones de comportamiento existentes en la socialidad *offline* (física) se mezclan cada vez más con las normas sociales y sociotécnicas generadas en el entorno *online*, que adquieren así una nueva dimensionalidad. Las reglas en cuanto a los modos de *compartir* información privada y recibir publicidad personalizada, por ejemplo, eran muy distintas en 2004, al inicio de la web 2.0, de lo que son ahora.

La cultura de la conectividad evolucionó como parte de una transformación histórica mayor, caracterizada por el replanteo de los límites entre lo público, lo privado y lo corporativo. El término *plataforma*, como expone Tarlton Gillespie (2010), tiene múltiples significados: las plataformas son conceptos computacionales y arquitectónicos, pero pueden también entenderse de manera figurativa, en un sentido sociocultural y político, como espacios políticos e infraestructuras performativas. Según la teoría del *actor-red*, una plataforma, antes que un intermediario, es un mediador: moldea la performance de los actos sociales, no sólo los facilita. En términos tecnológicos, las plataformas son proveedores de software (en algunos casos), hardware y servicios que ayudan a codificar actividades sociales en una arquitectura computacional. A la vez procesan (meta) datos mediante algoritmos y protocolos, para luego presentar su lógica en forma de interfaces amigables con el usuario, ofreciendo configuraciones por default que reflejan las elecciones estratégicas de los propietarios de la plataforma.

A medida que adquiere una participación cada vez mayor en la estructuración del mundo, el software “también se repliega, y se vuelve cada vez más difícil prestarle atención, en tanto se encuentra imbricado, oculto, bajo la

superficie, como algo tan sólo olvidado” (Berry, 2011). El desafío es hacer visible la capa oculta y mostrar de qué manera el software cuantifica y mide cada vez más la vida social y cotidiana. El software ayuda a traducir las acciones sociales en lenguaje computacional y viceversa: a convertir el lenguaje computacional en acción social. Amazon, por ejemplo, codifica los gustos de sus clientes y su comportamiento de compra, así como LinkedIn lo hace con las conexiones entre profesionales o trabajadores en búsqueda de empleo y empleadores; luego, estas plataformas traducen estas actividades sociales codificadas en directivas programadas, destinadas a guiar el comportamiento del usuario.

### **La sociedad de la información es una sociedad descentrada**

En este contexto, surge la necesidad de definir políticas regionales y locales en materia de comunicación y cultura, desde la voluntad política de afirmación de un modelo de desarrollo y de construcción de la ciudadanía alternativos a los modelos vigentes. De ahí la emergencia de nuevos movimientos sociales cuyo soporte son los medios sociales. De lo local a lo global, del Estado-nación a la economía-mundo, la historia del capitalismo es la historia de la ampliación y modificación de las condiciones espaciotemporales de desarrollo social que, en el ámbito de la comunicación, se traduce en la alteración de los parámetros espaciotemporales en la experiencia del sujeto moderno.

Como resultado de lo que Giddens denomina el *fenómeno de desanclaje*, prototípico de la modernidad, podríamos afirmar que, a mayor escala del capitalismo, mayor influencia de la comunicación. Muestra de esto es el fenómeno del marketing urbano que asigna a la publicidad y a las estrategias de imagen pública de las ciudades, la compleja tarea de posicionamiento y desarrollo económico del espacio social y cultural.

La sociedad de la información es una sociedad descentrada. Nos encontramos, como señala Ulrich Beck, ante un nuevo entorno que poco tiene que ver con el espíritu positivo de la Ilustración y sus modelos de previsión social, entre otras razones porque la naturaleza del cambio es complejo y difícilmente manejable. Una sociedad de riesgo, pero también de oportunidades que tiende a producir lecturas muy pesimistas sobre la posibilidad de construcción de alternativas colectivas de progreso.

La ciudad digital oscila en una contradicción o paradoja compleja. En una cultura en la que todo habitar es provisorio, un puro efecto de flujo, la



ciudadanía se obtiene por trasmigración, por recorrido y conversión. No se pertenece a una comunidad u otra por origen o estancia, se tiene la marca instantánea del circular del encuentro fortuito (Brea, 2007). No hay fronteras ni límites a los flujos. Los actores sociales transitan continuamente, su cultura es una cultura nómada, construida en muchos casos en tierra de nadie. Cada vez es más difícil territorializar y, sin embargo, es necesario anclar la experiencia, fijar los límites, no de lo físico, sino de lo enunciable.

Nos encontramos con un nuevo modo de ciudadanía, en una comunidad sin sedes ni territorios. La metrópoli es hoy la república de la multitud, un espacio problemático, complejo y conflictivo. En este escenario, debe analizarse la microfísica de potentes procesos productivos de subjetividad que surcan este nuevo entorno urbano y virtual. Los medios sociales constituyen hoy un espacio de comunicación pública en el que se establecen normas y se discuten reglas. Las primeras, según la teoría de Michel Foucault (2014), constituyen el *cemento social y cultural* de las leyes y regulaciones jurídicas. El poder de las normas, en el área de la socialidad, es mucho mayor que el de la ley y el orden. Los métodos contemporáneos de poder son aquéllos que funcionan no ya por el derecho, sino por la técnica; no por la ley, sino por la normalización; no por el castigo, sino por el control (Foucault, 2014).

David Harvey advierte que tenemos otras alternativas posibles y necesarias que, desde una perspectiva crítica, han de ser fijadas como estrategia o alternativa teórica a la hora de pensar la ciudadanía, la comunicación y la cultura urbana en el escenario descrito anteriormente (Harvey, 2013). Pensar la cibercultura y la ciudad tiene implicaciones que exigen integrar aspectos del desarrollo urbano que van más allá de los que fijaba la visión de lo público en la modernidad.

## **Los nuevos movimientos sociales**

Los movimientos sociales constituyen una forma dinámica y flexible de reconstitución de la identidad colectiva, fuera del ámbito de la política formal. Los nuevos movimientos sociales se estructuran a partir de: la constitución y organización informal en redes; la construcción de valores y creencias compartidas; el desarrollo de la acción social en áreas de conflicto; y la independencia de las actividades del colectivo frente a la esfera institucional (Revilla, 1994).

La acción social es el fruto del valor añadido que los actores asignan a las señas de identidad, entendidas como interactivas y compartidas, es decir, más como proceso que como producto. Desde esta perspectiva, los movimientos sociales son conceptualizados como espacios simbólicos de producción, regidos por un código, un lenguaje, una expresividad propia y, en última instancia, por una identidad que determina y orienta el sentido último de la acción. Melucci (1994) distingue tres dimensiones elementales de los movimientos sociales:

1. Las estructuras cognoscitivas relativas a los fines, medios y ámbitos de acción.
2. Las relaciones entre los actores que negocian, se comunican y adoptan colectivamente las decisiones operativas.
3. Las inversiones emocionales, las plusvalías afectivas que invierten los actores.

Los ciudadanos que participan en los movimientos sociales actúan a partir de la información a la que socialmente pueden acceder y que, en muchas ocasiones, el propio grupo les proporciona, configurando a través de múltiples mediaciones su actitud, sus aspiraciones y su comportamiento. Es a través de un proceso de contrato comunicativo, en el diálogo y la participación pública, como se crean nuevos códigos culturales y posibles alternativas simbólicas, en el momento de construcción de la identidad común. Hoy este proceso se complejiza por la acción de los nuevos medios de interacción social.

Los movimientos sociales pueden ser concebidos como sistemas de comunicación estructurados en múltiples redes de relaciones sociales, donde los grupos formales actúan como nudos encargados de recepcionar y retransmitir los mensajes que propician las movilizaciones tendentes a reivindicar tanto cuestiones concretas y puntuales, como genéricamente nuevos modelos culturales, siempre performativamente. En otras palabras, los movimientos sociales son sistemas de acción que operan en campos socioculturales que limitan y ofrecen determinadas posibilidades de transformación del contexto tanto en el plano físico de ocupación como en la articulación proactiva del ciberespacio o mundo virtual (Sierra Caballero, 2016, p. 79).

El sentido que atribuyen los nuevos movimientos sociales a la acción social sitúa epistémicamente a la comunicación como un potencial eje transformador que puede vertebrar localmente las posibilidades de éxito de los

proyectos sociales. La comunicación se constituye en uno de los principales medios de intervención y transformación social. De este modo, los ciudadanos logran reconocerse y reconocer socialmente a *los otros* gracias a los medios digitales distribuidos de representación e intercambio.

Los procesos de hibridación cultural y de reorganización del universo simbólico, producto de un mercado en imparable progresión globalizadora, han generado, por necesidad, nuevos modos de asentamiento de las identidades culturales, fragmentando los discursos grupales en la intersección entre lo masivo, lo culto y lo popular desde el dominio de los nuevos medios de interacción y comunicación social (Sierra Caballero, 2016, p. 80). Para visualizar y comprender el fenómeno desde las mismas prácticas situadas a continuación tomaremos dos casos, uno en relación a los usos de una aplicación en los museos de la ciudad de Rosario y el segundo sobre adultos mayores y el acceso a la *ciudadanía digital*.

### **Caso Adultos mayores y el acceso a la *ciudadanía digital***

En este caso trataremos el acceso a la *ciudadanía digital* en adultos mayores. El análisis será a partir del dictado de talleres del programa *Adultos Mayores* de la UNR. En primer lugar, creemos necesario aclarar que cuando hablamos de adultos mayores y comunicación digital por lo general tendemos a pensar en la categoría acuñada por Marc Prensky de *nativos e inmigrantes digitales*, sin embargo, nosotros entendemos que tomar solamente el criterio etario es muy determinista. Consideramos que sirvió en su momento como metáfora para comprender los cambios que se estaban produciendo, pero hoy no nos permite dar cuenta de situaciones más complejas.

Habría que describir dos conceptos claves: por un lado, el de *ciudadanía digital* y por otro el de *adultos mayores* como un paradigma emergente. Cuando hablamos de *ciudadanía digital* podemos pensarla como la condición de aquellos individuos que pertenecen a la sociedad informacional/digital y utilizan la tecnología para desarrollar distintas actividades en su vida cotidiana.

En este sentido, “las TIC se convierten para los mayores como una oportunidad de seguir integrados en la sociedad” (Agudo Prado, Fombona y Pascual, 2013, p. 11). Por ende, la inclusión digital puede inscribirse como una dimensión transversal para la integración social de acuerdo a los principios en favor de las personas de edad ya enunciados en 1991 por las Naciones

Unidas: independencia, participación, cuidados, autorrealización y dignidad (Organización de las Naciones Unidas, 1991).

Por el otro lado, el paradigma emergente plantea una mejor relación del envejecimiento con la actividad y riqueza de redes vincular y social. De este modo, están cambiando las formas de envejecer. Este cambio da un lugar diferente a las personas mayores en la sociedad y a la apropiación de las tecnologías digitales. Es por eso que hay que abordar el fenómeno desde la noción de brecha digital o exclusión digital ya que nos permite pensar un marco para plantearlo en términos de inclusión social, aplicación de derechos y empoderamiento.

Desde esta perspectiva, las TIC permiten –a los adultos mayores- la oportunidad de ser integrados en la sociedad (Casamayou, 2016). Pero esa oportunidad no tiene por qué ser lineal ni continua y puede presentarse en diferentes trayectos.

Estos diferentes trayectos pueden ser representados a través del siguiente esquema (Figura 1), el cual propone 4 tipos y 2 dimensiones: por un lado la instrumental y las destrezas en el uso, y por el otro la atribución de sentido.

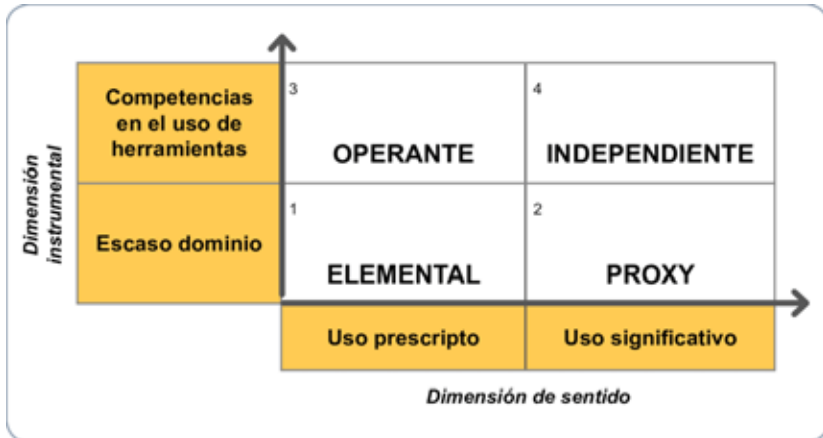


Figura 1. Trayectorias de apropiación. Extraído de Casamayou y Morales González (2017, p. 205)

Casamayou y Morales (2017) nos explican el esquema de la siguiente manera, el cuadrante 1, Elemental, se refiere a quienes inician un proceso de familiarización con las tecnologías o que, por desuso, no desarrollan habili-

dades. El cuadrante 3, Operante, incluye a quienes tienen habilidades en el manejo de los artefactos tecnológicos, pero no presentan diversificación ni creatividad en su uso. Estos dos grupos presentan como estrategia de apropiación la Asimilación funcional (Alonso, 2010) asumiendo pasivamente las prácticas *incrustadas* en la tecnología. El cuadrante 3, Proxy, encuadra a personas que significan positivamente las TIC en relación a proyectos propios, pero recurren a otras personas para concretarlos porque tienen insuficientes habilidades y destrezas en su empleo práctico. En los cuadrantes 2 y 4 las estrategias de apropiación, siguiendo la tipología de Alonso (2010) serían de Incorporación racional, uso con visión crítica; y de Conversión o Reapropiación personal, con transformaciones al objeto y sus aplicaciones según los intereses, necesidades y visiones propias. El cuadrante 4 denominado Independiente, se caracteriza por la autonomía en el uso de la tecnología -dimensión instrumental-, y la construcción de significado que posibilita procesos creativos, productivos y con impacto social (Casamayou y Morales González, 2017, pp. 205-206).

Entendemos, siguiendo a estas autoras, que este modelo incorpora la consideración del nivel de autonomía en el uso de la tecnología y lo relaciona con la dimensión de significado. Por ello, el desafío para las políticas de inclusión digital consiste entonces en promover por un lado las competencias instrumentales y por el otro la construcción de sentido respecto a la comunicación digital, pero esas dos dimensiones interactúan configurando diferentes formas de apropiación.

### **Caso: Rosario, ciudad creativa, ¿ciudad inteligente?**

En el marco dado por las transformaciones vinculadas a la ciudadanía digital y a las estrategias del Estado para conformarse en un actor decisivo, analizamos los usos de una aplicación móvil desarrollada por la Municipalidad de Rosario. La aplicación *Museos Municipales de Rosario* tiene como principal objetivo vincular la idea de relación reticular digital y la noción de ciudadanía considerando el patrimonio artístico e histórico y el espacio público como un territorio de aprendizaje.

A partir de este corpus, nuestra intención fue elaborar un repaso por las nociones de movilidad y espacio público integradas a las prácticas culturales

digitales de la ciudad de Rosario. Este repaso incluyó también un abordaje de las ideas de participación y colaboración en la construcción de los espacios físicos y digitales que esas prácticas culturales pueden implicar.

La aplicación móvil *Museos Municipales de Rosario* muestra toda la información del museo Castagnino+Macro, el Museo de Arte Decorativo Firma y Odilo Estevez, el Museo de la Ciudad Vladimir Mikielievich, el Museo de la Memoria y el Museo Experimental de Ciencias.

Intentamos desentrañar, a partir del análisis de la aplicación, la lógica de acceso de información cultural en el contexto de las conformaciones digitales actuales. Entendemos que la lógica digital dialoga con la conformación de un nuevo tipo de lazo social entre el Estado y las y los ciudadanos.

El análisis de la aplicación contó con una exploración cuantitativa de los usos que fuimos contrastando con los testimonios de algunos trabajadores y trabajadoras de los museos, sobre todo de las áreas de comunicación y de coordinación.

Un conjunto de datos que consideramos significativo para nuestro abordaje indaga el tiempo de duración de la sesión en la aplicación. Allí pudimos obtener algunos indicios sobre los tipos de usos de Museos Municipales de Rosario.

De 975 sesiones iniciadas en durante el año 2017, 711 sesiones duraron de 0 a 3 minutos. Por ello podemos decir que casi el 73% de los usuarios no realiza todo el trayecto de la muestra, sino que usa la aplicación de forma esporádica y con la intención de buscar datos puntuales de resolución inmediata.

De hecho, solamente el 8.7% de las sesiones iniciadas duran entre 10 y 30 minutos. Fragmento de tiempo en el que podemos conjeturar que la aplicación acompañó una buena parte del recorrido por los museos. La duración media de la sesión es de 4 minutos con 4 segundos.

Otro conjunto que elegimos destacar tiene que ver con el flujo de comportamiento de los usuarios en la sesión. De aquí se desprende que, de las 919 sesiones iniciadas en Android, 219 ingresaron solo a la primera pantalla. Es decir, que un 23.8% prácticamente no interactuaron en la aplicación. De las 700 sesiones que accedieron a la segunda pantalla, 447 fueron a la sección *visita*, que podría implicar activar la aplicación para realizar el recorrido en el museo o al menos informarse del mismo. No obstante, de la totalidad de sesiones iniciadas en el periodo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2017, el 50.7% llegó a la cuarta pantalla. El promedio del recorrido de los usuarios es llegar a la 6ta pantalla de la aplicación.

De esto, podemos advertir que el flujo de comportamientos no da indicios de un recorrido lineal por una institución en particular: por ejemplo, transitar de la pantalla de inicio del museo a la pantalla *visita*, de allí a *información* o a los objetos de las muestras. Al contrario, el flujo de recorrido indica que, de las 919 sesiones iniciadas, 447 van a la sesión *visita*, es decir un 48.63% y de allí 234 sesiones van hacia *objetos* de las diferentes colecciones.

Ese número representa un 25.46% del total. El resto de las sesiones iniciadas se desvían hacia contenidos de otros museos. Por ejemplo, del total de sesiones iniciadas en la pantalla del Museo Estévez, el 27% van al Museo de la Ciudad, del total de las sesiones iniciadas en el Museo Castagnino, el 26.44% van a la pantalla del Macro, y del total de las sesiones del Macro, el 28.94% van al Castagnino. Podemos deducir aquí que es probable que la app se utilice en tiempos cortos, para encontrar información precisa y sobre todo por fuera de los museos.

## Referencias bibliográficas

- Berriel, F., Pérez Fernández, R., y Rodríguez, S. (2011). *Vejez y envejecimiento en Uruguay. Fundamentos diagnósticos para la acción*. Montevideo: Ministerio de Desarrollo Social.
- Berry, D. (2011). *The Philosophy of Software: Code and Mediation in the Digital Age*, Londres: Palgrave.
- Brea, J. L. (2007). *Cultura\_RAM*. Barcelona: Gedisa. Recuperado de <http://bit.ly/2FQnR36> el 08/05/2019.
- Casamayou, A. y Morales González, M. J. (2017). Personas mayores y tecnologías digitales: desafíos de un binomio. *Psicología, Conocimiento y Sociedad*, 7(2), 199-226.
- Foucault, M. (2014). *Historia de la sexualidad, Vol. 1, La voluntad de saber*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Gillespie, T. (2010). The politics of platforms. *New Media and Society*, 12(3), London: Sage Publications.
- Harvey, D. (2013). *Ciudades rebeldes. Del derecho a la ciudad a la revolución urbana*. Madrid: Akal. Recuperado de <http://bit.ly/KTgRkl> el 08/05/2019.
- Melucci, A. (1994). Asumir un compromiso: Identidad y movilización en los movimientos sociales. *Revista Zona Abierta*, 69, Madrid.

- Prensky, M. (2001). *Nativos e Inmigrantes Digitales*. Traducción, SEK. Recuperado de <https://bit.ly/2w6wfW6> el 08/05/2019.
- Organización de las Naciones Unidas. (1991). Principios de las Naciones Unidas en favor de las personas de edad. Resolución 46/91. Recuperado de <https://bit.ly/2YhHZQ7> el 08/05/2019.
- Revilla, M. (1994). El concepto de movimiento social: acción, identidad y sentido. *Zona Abierta*, N° 69, Madrid. Recuperado de <http://bit.ly/2yBGjVI> el 08/05/2019.
- Sierra Caballero, F. (2016). Cibercultura, ciudad y nuevos movimientos urbanos. En J. Candón Mena y L. Benítez Eyzaguirre (Eds.), *Activismo digital y nuevos modos de ciudadanía: Una mirada global*, (pp. 60-95). Barcelona: InCom-UAB Publicacions. Recuperado de <https://bit.ly/2vKW24D> el 08/05/2019.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores. Recuperado de <http://bit.ly/2FF5vC6> el 08/05/2019.





# Ciberliteratura. ¿Moda o cambio de paradigma en la lectura y la creación literaria?

Valeria Colella<sup>1</sup>

## Resumen

A pesar de que vivimos sin duda en una época eminentemente visual, no dejamos de vivir también un momento textual particular, en el que la comunicación habitual se hace a través de los mensajes instantáneos, chats, Messenger, Whatsapp y herramientas similares. Las tablets, los smartphones, las plataformas de publicación colectiva y las redes sociales han resultado ser los espacios en los que se sienten más cómodas las nuevas generaciones. Por tanto, tiene lógica que la creatividad literaria tenga lugar a través de estos soportes. En los últimos tiempos se han desarrollado iniciativas que buscan construir historias que se construyan pensando en estos aparatos y sus particularidades: historias interactivas adaptadas a los *smartphones*, experimentos lúdicos, tendencias creativas que tienen muy presentes los hábitos actuales y los móviles como punto de encuentro, que usan una textualidad propia: introducción a la lectura *millennial*, tendencias de consumo cultural, lector multi y transmedia, narrativas hipermedias e hipertextuales, hiperficción constructiva y explorativa, lectura masiva, plataformas de publicación digital, *e-singles*, microficción digital, ficción interactiva, *fanfiction*, realidad aumentada y otros recursos multimedia, *chat stories*, *booktrailers* y *booktubers*, ciberpoesía, ciberdrama como reinención del arte narrativo para el entorno digital, escritura colaborativa, nuevos niveles de participación del lector, historias

---

<sup>1</sup> Universidad Nacional de Córdoba. [info@valeriamcolella.com](mailto:info@valeriamcolella.com)

por entrega, autopublicación, *big data*, inteligencia artificial y chatbots en la creación literaria. Sólo queda por determinar cuáles de estas nuevas formas de lectura serán una moda pasajera y cuáles representan un verdadero cambio de paradigma tanto en la creación literaria como en la forma en que consumimos literatura, y al respecto determinar también qué estrategias usar para rediseñar la experiencia de lectura.

## Introducción

La lectura y la escritura han experimentado numerosas transformaciones a lo largo de la historia, cambios que han surgido o se han trasladado al ecosistema tradicional del libro. Desde Gutenberg que la escritura y la lectura no sufrían un cambio tan disruptivo como el originado por la aparición de las nuevas tecnologías. Este trabajo está estructurado para dar un rápido recorrido por las nuevas narrativas que han surgido del uso de las tecnologías digitales. No obstante, no podríamos iniciar este recorrido sin previamente concentrar nuestra atención en los productores y los destinatarios de este tipo de textos. ¿Cómo podrían haber surgido relatos tan diferentes de los modelos tradicionales si, previa o contemporáneamente, no hubiera un lector preparado para asimilarlos? Luego de hablar de este nuevo lector, haremos una descripción de las distintas narrativas digitales, sus características, sus formas de expresarse y sus repercusiones en la dinámica del circuito editorial. Para finalizar, mencionaremos algunos de los aspectos a tener en cuenta al corregir y editar estas nuevas narrativas, y qué nuevos participantes intervienen en su producción y difusión.

Independientemente de la calidad intelectual y literaria que pueda endilgarse a cada tipología de narrativa digital, al final podrán concluir que la ciberliteratura llegó para quedarse; que hay otra forma de leer y otra forma de escribir. Las nuevas prácticas de lectura están transformando la forma en la que asimilamos la información y, en consecuencia, el lector actual, condicionado por prácticas como los *feeds* y el *scrolling*, puede leer a gran velocidad utilizando una técnica de escaneo que le resulta prácticamente natural.

No obstante, el prejuicio de superficialidad que se le otorga a la lectura digital, en contraposición al carácter reflexivo de la lectura impresa, lo real es que la lectura analógica ha acostumbrado a nuestro cerebro a pautas creadas y mantenidas durante cinco siglos de imprenta, pautas que apenas sufrieron cambios significativos (libros de bolsillo, edición a color).

El origen cultural de la alfabetización, opuesto al biológico de la comunicación, da muestra de que los humanos no tenemos una programación genética para desarrollar tales circuitos. Es por eso que autores como Lorenzo Soccavo han acuñado el término *ciberlector*, un término que propone un nuevo paso en la evolución humana: del *homo sapiens* al lector aumentado, un lector que percibe como innatas cuatro características al momento de asimilar la información: brevedad, inmediatez, movilidad y conectividad.

La industria editorial digital es una realidad emergente que se expresa en innovadoras formas de percibir una literatura que trasciende la obra literaria en sí, y se manifiesta a través de diversos recorridos facilitados por la tecnología (dispositivos móviles, cascos de realidad virtual, gafas de realidad aumentada, aplicaciones de mensajes o de geolocalización, etc.).

Las nuevas tecnologías también han transformado el comportamiento y la interacción entre los distintos eslabones de la cadena de valor del libro. El lector, que otrora ocupaba un papel pasivo de mero receptor, sin más intervención que las opiniones que ocasionalmente formulaba a la editorial o al autor en las presentaciones de libros o mediante los buzones de sugerencias, hoy pretende aportar al proceso de escritura, sentirse parte de él, participar y percibir respuestas.

Algunas editoriales han tomado nota de las necesidades de este nuevo lector y han buscado formas de responder a esa inquietud. *Crave*, una aplicación de Simon & Schuster<sup>2</sup> para su línea de novela romántica, permite que sus suscriptores reciban cada día un pasaje de la obra deseada junto con videos y fotos de los personajes principales, favorece la interacción entre los personajes y los lectores, y complementa los perfiles de los protagonistas con anécdotas e información extra.

El autor no finaliza su trabajo cuando la obra sale al mercado, como ocurría en la etapa predigital, sino que su labor continúa y suele participar de la promoción de una manera activa pero sutil. A título de ejemplo, Joyce Carol Oates, J. K. Rowling y George R. R. Martin dan pistas de sus obras a través de Twitter, información que no se consigue de otra manera y que sirve para esclarecer algunos de sus desarrollos. Para otros autores, la elección entre impreso y digital ha pasado por ampliar las posibilidades de la propia

---

<sup>2</sup> Más información en: <http://about.simonandschuster.biz/news/tag/crave/>

diégesis. Iain Pears lanzó su obra *Arcadia* primero en digital y luego en papel, pero esta última no es tan completa como la versión digital: el libro impreso tiene 180.000 palabras, mientras que en el digital hay 250.000. Para comprender completamente esta obra es imprescindible el uso de una aplicación, pues la obra está concebida para un recorrido digital, ya que presenta diez relatos diferentes correspondientes a otros tantos personajes, y de acuerdo con las elecciones del lector, la historia evoluciona de diferente manera. Esta iniciativa, y muchas otras similares, responden al Digital First, teoría de la comunicación que prioriza el lanzamiento de la versión digital primero, con todas sus prestaciones asociadas, y la posibilidad de la publicación impresa como un producto derivado y secundario, incluso bajo demanda. La distancia existente entre los dos polos del circuito editorial —el autor y el lector— parece reducirse cada vez más, y ello ha modificado también el proceso creativo, en tanto que, a través de las redes sociales, <http://about.simonandschuster.biz/news/tag/crave/> el autor puede llegar a conocer de antemano las inquietudes o aspiraciones de su lector y adaptarse a ellas.

### **Narrativas digitales. ¿moda pasajera o cambio de paradigma?**

A lo largo de la corta e intensa historia digital, el sector cultural ha sido transformado radicalmente por cuatro iniciativas: en la música, la irrupción del modelo iTunes de descarga por canción y de suscripción digital a contenido previo de Spotify; en el sector audiovisual, primero YouTube y después Netflix.

Era razonable esperar que, aun con una feroz resistencia, el sector editorial también se viera afectado. Así surgieron nuevas narrativas que tienen su origen y su final en el uso de las nuevas tecnologías, especialmente los dispositivos móviles.

Sin embargo, parece complicado establecer categorías, ya que la literatura electrónica abarca diversos tipos de narrativas y formas de expresarla aún más diferentes: obras que se entregan segmentadas, teatro interactivo, cuentos que mutan a videojuegos, poesía animada, historias breves, ficciones que se escriben como mensajes de texto se expanden con realidad aumentada o utilizan otros recursos tecnológicos. Hay contenido que no depende de una aplicación determinada (por ejemplo, los dispositivos Kobo, Aldiko, Bluefire) y otros que solo pueden leerse en un único dispositivo (Kindle) o requieren una aplicación, como ocurre con los libros infantiles. Incluso hay

narrativas que son propiamente una aplicación, como *El hombre volcán* (Premio de Libro Digital 2012), *In my dream* (Premio Feria del Libro de Bolonia 2013) o *Love the App* (Premio Feria del Libro de Bolonia, 2014).

Al principio de esta transformación hacia los llamados libros enriquecidos, las críticas iban dirigidas a que la textualidad se perdía en favor de efectos visuales que poco aportaban a la narración; más bien al contrario, solo causaban distracciones y recursos efectistas. Tras esos primeros tiempos de experimentación y desmesura por demostrar las posibilidades del nuevo formato, la tendencia se ha dirigido a la moderación, aprovechando las posibilidades de la edición digital sin sobrecargar la historia. Un caso paradigmático es *Device6*, un juego que narra las aventuras de su protagonista usando texto, imágenes y sonidos para guiar al lector a través de un conjunto de acertijos. A pesar de toda la interactividad y llamadas a la acción incluidas para descifrar algunas partes del desarrollo narrativo, todo se centra en el texto. Pasada la etapa de experimentación, hoy es posible acordar que, en esencia, se considera literatura digital aquella creada usando la textualidad electrónica y que no se podría traducir al papel. Es decir, para que una obra se considere digital debe reunir, en un mismo espacio, lenguajes y formas expresivas diversas: lo textual, lo visual y lo interactivo. Los dos pilares de la literatura electrónica son el hipertexto (organización no secuencial) y el hipermedia (convergencia de medios).

## **Narrativa hipertextual e hipermedia**

La narrativa hipertextual está constituida por un conjunto de textos interconectados entre sí por medio de enlaces, y comprende tanto la hiperficción explorativa (donde el lector elige el modo en que se adentra al texto sin modificarlo) como la hiperficción constructiva (esencialmente basada en la escritura colaborativa). Estas narrativas no responden a las expectativas de una estructura coherente y un final preciso. El hipertexto ofrece un recorrido narrativo vagabundo y sin salida que se realiza por placer. Si además se incluyen elementos multimedia (imagen, imagen en movimiento, sonido, video o animaciones), se trata ahora de narrativas hipermedia, si bien para algunos no se trata de un género narrativo como tal, sino una expresión del cauce narrativo. No debemos confundir la narrativa hipermedia (en la que convergen textos y recursos multimedia) con términos como narrativa multiplataforma, transmedia o *crossmedia*.

La narrativa multiplataforma relata la misma historia en diferentes soportes (por ejemplo, *El Señor de los Anillos* o *Harry Potter*, cuyas películas cuentan las historias creadas por J. R. R. Tolkien y J. K. Rowling con los recursos propios del cine). En la narrativa transmedia, los relatos ficcionales se extienden a otros formatos, pero mantienen sentido por sí solos y no es necesario seguirlos en todos los medios (como *StarWars* y series de anime como *Dragon Ball*). La narrativa *crossmedia* amplía la historia a otras dimensiones, pero es necesario experimentar el conjunto para entenderlos (como *Assassin's Creed*, un videojuego que ha generado un universo de contenidos a su alrededor que incluye libros, cómics, aplicaciones para dispositivos móviles y una película).

A diferencia de lo *hipermedia*, que es un recurso narrativo, lo *multiplataforma*, lo *transmedia* y lo *crossmedia* solo implican, al decir de Henry Jenkins, el flujo de contenido a través de múltiples plataformas fruto de esta nueva era de convergencia de medios.

## Lo digital es interactivo

Para estas nuevas formas de contar una historia, la interactividad es un factor clave, pero hay muchas maneras de incluir interacciones en una narrativa digital, y ello dependerá del formato de publicación elegido. No obstante, básicamente, una narrativa digital puede compartirse y anotarse, interactuar con el traductor, un diccionario especializado o Wikipedia; nos permite buscar palabras o frases clave y sincronizar la lectura y sus anotaciones desde distintos dispositivos. Un nuevo avance presenta narrativas conectadas con plataformas multimedia como *podcasts*, novelas con listas de reproducción de iTunes o Spotify, con enlaces a *booktrailers* en YouTube o *Vimeo*, e incluso a perfiles sociales de los personajes. En el nivel extremo de interacción del lector se constituye *Blackbar*, una aplicación de ficción interactiva donde quien lee lucha contra la censura rellenando el texto tachado de una serie de cartas mecanografiadas. A medida que descifra su contenido descubre cuándo y por qué sucedieron los hechos que dan pie a la historia, o *Blindscape*, que podría definirse como un audiolibro interactivo donde el oyente (lector) tiene que escuchar atentamente para poder escapar de una habitación en la que está encerrado. Esta idea la podemos encontrar también en *Wonderland: A Solvitur Ambulando Mystery*, un audiodrama de

misterio cuya lectura se debe desarrollar en la calle y requiere de interacción con el GPS y un acelerómetro del móvil.

## **Nuevas realidades**

El uso de realidad aumentada, realidad virtual y realidad mixta ha supuesto otro importante paso. Mientras que la realidad aumentada complementa el entorno real con objetos digitales, la realidad virtual simula una experiencia sensorial completa dentro de un ambiente artificial, y la realidad mixta une ambas experiencias y permite interactuar con objetos reales dentro de un mundo virtual, estar inmerso en un mundo completamente virtual o reproducir elementos virtuales en un entorno real. Entre todas las innovaciones relacionadas con estas nuevas realidades aplicadas a la narrativa literaria se destaca *Léeme VR*, un proyecto español que crea experiencias inmersivas dentro de los libros, permitiendo al lector literalmente entrar en los libros y experimentar su trama en primera persona, como si se convirtiera en uno más de los personajes.

### ***Lo breve y digital***

Las *chat stories* son historias cortas que imitan una conversación real, una sucesión de mensajes de texto que da pie a todo tipo de géneros. Se leen en el móvil, en menos de quince minutos, e imitan el formato del *texting*: estilo de conversación, frases cortas y *emojis*. En Argentina, este tipo de narración se hizo popular gracias a Mauro Croche, un escritor nacido en Zárate que viralizó en las redes un chat de Whatsapp protagonizado por dos amigas. Pero no se trataba de una charla real, sino de un recurso publicitario para uno de los *666 cuentos del terror* que el autor ha escrito con este mismo tipo de narrativa. Hay muchas aplicaciones que exclusivamente contienen *chat stories* a manera de biblioteca. Las más conocidas son *Hooked*, *Leemur*, *Amazon Rapids*, *Book Messenger* y *Tap* de Wattpad.

Este tipo de narrativa pretende seguir evolucionando e incluir audio, al igual que las aplicaciones de mensajería, para dar aún más sensación de realismo. También es posible que el lector interactúe y pueda tomar parte de la historia. En *Proyecto Lost Bot*, que se activa al entrar al *Messenger* de Facebook, el lector, a partir de la lectura, debe tomar una serie de decisiones y elegir entre las dos opciones que se le ofrecen en cada caso y recorrer di-



ferentes escenas narrativas. El relato incluye además música y video. Otras narrativas que brindan una experiencia idéntica a los chats y un nivel de personalización mayor son *Seen*, *Adela* o *Sara is Missing*. Los *e-singles* son historias completas que se escriben rápidamente, para una publicación rápida y una lectura igualmente rápida. Su extensión depende de la aplicación que se use para publicarla.

*Shorti* es una plataforma social que permite imaginar, crear y compartir historias cortas y poemas de hasta 1500 palabras, seguir a tus escritores favoritos, recibir notificaciones cada vez que publiquen una nueva historia y compartir esas historias en Facebook y Twitter.

Amazon tiene su propia aplicación, *Kindle Singles*, desde 2011, con historias de entre 10.000 y 30.000 palabras para leer en menos de dos horas. Es un género que se ubica a mitad de camino entre una microficción y una novela tradicional.

Las microficciones digitales son formas breves de enunciación que expresan una idea con pocas palabras, obligando al lector, más que cualquier otro género, a imaginar. En la era digital, las microficciones pueden comprender textos literarios en Twitter o microficciones que tienen como soporte recursos multimedia.

### ***Lo visual y auditivo***

Otra de las narrativas que más auge ha cobrado en la era digital son los cómics o novelas gráficas. Los artistas y las editoriales artísticas pueden editar y publicar sus obras sin necesidad de afrontar los elevados costos de la impresión en papel y a color. Además, se pueden aprovechar recursos multimedia sin necesidad de programación, incluir interactividad y publicar por entregas.

*Storyboard* es una plataforma que permite maquetar un conjunto de ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia, previsualizar una animación o seguir la estructura de un proyecto audiovisual. El *storyboard* es el modo de previsualización que constituye el modo habitual de reproducción en la industria fílmica.

La ciberpoesía es una narrativa bastante heterogénea, con mucha interacción visual. Comprende la poesía hipertextual, la poesía en movimiento y la holopoesía o poesía tridimensional (esta última que ya se encuentra fuera del libro digital y que comprende la poesía virtual sobre medios holográficos

o con textos tridimensionales). El debate sobre si un *tuit* o un meme pueden ser considerados poesía aún está vigente, existe poesía hecha por inteligencia artificial e incluso un poema hecho con textos del correo basura de una casilla de mail.

Los ciberdramas están vinculados con los videojuegos, realidades virtuales donde el usuario debe adoptar una personalidad desde un avatar e interactuar con otros dentro de un entorno virtual. Se trata de la reinención de la literatura para el entorno digital mediante videojuegos narrativos y juegos de rol que permiten la inmersión y transportación del lector y su intervención en la creación y modificación del contenido narrativo. La narrativa avanza de la mano del lector usuario, que es el responsable de lo que sucede al protagonista.

Hay muchos ejemplos de lo borroso que es el límite entre literatura tradicional y videojuegos. *Memoranda* es un videojuego creado bajo la influencia de Haruki Murakami y, como sus obras, mezcla el surrealismo con situaciones cotidianas, todo envuelto en un halo de misterio. En el mismo sentido, *El Señor de los Anillos* cuenta con sus propias versiones lúdicas; *Devil May Cry* y *Dante's Inferno* homenajean la obra de Dante; Lovecraft ha inspirado títulos como *Bloodborne* o *The Last Door*.

Muchos son los escritores que participan en el desarrollo de videojuegos basados en sus novelas: *The Witcher*, de Andrzej Sapkowski; *Mundodisco*, de Terry Pratchett; *I Have No Mouth And I Must Scream*, de Harlan Ellison, y *Metro*, de Dmitri Glujovski. También hay escritores, como el ruso Sergey Malitsky, que son contratados para redactar los guiones de videojuegos como *Ash of Gods*.

La irrupción de los sistemas basados en interacción por voz, tales como *Google Home*, *Amazon Echo* y los asistentes virtuales como *Siri*, *Alexa* o *Google Now*, marcan el camino hacia un futuro *manos libres* a partir del cual los usuarios realizarán casi cualquier acción sobre un dispositivo digital sin utilizar las manos.

Siguiendo esta línea, los audiolibros son un recurso de comunicación muy útil cuando la lectura directa no es posible (personas ocupadas, con falta de tiempo para leer, con dificultades en la visión o incapacitadas para entender signos, que no están alfabetizadas, que pasan mucho tiempo viajando o que no tienen hábito de lectura; también pueden usarse para aumentar la capacidad de atención y la concentración o como ejercitación para los estudiantes de idiomas). La voz puede ser generada por computadoras (*plugins* TTS) o por locutores o narradores profesionales que interpretan y dramatizan los textos.

Este es uno de los formatos que más ha crecido. *Audible*, la aplicación de Amazon para audiolibros tiene más de 180.000 títulos disponibles, entre libros y *podcasts*, más de 100 millones de descargas y cerca de 600.000 suscriptores. *Storytel*, la versión europea, cuenta con cerca de 60.000 audiolibros en varios idiomas, un millón de descargas y más de 500.000 usuarios. El servicio en *streaming* de *Storytel* permite a sus usuarios escuchar/leer de forma ilimitada todo tipo de audiolibros a través de una aplicación móvil.

Los videos también han encontrado su lugar en las narrativas digitales. Se utilizan para acompañar algunas escenas o directamente para promocionar un libro. Los *booktrailers* emplean técnicas similares a las de los *trailers* de películas, con el objetivo de promocionar libros y animar a los lectores. Se distribuyen en línea en los formatos más comunes de video digital y pueden incluir escenas del libro, resúmenes completos, videos en flash, animaciones o simplemente fotografías en secuencia, que son acompañadas por música y los extractos más atractivos de la historia.

*Draw My Life* es un tipo de narrativa en video que cuenta una historia mediante dibujos de figuras clave e ilustraciones en una pizarra grabadas en movimiento rápido. Se originó en 2013 de la mano de algunos *youtubers* que contaban la historia de su vida a través de figuras, utilizando lápiz y papel, pizarras blancas o programas como el *Paint*. Estas narrativas se han vuelto muy populares entre las nuevas generaciones porque explican de forma amena y gráfica cualquier historia. Hoy hay más de 850.000 resultados en la búsqueda para “*Draw My Life*” en *YouTube*, y, con la consigna de ser “la historia que puedes crear en imágenes”, está disponible en Amazon el libro con indicaciones para ilustrar y anotar tus mejores momentos para contar tu historia.

### ***Las publicaciones por capítulos***

La modalidad de publicación por entregas consiste en dividir la obra literaria (ficción) o informativa (no ficción) en capítulos o módulos que se van publicando en sucesivas entregas. Esta modalidad, unida al carácter social de plataformas como *Wattpad*, permite evaluar el interés del público y medir la implicación de los personajes, las situaciones que generan mayor afinidad, etcétera.

*Wattpad* es una comunidad que reúne a escritores de libros por entrega con sus lectores. Autores principiantes de todas las edades dan a conocer sus historias e ideas literarias al mundo y pueden agregar imágenes, *gifs*, animaciones,

videos e incluso historias gráficas. La plataforma se organiza por géneros y funciona de manera muy similar a las redes sociales, con segmentaciones por situación geográfica y características de usuario, publicidades por etiquetas, recomendaciones, listas de lecturas, votos e historias más compartidas, notificaciones de actualizaciones y concursos.

Muchas editoriales encontraron en *Wattpad* autores noveles e historias inéditas con muchos seguidores y editaron sus libros. Quizá los casos más conocidos sean Anna Todd (la escritora de la saga *After*); Blair Holden (*Bad Boys and Girls*), Estelle Maskame (*Love You*) y Christina Chiperin (escritora de la saga *My dilemma is you*). También tenemos ejemplos de literatura en español: Lady Reynolds (*El chico de la ventana del baño*) y la argentina Mercedes Ron (autora de la saga *Culpables*).

En cifras, *Wattpad* tiene más de 40 millones de usuarios activos, 13 mil millones de minutos pasados en la plataforma por mes, 150 millones de historias originales subidas a *Wattpad*, y el 90 % de toda su actividad se lleva a cabo en dispositivos móviles. Además de *Wattpad*, existen otras plataformas de características muy similares, como *Scribd* y *Sweek*, y para el subgénero *fandom*, *fanfic* o *fanfiction*, los sitios *Fanfic.es* y *Fanfiction.net*. El término *fanfiction* (literalmente, “ficción de fans”) hace referencia a relatos de ficción escritos por fanáticos de una obra literaria o dramática (ya sean libros, películas, novelas, programas de televisión, videojuegos o animes). En estos relatos se utilizan los personajes, situaciones y ambientes descritos en una historia original y se desarrollan en nuevos contextos.

La idea de retomar el universo creativo de una obra ajena (personajes, universo ficcional, tramas principales) y desarrollarlas más allá del original es algo tan antiguo como la propia literatura (la *Eneida* de Virgilio o las revisiones del mito de Edipo por parte de Eurípides, Sófocles y Esquilo). Independientemente de las cuestiones legales relativas a *copyright*, propiedad intelectual y derechos de autor, se trata de una narrativa que se decanta como la favorita para la iniciación a la escritura. Además, su utilización como herramienta de marketing ha causado un cambio radical en la producción y el consumo de contenidos. *Brand storytelling* son historias patrocinadas por marcas que contratan escritores para abrir mercados y publicitar obras y artistas (*One Direction*, *Coca Cola*, *Cadbury* y *AT&T* y los productores de la película *Bajo la misma estrella*).

*Litnet* también es una aplicación de origen ruso destinada a la publicación de novelas por entregas, pero permite que los escritores obtengan ingresos por medio de su plataforma en un sistema novedoso de micropagos. *Litnet* tiene una lista de géneros literarios para facilitarle la búsqueda a sus usuarios y autores: fantasía, mística, misterio, paranormal, novela romántica, ciencia ficción, entre otros.

Esta comunidad ha incorporado los concursos en colaboración con editoriales para motivar a sus escritores. Existen diferentes concursos que son acompañados por una especie de reto de escritura en donde se asignan cantidad de palabras y tema, dependiendo de las exigencias de la editorial que convoque el concurso por medio de *Litnet*.

### ***La autopublicación***

Un capítulo aparte merece el crecimiento de la autopublicación. La tecnología digital ha supuesto una oportunidad para que todos los escritores puedan publicar digitalmente sus obras. Sin costos de impresión y distribución, los beneficios de la venta llegan directamente a manos del autor con una inmediatez que no puede esperarse en una publicación impresa. Además, el alcance global de internet permite que el número de potenciales lectores sea muchísimo mayor y da oportunidades a los libros de nicho.

Al igual que lo que sucede con *Wattpad*, los autores autopublicados que logran cierto éxito son buscados por editoriales para publicar sus libros impresos, y hace pocas semanas se desató una polémica en Francia porque el prestigioso Premio Renaudot, otorgado desde 1926 por periodistas y críticos literarios, eligió una novela digital autoeditada como candidata al premio (*Bande de Français*, de Marco Koskas).

Si bien la *escritura colaborativa* es más antigua que los avances tecnológicos y digitales, en la era de la globalización este fenómeno alcanza proporciones exponenciales. El más claro ejemplo de este cadáver exquisito literario lo constituye, sin dudas, Wikipedia y otras plataformas como *BoomWriter* o *Proyecto Wiki*. La otrora noción de coautoría contempla desde sagas literarias de autores diferentes hasta aplicaciones como *AdrénaLivre*, un *startup* francés que produce libros interactivos en formato app en los que los lectores influyen en el desarrollo de la narración y en su resolución final.

### ***Lo que parece de ciencia ficción***

*Big data* e inteligencia artificial representan palabras técnicas relativamente nuevas en el léxico convencional. Sin embargo, sus aplicaciones llevan mucho tiempo impulsando y transformando no solo cómo leemos, sino también cómo accedemos, interpretamos y procesamos datos en general. En el sector audiovisual, Netflix, por ejemplo, utiliza la información obtenida de sus suscriptores para garantizar el éxito de sus series. Las películas de la franquicia de Marvel también usan *big data* para detectar qué personajes y relaciones maximizan el interés de sus seguidores, así como para generar ideas sobre tramas y arquetipos para sus personajes.

Los lectores electrónicos y las tabletas, como el Kindle, el Nook o el iPad, recopilan datos a través de sus aplicaciones: miden el tiempo promedio de lectura de un libro, el horario en el que los lectores prefieren leer y cómo interactúan con libros de ciertos géneros. Este tipo de datos permite a los editores conocer y comprender mejor el comportamiento de los lectores, promueve la publicación de libros que atraen a más lectores e incluso identifica y sugiere recomendaciones personalizadas de libros que reflejan lo que quiere y lo que espera un lector.

La última y más controvertida tendencia señala la conjunción de *inteligencia artificial* y narrativa literaria. Originariamente, la industria creativa le dio la bienvenida a este tipo de *software* en los servicios de recomendaciones, *chatbots* de atención al cliente y en los juegos en línea. Desde entonces, se han sucedido grandes avances en programas informáticos que pueden generar noticias y artículos muy bien escritos. Estos programas generan y crean contenido de una manera tan cercana al lenguaje natural humano que es cada vez más difícil distinguir entre la prosa generada artificialmente y la escrita por seres humanos. Incluso la inteligencia artificial ha resultado finalista en un concurso literario. La novela *Konpyuta ga shosetsu wo kaku hi* (“*El día en que una computadora escribe una novela*”) superó un proceso de selección entre 1450 participantes y los jueces del *Nikkei Hoshi Shinichi Literary Award* no se dieron cuenta. Fue redactada por inteligencia artificial con base en una serie de parámetros definidos por sus programadores, y esta no fue la única obra coescrita por una máquina que participó en el concurso. 11 de las 1450 novelas participantes estaban redactadas por inteligencia artificial. Y el debate en torno al uso de inteligencia artificial en la literatura ni siquiera ha comenzado.

Lo expuesto en este apartado parece apuntar a un cambio en el hábito de lectura de las nuevas generaciones, más acostumbradas a consumir grandes cantidades de contenido visual a gran velocidad, por lo que es de esperar que las narrativas digitales no constituyan solo una moda pasajera.

## **Modas y tendencias**

Sí han surgido nuevas prácticas relacionadas con la literatura digital, que no son formas narrativas, pero evidencian cómo la lectura dejó de ser un viaje personal e introspectivo para convertirse en un viaje social. *Bookstagram* es un fenómeno que tiene al libro como protagonista en *Instagram* y que puede servir a las editoriales tanto como inspiración como por estrategia para captar *influenciadores* (*bookstagramers*). Los *booktubers* también se han convertido en fuertes líderes de opinión en el mundo editorial, principalmente para el público adolescente, por su estilo de comunicación coloquial y cercano. Ellos cuentan, opinan y analizan sus lecturas con desenfado, motivo por el cual son seguidos por cientos de miles de suscriptores de su misma edad. *Insta Novels* es una reinención de *Instagram Stories* para proporcionar una nueva plataforma para contar historias. El proyecto fue lanzado en la cuenta de *Instagram* de la Biblioteca Pública de Nueva York, con la primera parte de una versión recién digitalizada de *Alicia en el País de las Maravillas*. Al acceder a las historias se puede ver una presentación animada, un índice y una lista de páginas disponibles para su lectura.

## **Conclusiones**

La lectura y la escritura han experimentado numerosas transformaciones a lo largo de la historia, cambios que han surgido o se han trasladado al ecosistema tradicional del libro, pero ninguno tan profundo como el acarreado por las nuevas tecnologías de la información. Estas nuevas prácticas, condicionadas por la forma en la que asimilamos la información, convierten al lector actual en un lector aumentado, que puede leer a gran velocidad utilizando una técnica de escaneo que le resulta prácticamente natural.

Este nuevo lector está ávido por participar del proceso creativo del libro y prefiere narrativas que cumplan las características de brevedad, inmediatez, movilidad y conectividad. De acuerdo con Cassany (2002), “No existe un prototipo de lector, sino una infinidad de individualidades con un grado

diferente de conocimiento previo, que se acercan al hipertexto con intereses y propósitos diversos” (p. 5). Por este motivo, resulta complicado establecer categorías en cuanto a la literatura electrónica, porque esta abarca diversos tipos de narrativas y formas de expresarla aún más diferentes: obras que se entregan segmentadas, teatro interactivo, cuentos que mutan a videojuegos, poesía animada, historias breves, ficciones que se escriben como mensajes de texto, se expanden con realidad aumentada o utilizan otros recursos multimedia.

## Referencias bibliográficas

- Bekhta, N. (2018). Reading Experimental Literature: Unreadability, Discomfort and Reading Strategies. En H. Pyrhönen y J. Kantola (Eds.), *Reading Today*, London: UCL Press. doi.org/10.14324/111.97811787351950.
- Colella, V. (2015). *Presente y futuro de la industria editorial. Publicaciones digitales* (Trabajo de fin de Posgrado en Gestión de Emprendimientos Creativos), Secretaría de Extensión de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba.
- Cordón, J. A. (2016). La lectura en el entorno digital: nuevas materialidades y prácticas discursivas. *Revista Chilena de Literatura*, 94, 15-38.
- Costa Sánchez, C. y Piñeiro Otero, T. (2012). Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, *crossmedia* y transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE). *Revista ICONO14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 10(2), 102-125. doi.org/10.7195/ri14.v10i2.156.
- Cruces, F. (2017). Maneras de leer: una introducción. En F. Cruces (Dir.), *¿Cómo leemos en la sociedad digital? Lectores, booktubers y prosumidores*. Madrid: Ariel.
- Gamba Bar, A. (2002). Hipertexto y pensamiento: una búsqueda de nuevas herramientas de interlocución. [Entrada blog]. Recuperado de <https://bit.ly/2vNg9Py> el 08/05/2019.
- Gómez Díaz, R., García Rodríguez, A., Cordón García, J. A. y Alonso Arévalo, J. (2016). *Leyendo entre pantallas*. Gijón: Trea.
- Moreno Sánchez, I. (2012). Narrativa hipermedia y transmedia En V. Perales Blanco (Coord.), *Creatividad y discursos hipermedia* (pp. 21-40). Murcia: Editum.
- Rodríguez Ruiz, J. A. (2006). *El relato digital. Hacia un nuevo arte narrativo*. Bogotá: Libros de Arena.





# Transmedialidad y apropiacionismo en narrativas tecnológicas hispánicas del siglo XXI

*Andrés Olaizola<sup>1</sup>*

## **Resumen**

Este trabajo se propone examinar un corpus de textos narrativos hispánicos del siglo XXI (Cristina Rivera Garza, Agustín Fernández Mallo, Jorge Carrión, Vicente Luis Mora, Claudia Apablaza, etc.), en los cuales se evidencian una interrelación estrecha entre narrativa y tecnología, tanto en lo que respecta a las formas de composición que le propician su materialidad específica, como al desarrollo de una retórica que interpela y dialoga con el pasado literario y el contexto cultural, social y político contemporáneo. Para el examen, se propondrán los conceptos de transmedialidad y apropiacionismo.

## **Introducción**

Las tecnologías de la información y la comunicación que comenzaron a desarrollarse luego de la Segunda Guerra Mundial y que experimentaron una complejización técnica a partir de las últimas décadas del siglo XX y los primeros años del siglo XXI, producto de la digitalización de los medios, del aumento de la capacidad de almacenamiento y de velocidad de procesamiento de los equipos, de la portabilidad y de la interconectividad de los dispositivos, cambiaron la manera en que se piensa, se lee y se escribe. Los entornos digitales interconectados, con sus rasgos distintivos y características formales, permiten expandir la concepción de la escritura y la lectura. En los medios y

---

<sup>1</sup> Universidad de Palermo. [aolaizola@gmail.com](mailto:aolaizola@gmail.com)

plataformas digitales, la práctica de la escritura requiere un análisis crítico y una selección cuidadosa de diferentes elementos multimodales. Para componer un texto, las escritoras y los escritores digitales pueden emplear palabras, imágenes, videos, sonido, esquemas de diseño, elementos interactivos, etc. El escrito puede basarse en un esquema de composición lineal, pero también puede emplear la no linealidad. A su vez, la conectividad y la interactividad conllevan a que la escritura no esté necesariamente diferida en tiempo y en espacio: la publicación, la recepción y la retroalimentación pueden realizarse prácticamente de forma simultánea.

La cultura participativa, enmarcada en la convergencia digital (Jenkins, 2008), potencia que los usuarios desarrollen por su cuenta contenidos digitales en diferentes medios y géneros para publicarlos y diseminarlos en y a través de distintos espacios y plataformas; por lo tanto, todo lector es al mismo tiempo un escritor, editor y distribuidor. Incluso para aquellos usuarios que no producen contenidos, la lectura se complejiza, ya que es necesario comprender una gramática verbal, visual e interactiva, a través de la cual los textos digitales construyen significado.

Vicente Luis Mora (2013) explica que en el momento histórico actual se evidencian una serie de cambios que afectan a elementos espaciales, comunicativos, tecnológicos, sociales, culturales, etc. De las distintas transformaciones, Mora subraya tres de ellas. La primera sería el nuevo modo de organizar la información, lo cual repercute en la formación del conocimiento, proceso que a su vez les permitirá a los individuos construir una determinada cosmovisión. Es esta idea propia del mundo la que cualquier autor, de manera más o menos explícita, tiende a comunicar a través de sus libros. El segundo cambio es que esa información que se recopila, archiva y emplea, no se presenta bajo la forma del texto verbal, sino que se produce, difunde y se recibe en un formato predominantemente *textovisual*, es decir, mediante la transmisión adjunta de texto, imágenes y sonido. El tercer cambio se centra en que, a diferencia del lector pasivo del siglo XX, el lector del tercer milenio es un *lectoespectador*, un consumidor que es a la vez un productor (prosumidor) y que está acostumbrado a interactuar y a trabajar de diversas maneras con la información que recibe: la mezcla, la completa con Google o Wikipedia, la sintetiza, la comparte, la reversiona, la expande, etc.

Estas nuevas formas de archivar información, de construir conocimiento, de leer y de escribir transforman tanto la forma como el contenido de lo que

se puede entender, en el presente contexto, por literatura. A su vez, la interconectividad de los dispositivos y de los sistemas, que enmarca y potencia los rasgos distintivos de la escritura y la lectura digitales (multimodal, multimedia, colaborativa, instantánea, recursiva), actualizan y complejizan problemáticas teóricas anteriores como las vinculadas a la autoría, la propiedad, la originalidad, la estética de los medios, las técnicas de composición surgidas en la modernidad, etc.

### **De las narraciones hipertextuales a las *narrativas tecnológicas***

El desarrollo de la tecnología del hipertexto y de soporte del CD-ROM permitió, que durante las décadas del ochenta y del noventa, aparecieran las llamadas *ficciones hipertextuales*, que experimentaban sobre todo con la interactividad, la no-linealidad y la multimodalidad. Textos como *Afternoon, a story* (1987), de Michael Joyce, *Victory Garden* (1992) de Stuart Moulthrop, y *Patchwork Girl* (1995) de Shelley Jackson resultaron innovadoras en lo técnico y fueron objeto de análisis de diversa bibliografía (Bolter, 1990; Landow, 1991; Aaserth, 1997; etc.).

Sin embargo, las narraciones hipertextuales e hipermediales de las últimas dos décadas del siglo XX tuvieron una difusión y recepción acotada, casi exclusivamente en el campo de la literatura experimental. Teresa Gómez Trueba (2013) explica que la temática de la literatura electrónica, específicamente en y a través de Internet, posee un gran volumen de trabajos teóricos, pero no así el de la presencia o huella que Internet y en general las nuevas tecnologías dejan en la literatura impresa. Justamente, es en este segundo fenómeno en el que se enfoca el trabajo de la autora, del cual tomaremos algunos elementos para la descripción de nuestro problema de investigación.

Gómez Trueba parte de diferenciar a la narrativa contemporánea publicada en formato impreso que emplea la esfera de las nuevas tecnologías como referente temático de la que utiliza a Internet como modelo para su estructura. En relación al primer grupo de textos narrativos, se menciona como antecedente ineludible a autores ingleses y estadounidenses como Philip K. Dick, Thomas Pynchon, J. B. Ballard, Kurt Vonnegut, que ya desde los años setenta reflexionaron acerca de cómo los imparables avances científicos y tecnológicos de nuestra era podían cambiar nuestra percepción de la realidad. A su vez, la narrativa *cyberpunk* de los años ochenta, como *Neuromante* (1984) de William

Gibson, explora desde la ciencia ficción cómo la tecnología está imbricada indisolublemente en el cuerpo, en la mente y en la experiencia de sujeto.

En lo que respecta al ámbito hispánico, existen numerosas novelas publicadas a partir del año 2000 que poseen una temática futurista, tecnológica o directamente apocalíptica o distópica. Entre las producciones se pueden mencionar *Efectos secundarios* (2000) e *Intente buscar otras palabras* (2009) de Germán Sierra, *Plop* (2002) de Rafael Pinedo, *Cero absoluto* (2005) de Javier Fernández, *El año del desierto* (2006) de Pedro Mairal, *El campito* (2009) de Juan Diego Incardona, *Los muertos* (2010) de Jorge Carrión, *Alba Cromm* (2010) de Vicente Luis Mora, *Acceso no autorizado* (2011) y *Quédate este día y esta noche contigo* (2017) de Belén Gopegui, *Asesino cósmico* (2011) de Robert Juan Cantavella.

Por otra parte, el segundo grupo de novelas que diferencia Gómez Trueba es el de aquellas que se conciben para su publicación en formato impreso, pero cuya estructura se inspira claramente en el sistema hipertextual de Internet. Estas narrativas reproducen o emulan, en distintos grados de complejidad, el formato del texto digital interconectado, por lo tanto, se suelen caracterizar por la fragmentariedad, la estructura reticular, la no linealidad y la multimodalidad.

En este grupo se puede incluir las novelas que conforman el Proyecto Nocilla –*Nocilla Dream* (2006), *Nocilla Experience* (2008) y *Nocilla Lab* (2009)– de Agustín Fernández Mallo; *Circular 07: las afueras* (2007) de Vicente Luis Mora, *Crónica de viaje* (2014) de Jorge Carrión, *La ansiedad* (2004) de Daniel Link, *Diario de las especies* (2008) y *GOØ y el amor* (2012) de Claudia Apablaza, entre otras. El corpus de nuestro trabajo está constituido por textos narrativos publicados en formato impreso a partir del siglo XXI que poseen características de los dos grupos que diferencia Gómez Trueba: textos que tienen a las nuevas tecnologías como referente temático y textos que emplean a Internet como modelo estructural. Consideramos que es menester contar con una serie de nociones y conceptos que permitan analizar este corpus en donde se evidencian ricos cruces e interesantes solapamientos de prácticas, tradiciones y retóricas. Sobre la base de los planteos de Espen Aarseth (1997), Katherine Hayles (2008), Reinaldo Laddaga (2010) y Claudia Kozak (2015) elaboramos el concepto de narrativas tecnológicas para el examen de los textos del corpus del trabajo.

## Las narrativas tecnológicas: fundamentos teóricos

En primer lugar, es menester destacar los trabajos de Espen Aarseth (1997), en especial es posible entender a las narrativas tecnológicas sobre la base de los conceptos de cibertexto y literatura ergódica. El concepto de cibertexto se basa en la organización mecánica del texto y propone a los diferentes nudos, enredos y caminos del medio como una parte constitutiva del intercambio literario. El cibertexto es un dispositivo mecánico cuya función es la producción y el consumo de signos verbales. Sin embargo, el concepto de cibertexto también subraya el rol del usuario o consumidor, el cual, además de llevar a cabo un proceso cognitivo tal como un lector *pasivo*, actúa mediante un sentido extranoemático. En el proceso cibertextual, el usuario efectúa una secuencia semiótica, movimiento que es una labor de construcción física. La máquina textual se constituye, por lo tanto, por el medio, los signos verbales y el operador o usuario. El texto se materializa a partir de las interrelaciones entre los tres elementos.

El proceso por el cual el usuario opera la máquina textual, decodificando los signos y recorriendo el medio material, es denominado por Aarseth como *ergódico*, término que se constituye de las palabras griegas *ergon* (trabajo) y *hodos* (camino). La literatura ergódica, entonces, es aquella que necesita de un *esfuerzo no trivial* que permita el usuario transitar el texto.

La mayoría de las narrativas tecnológicas requiere una *lectura ergódica*, ya que la estructura reticular, la fragmentariedad, los diversos modos de composición que suelen desarrollarse y la posibilidad de continuar el relato en diferentes medios conlleva a que la lectora o el lector adopte una lectura mucho más activa. Para acceder al significado, es necesario que la lectora o el lector se esfuerce y “coopere con el texto reconociendo las analogías, volviendo atrás, saltándose fragmentos, leyendo imágenes o incluso escuchando fragmentos en Internet” (Pantel, 2013, p. 59). El concepto de cibertexto puede ser complementado con el de internexto, que subraya sus aspectos dinámicos de transmisión, difusión y reproducción, así como la información textovisual que lo va enriqueciendo a cada paso. El internexto está en perenne edición, va acumulando sobre sí información (variaciones, correcciones, etiquetas, etc.), que alteran sustancialmente su estructura y la distinguen del texto literario (o científico) tradicional (Mora, 2012). Este tipo de textos configura una nueva realidad literaria. Mora (2012), para denominarla, emplea el término *literatura*

*textovisual*. La integración del aspecto visual (a través de la imagen, del diseño y de configuraciones organizativas, espaciales y retóricas), pero también de elementos sonoros, amplía, prolonga y complejiza la concepción de *escritura*: la literatura se presenta como *expandida*.

Al respecto, se puede decir que las narrativas tecnológicas poseen una *representación en segundo grado*, porque desarrollaron un modo un modo de representación que tomó a las pantallas y a las tecnologías como *referentes* (Mendoza, 2011a, p. 62). Es importante hacer referencia a los elementos que Katherine Hayles (2008) toma en consideración para elaborar el concepto de literatura electrónica, ya que, si bien no es específicamente nuestro tema de estudio, podemos observar cómo ciertos cruces de tradiciones, estéticas y modos que aparecen en la conceptualización de la autora asumen una forma similar en nuestro concepto de narrativas tecnológicas. La literatura electrónica son objetos y producciones digitales creadas en una computadora para ser ejecutadas/leídas en un medio digital o publicadas en formato impreso. Estas producciones aprovechan las posibilidades y los contextos proporcionados por la computadora aislada o interconectada. Hayles sostiene que los lectores llegan a los textos digitales con una serie de expectativas formadas por la cultura impresa, en donde se incluyen conocimientos tácitos sobre tipografía, formatos de impresión y géneros literarios. La literatura electrónica construye sobre estas expectativas y al mismo tiempo las transforma. A su vez, en tanto que la literatura electrónica usualmente es creada y ejecutada en un contexto de medios interconectados y programables, ésta también está conformada por el catálogo y la usina de la cultura contemporánea, especialmente los videojuegos, el cine, las artes digitales, el diseño gráfico.

Al estar conformada por elementos de diversas tradiciones que no siempre encajan entre sí, la literatura electrónica asume los rasgos de una mutación adaptativa, lo que los genetistas llaman un *monstruo prometedor*. La literatura electrónica, entonces, es híbrida por naturaleza; consta de una *zona de intercambio*, en donde diferentes vocabularios, pericias y expectativas establecen relaciones con el objetivo de concebir diferentes resultados. Para Hayles, lo *literario* de los textos, objetos y obras artísticas de la literatura electrónica (su literaridad, al decir de los formalistas), reside en que interrogan, interpelan a las historias, a los contextos, a las producciones y al arte verbal de la literatura misma.

Las narrativas tecnológicas del siglo XXI no forman parte de la literatura electrónica propiamente dicha, sin embargo, comparten con ella la dinámica principal detallada por Hayles: construir sentido, representaciones a partir géneros, conocimientos y discursos, empleando dinámicas y mecanismos de captación, recuperación, difusión, duplicación, simulación y en el proceso, transformarlos y transformarse. Las narrativas tecnológicas son intersticiales, se pueden entender como *artes posdisciplinarias* (Laddaga, 2006, 2010), en tanto que no están circunscritas a los marcos de sus propias tradiciones (tradiciones que son orgánicas a sus soportes), sino que están inscritas en un marco mixto y multidisciplinar, el cual está atravesado por múltiples cruces culturales y estéticos, que se constituyen a su vez como prácticas inesperadas.

Para Laddaga (2010), lo más inventivo y ambicioso del arte del presente articulan una serie de estrategias comunes: la autoexposición del artista en *condiciones controladas* en el momento en que produce la obra (como una suerte de visita a su estudio, a su taller, a su laboratorio), al mismo tiempo que realiza una operación sobre sí mismo; la utilización de materiales menores (cartón, bombillas de luz, imágenes borrosas, sonidos impuros, saludos y comentarios, spam, etc.) con lo cual construyen arquitecturas frágiles o volátiles que se diferencian imperfectamente del espacio en el que aparecen y al que quisieran rápidamente reintegrarse; el origen de dichos materiales frecuentemente hay que buscarlo en la tradición remota o reciente, con los cuales los artistas conforman archivos, colecciones, y los presentan como conjuntos de estratos o yacimientos para establecer con ellos una relación de mantenimiento o de conservación de posibilidades a punto de perderse o de desbloqueo de posibilidades perdidas; la exploración de *formas de autoría compleja*, que se evidencia en el desarrollo de una autoría colaborativa o comunitaria (la cual requiere determinadas formas de organización y/o plataformas) y en una relación particular de los artistas consigo mismos; y la propensión a narrar un tema, narración que explora sobre todo las relaciones improvisadas y fluctuantes entre criaturas que no poseen de antemano ningún elemento en común y que están espacios cuya coordenadas desconocen.

El concepto de narrativas tecnológicas pretende ser una elaboración que se deriva del concepto de *poéticas tecnológicas* de Kozak (2015), quien elabora un archivo *blando*, incompleto por decisión y sin guardián, para dar cuenta del campo de cruce entre arte y tecnología, que son entendidas como



regímenes de experimentación de lo sensible y potencias de creación. Las poéticas tecnológicas, las tecnopoéticas, son poéticas (obras, proyectos, no-obras, ideas, personas, programas artísticos) que ponen de relieve dicha confluencia entre arte y tecnología, que “asumen en cada momento el entorno técnico del que son parte y actúan en consecuencia” (p. 10). De acuerdo con Kozak, las tecnopoéticas poseen una vocación cosmopolita, porque “acompañan, resisten, reciclan, celebran, denostan el desarrollo de la modernidad tecnológica” (p. 11).

### **Narrativas tecnológicas: literatura expandida, apropiacionismo y transmedialidad**

Las narrativas tecnológicas evidencian una interrelación estrecha entre narrativa y tecnología, tanto en lo que respecta a los referentes temáticos que desarrolla como a las formas de composición que le propician su materialidad específica. En relación con este aspecto, las narrativas tecnológicas suelen emplear diferentes modos de composición. En tanto literatura expandida, construyen un universo que reúne arquitectura sonora y visuales. De esta manera, la literatura emplea formas y procedimientos de las esferas del cine, la ciencia, los videojuegos, la arquitectura, las historietas, entre otras, con las que crea o recrea su área de funcionamiento expresivo.

Fernández Mallo suele utilizar en sus textos varios de estos elementos. Ya en *Nocilla Experience* introduce la fotografía y el cómic, lo mismo que en su última novela, *Trilogía de la guerra* (2018). Quizás en donde más se observa esta expansión es en *El hacedor (de Borges), remake* (2011), en la que articula como parte constitutiva de los capítulos breves videos casi experimentales colgados en YouTube, fotografías y el uso del Google Maps.

En *Alba Cromm* (2010), Vicente Luis Mora presenta la narración a través del formato, del diseño de una revista de actualidad. El relato de la cacería de un astuto pedófilo por parte de la detective Alba Cromm asume a forma de un dossier de una revista machista, por lo tanto, está enmarcado en el diseño de una publicación periódica, con reseñas de series, anuncios publicitarios, artículos con fotografías, etc.

Jorge Carrión extiende las redes de sus textos más allá del lenguaje verbal. En el libro-objeto *Crónica de un viaje* (2014), reproduce casi de manera íntegra la forma de una notebook con las diversas pantallas con las que construye el derrotero de su familia.

Reinaldo Laddaga, por su parte, ejercita de curador de *Cosas que un mutante debe saber*<sup>2</sup>, otro libro-objeto que, a través de 55 relatos acompañados de ilustraciones y 55 piezas sonoras, oficia de suerte de continuación de *Cuentos breves y extraordinarios* (1956) de Borges y Bioy Casares

Los relatos de las narrativas tecnológicas suelen extenderse más allá del formato libro impreso y continúan en y a través de otros medios o soportes, con lo cual desarrollan un proceso transmedial. Kozak (2015) observa que la noción de transmedialidad tiene genealogías y usos diversos. Por un lado, lo transmedial hace referencia “a algún tipo de transferencia de elementos entre un medio y otro sin que cada uno de ellos pierda su especificidad; desde esa perspectiva se analiza por ejemplo cómo un mismo tópico, estética, discurso aparece en medios diversos” (p. 256). Lo transmedial también indica “los modos de afectación recíproca y procesual entre medios, lenguajes y tecnologías”, los cuales desestabilizan fuertemente sus espacios de origen; de esta manera la concepción de lo *trans* se concebiría como transformación y mutación. Finalmente, desde la tradición de la epistemología de la complejidad y de su concepto de transdisciplinariedad, lo *trans* en las artes implicaría el “atravesamiento continuo, fluido y recíproco entre lenguajes y medios para dar lugar a nuevos conocimientos, sensibilidades y afecciones también transformadores” (pp. 257-258).

*La muerte me da* de Cristina Rivera Garza, se presenta como una máquina textual transmedial. En 2007, antes de la publicación de la novela, se publicó un poemario llamado *La muerte me da*, de una autora desconocida Anne-Marie Bianco. Ese mismo texto se incluirá después en la novela de Rivera Garza, en la cual se indica que pertenece a la asesina serial de la trama.

La protagonista de la novela, la Detective, volverá a aparecer en los relatos de *La frontera más distante* (2008) y otra novela de Rivera Garza, *El mal de taiga* (2009). A su vez, otro personaje de *La muerte me da*, la misteriosa y fantástica Increíblemente Pequeña, protagoniza en el blog de Rivera Garza, *No hay tal lugar. U-tópicos contemporáneos*, una fotonovela de carácter lírico que investiga en distintas formas de diseño y de escritura, entre ellas la del PowerPoint. Como parte del Proyecto Nocilla, en 2009 se sube la plataforma

---

<sup>2</sup> Laddaga curador del proyecto *Cosas que un mutante debe saber. Más cuentos breves y extraordinarios*. Amsterdam: Unsounds.

de videos Vimeo *Proyecto Nocilla, la película*. La misma no es una adaptación de las novelas de Fernández Mallo, sino que es un texto audiovisual autónomo, coherente con respecto a la estética e identidad visual de los otros textos que conforman el relato y que explota las posibilidades de su lenguaje.

Entre 2005 y 2008, antes de la aparición de la novela, el personaje de la detective Alba Cromm publicó en su blog *Alba Cromm y La vida sin hombres* veinticinco *posts* que no aparecen en la versión impresa. La descripción del blog (“Esta bitácora intenta ser un diario bienhumorado y nada feminista sobre la posibilidad de pervivencia e incluso felicidad sin necesitar a esos pequeños bichitos peludos. Es el diario de una mujer sin crisis en la edad de la crisis: casi 40”) enmarcaba las reflexiones y las referencias a hechos históricos (la Guerra de Kosovo, por ejemplo) que se vertían en las publicaciones, las cuales complementan y complejizan el personaje de Alba Cromm en la novela.

Otro de los medios que formaban parte del diseño transmedial de *Alba Cromm* era el blog del personaje del periodista Luis Ramírez. *Las crónicas de Ramírez*, como el blog de la detective, estuvo activo antes de la publicación de la novela, entre los años 2008 y 2009, y ofrecía referencias adicionales sobre la investigación que el periodista realiza sobre el caso de Cromm.

Las narrativas tecnológicas emplean el apropiacionismo, potenciado por los procesos de edición, composición y difusión derivados de las escrituras digitales, para construir archivos, colecciones, catálogos de materiales (textos verbales, visuales, sonoros y audiovisuales; diseños; retóricas, etc.) de las tradiciones literarias remotas o recientes. Las tradiciones literarias son presentadas y representadas como conjuntos de estratos o capas. Con ellas se establece un diálogo, pero también una interpelación, dinámicas en donde se evidencia una intención de preservación y de exploración de potencialidades no activadas anteriormente. Esta estética citacional no es algo exclusivo de las tecno-narrativas, sino que, debido a la digitalización de la escritura y a los entornos interconectados de hiperinformación, se erige como una práctica esencial en la poesía y en la narración del siglo XXI (Perloff, 2010). En tanto que estas prácticas de escritura se basan en la apropiación, selección, manipulación y composición de un material cultural existente se suele nombrar a las escritoras y a los escritores que la llevan adelante como *hackers* (Pantel, 2013).

La primera parte de *Diario de las especies* (2010), de Claudia Apablaza, simula ser un blog en donde el personaje A.A. escribe largos *posts* “en rela-

ción a la búsqueda de las formas de escribir una novela” (Apablaza, 2010, p. 7). Cada publicación de la bloguera tiene, como corresponde a las convenciones de este género digital, un nutrido número de comentarios de usuarios/blogueros. Tanto en los posts como en los comentarios hay un espeso entramado de referencias a la tradición literaria occidental moderna y contemporánea, en donde aparece casi como faro la obra/persona/personaje de Enrique Vila-Matas.

La apropiación de citas, anécdotas, de referencias bibliográficas configura un ejercicio metaliterario con un objetivo que podríamos llamar satírico: ofrecer una visión crítica, muchas veces sarcástica, del proceso de composición de la ficción, la relación vida-literatura, el panorama contemporáneo de la esfera literaria, entre otras cuestiones. Los *posts* del blog de A.A. es un ejemplo de la emulsión de las tres culturas (letrada, industrial, cibercultura) que Mendoza (2011a, 2011b, 2017) postula como una característica del momento finisecular: en un género digital por excelencia como es el blog, se reflexiona sobre cómo hacer/ser literatura a partir una red de ecos literarios modernos y contemporáneos. La biblioteca, la materialización de este entramado de voces, espacio donde se cruzan espectros y amantes, es vital para A.A.: “La gran biblioteca me palpa, me excita, me traga” (Apablaza, 2010, p. 46).

Robert Juan-Cantavella toma las novelas *Asesino cósmico* (1973) e *Hija de las tinieblas* (1978) del escritor de novelas populares Curtis Garland, y las “cita y las malversa” (Cantavella, 2011, p. 267), se las apropia y remezcla en su novela homónima *Asesino cósmico* (2011). De hecho, el propio Garland escribe uno de los capítulos del texto de Juan-Cantavella. Además de la tradición de la literatura popular de los sesenta y setenta, en *Asesino cósmico* se evidencian claras referencias a la literatura del Siglo de Oro (el soneto laudatorio al Asesino Cósmico, los nombres de los capítulos en el índice, etc.), a los libros de caballería y a la novela *Tiburón* (1974) de Peter Benchley, y a su adaptación cinematográfica de 1975, dirigida por Steven Spielberg.

A diferencia de *Diario de las especies*, donde el componente metaficcional se articula en base a las citas de textos literarios y las reflexiones sobre el proceso de escritura de la novela, *Asesino cósmico* emplea los géneros literarios y audiovisuales del terror y de la ciencia ficción para “atraer la mirada del lector hacia su mismo andamiaje estructural [...], convertido este en un artificio visible y dotado de un significado que se suma al significado inherente a la historia que se cuenta” (Gómez Trueba, 2013, p. 47).

## Conclusiones

A lo largo de esta ponencia, postulamos entender a las narrativas tecnológicas del siglo XXI como textos en donde lo literario se imbrica, se mezcla con la tecnología como tema y estructura. Las tecnonarrativas, que se instauran en la tradición del cruce del arte con la técnica y de los entrecruzamientos de la literatura con otros discursos de la modernidad (periodismo, psicoanálisis, crítica literaria, *mass media*, etc.), funcionan a partir de la apropiación de materiales y representaciones, con los que constituyen bases de datos listos para ser remezclados o guardados a la espera de poder desatar sus potencialidades de sentido. Las narrativas tecnológicas se pueden entender apelando a dos polos en donde resuenan los ecos de Foucault (1996): por un lado, la experimentación con los lenguajes, los medios, los temas, los modos de composición procedentes de lo tecnológico; por el otro, la tradición, el archivo de materiales culturales y literarios, los espectros del pasado lejano o cercano que aparecen de diferentes maneras en la superficie y en los intersticios del texto.

## Referencias bibliográficas

- Aarseth, E. (1997). Introduction: Ergodic Literature. *Cybertext. Perspectives on Ergodic Literature*. Baltimore-London: The Johns Hopkins University Press.
- Apablaza, C. (2010). *Diario de las especies*. Barcelona: Ediciones Barataria.
- Apablaza, C. (2012). *GOØ y el amor*. La Habana: Editorial Arte y Literatura.
- Bolter, J. (1991). *Writing Space: The Computer, Hypertext, and the History of Writing*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Cantavella, R. J. (2011). *Asesino cósmico*. Barcelona: Mondadori.
- Carrión, J. (2010). *Los muertos*. Barcelona: Mondadori.
- Fernández, J. (2005). *Cero absoluto*. Córdoba: Berenice.
- Fernández Mallo, A. (2006). *Nocilla Dream*. Barcelona: Candaya.
- Fernández Mallo, A. (2008). *Nocilla Experience*. Madrid: Alfaguara.
- Fernández Mallo, A. (2009). *Nocilla Lab*. Madrid: Alfaguara.
- Fernández Mallo, A. (2011). *El hacedor (de Borges), remake*. Madrid: Alfaguara.
- Fernández Mallo, A. (2018). *Trilogía de la guerra*. Buenos Aires: Seix Barral.
- Foucault, M. (1996). Lenguaje y literatura. En *De lenguaje y literatura*. Barcelona: Paidós, pp. 63-103.

- Gopegui, B. (2011). *Acceso no autorizado*. Barcelona: Mondadori.
- Gopegui, B. (2017). *Quédate este día y esta noche contigo*. Barcelona: Mondadori.
- Hayles, K. (2008). *Electronic Literature: New Horizons for the Literary*. Notre Dame: University of Notre Dame Press.
- Incardona, J. (2009). *El campito*. Buenos Aires: Mondadori.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Katchadjian, P. (2009). *El Aleph engordado*. Buenos Aires: IAP.
- Kozak, C. (Ed.). (2015). *Tecnopoéticas argentinas. Archivo blando de arte y tecnología*. Buenos Aires: Caja Negra Editora.
- Laddaga, R. (2006). *Estética de la emergencia. La formación de otra cultura de las artes*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Laddaga, R. (2010). *Estética de laboratorio. Estrategias de las artes del presente*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Landow, G. (1991). *Hypertext: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Link, D. (2004). *La ansiedad. Novela trash*. Buenos Aires: El cuenco de plata.
- Mendoza, J. (2011a). *Escrituras past\_. Tradiciones y futurismos del siglo 21*. Bahía Blanca: 17g Editora.
- Mendoza, J. (2011b). *El canon digital: la escuela y los libros en la cibercultura*. Buenos Aires: La Crujía.
- Mendoza, J. (2017). *Internet, el último continente. Mapas, e-Topías, cuerpos*. Buenos Aires: La Crujía.
- Mora, V. (2007). *Circular 07. Las afueras*. Córdoba: Berenice.
- Mora, V. (2010). *Alba Cromm*. Barcelona: Seix Barral.
- Mora, V. (2012). *El lectoespectador. Deslizamientos entre literatura e imagen*. Barcelona: Seix Barral.
- Mora, V. (2013). Creación literaria y nuevas tecnologías. En M. P. Celma Valero, M. J. Gómez del Castillo, Susana Heikel. (Eds.). *Actas del XLVIII Congreso Internacional de la AEPE (Asociación Europea de Profesores de Español)*. Valladolid: Campus Encuadernaciones, pp. 49-60
- Pantel, A. (2013). Cuando el escritor se convierte en un hacker: impacto de las nuevas tecnologías en la novela española actual. (Vicente Luis Mora y Agustín Fernández Mallo). *Revista Letral*, 11, pp. 55-69. Recuperado de <https://bit.ly/2vURf0K> el 12/05/2019.

- Perloff, M. (2010). *Unoriginal Genius: Poetry by Other Means in the New Century*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Pinedo, R. (2002). *Plop*. Buenos Aires: Salto de Página.
- Rivera Garza, C. (2007). *La muerte me da*. Barcelona: Tusquets.
- Rivera Garza, C. (2008). *La frontera más distante*. Barcelona: Tusquets.
- Rivera Garza, C. (2009). *El mal de taiga*. Barcelona: Tusquets.
- Sierra, G. (2009). *Intente usar otras palabras*. Barcelona: Mondadori.

# Escritura digital y régimen de la metáfora: Shannon ante Jakobson

Ricardo Viscardi<sup>1</sup>

## Resumen

La carencia de todo vínculo de significación que religue entre sí el procedimiento de transmisión y el mensaje emitido por una fuente divide paradójicamente, según Ives Jeanneret, toda información, entre el mensaje emitido y el insumo-*input* registrado. También ejemplifica esta neutralidad asemántica de lo que se entiende por *tecnología de la información* en la condición indescifrable que reviste el código informático para un lector en lenguaje natural, una vez que la pantalla exhibe un *código fuente*, como consecuencia de un defecto de transcripción informática al lenguaje natural. El equívoco (entre algoritmo informático e información) se habría incrementado, para Jeanneret, en cuanto Jakobson retomó por su cuenta la condición asemántica del canal de comunicación, que hiciera célebre la *Teoría Matemática de la Comunicación* de Shannon, para postular la existencia de *funciones* del lenguaje. Jakobson habría naturalizado, a través de una traslación metafórica del esquema de Shannon al lenguaje natural, la identificación entre tecnología e información, en cuanto se considera al lenguaje como único soporte de una diversidad de funciones.

Si se aceptara la tesis de una condición asemántica del procedimiento de transmisión, en cuanto consignación del lenguaje natural en una formalización matemática, tal medio neutral de la transmisión nunca podría, desde un lugar privado de sentido propio, auspiciar una traslación metafórica sostenida en la

---

<sup>1</sup> Instituto de Filosofía. Universidad de la República de Uruguay. [rgviscardi@gmail.com](mailto:rgviscardi@gmail.com)



condición espontáneamente semántica, dotada de sentido para todo hablante nativo de la lengua natural. Tal imposibilidad de *metaforización* de la matemática no sólo pondría en vilo la imputación funcionalista que Jeanneret dirige contra Jakobson, sino que asimismo desplazaría la interrogación hacia el canal asemántico postulado por Shannon, en cuanto ese medio (supuestamente privado de sentido) a su vez habría habilitado históricamente una traslación metafórica (la consideración de la Teoría Matemática de la Comunicación como *Teoría de la Comunicación*) y supondría, por lo tanto, una potencialidad semántica.

### **La transformación mediática de la técnica**

Diego Parente (2010, p. 93) sostiene que la condición de instrumento ha condicionado históricamente la percepción de la actividad técnica. Esta observación constituye en efecto, la distinción que aporta Heidegger (1958, p. 10), quien vincula la significación predominante que adquiere la técnica, en el devenir de la tradición, con la acepción de *instrumentum*. Aunque el planteo de Parente es tributario de esa lectura del filósofo de la Selva Negra, el argentino le imprime un giro significativo a la acepción de la técnica como *instrumentum*, en cuanto destaca asimismo la condición de *medium*, pero ya no en tanto que mera función mediadora, sino que además le atribuye potencialidad resignificadora (Parente, 2010, p. 229). Tal condición mediática de la técnica no provendría, según el mismo autor, de una implementación técnica de la mediación, sino con sentido alternativo respecto a la tradición, de una inscripción determinante de la ciencia en la técnica. Parente sostiene en efecto, que en un período que va desde mediados del siglo XIX hasta mediados del siglo XX, se introduce un gobierno científico de la técnica, que corresponde efectivamente al criterio de *aplicación* del conocimiento científico. En un segundo período se revierte esa jerarquía y se introduce un criterio de gobierno de la técnica sobre la ciencia.

La relación de implicación que establece Parente entre ciencia y técnica trastoca un vínculo que la tradición ha presentado, desde siempre, gobernado por el saber antes que por la instrumentalidad del conocimiento. Aporta además un criterio teórico significativo, en cuanto subsume la trascendencia de la mediación, inherente a la condición *de medium*, en el contexto de la determinación tecnocientífica. Por más que se haya señalado la incorporación decisiva de las

tecnologías de la información y la comunicación en el desarrollo tecnocientífico, en particular desde la miniaturización de los artefactos y la articulación *multimedia* de la informática con la telemática y el audiovisual, el planteo que identifica técnica y mediación incorpora, con significación alternativa, una transformación del régimen de la decisión.

El gobierno de la ciencia por la técnica supone una transformación de la propia condición del conocimiento, en cuanto la técnica no puede, desde entonces, entenderse como mero efecto de un *fiat lux* científico, sino que pasa a protagonizar una genealogía del saber. La posibilidad de una crisis del gobierno teórico de la técnica por la ciencia se formula bajo forma de alarma ante la deriva del fundamento trascendente de la ciencia, por parte de quien propusiera la forma más radical de subordinación de la técnica a la ciencia: Edmond Husserl. En *La Crisis de la Ciencia Europea y la Fenomenología Trascendental* Husserl (1984, p. 49) constata como incluso la matemática puede encontrarse desviada del uso trascendental puro. Dominada por la mera repetición del procedimiento, la más conceptual de las ciencias no escapa, para el fundador de la fenomenología trascendental, a una desvalorizada implementación técnica.

Por más que la desviación del concepto puro que denuncia Husserl pueda considerarse subsidiaria de la reivindicación de “la idea en el sentido kantiano”, es decir, del fundamento trascendental reivindicado por el fenomenólogo, la misma substitución posible de la ciencia por la técnica, en razón de una desnaturalización del proceder conceptual, plantea desde entonces una interrogante acerca de la consideración tradicional de la técnica como *instrumentum*. La desviación que denuncia Husserl en el uso del concepto adquiere particular significación histórica, en cuanto involucra a la técnica en la decisión teórica, que a su vez anuncia *in limine* el involucramiento enunciativo de la acción, rasgo definitorio del *giro lingüístico* (Rorty, 1990, pp.164-165).

Sin dejar de considerar que desde la teoría del signo en los estoicos se establece una relación privilegiada entre el saber y el lenguaje (Bréhier, 2011, pp. 54-55), la inscripción enunciativa de la acción corresponde ante todo a un desplazamiento del referente objetivo, relegado a un plano gobernado por la decisión teórica. En cuanto la consignación de objetividad se supedita a la legitimación conceptual, la técnica se inscribe en el propio uso del concepto, como condición habilitante del saber. Asimismo, sólo esta articulación de la

técnica con una índole enunciativa del saber posibilita la acepción de *tecnología*, en tanto actividad en la que se anudan, de forma intrínseca y constitutiva, el conocimiento y la técnica.

## Dígito binario y violencia de la decisión

En el libro denominado ¿Existen (verdaderamente) tecnologías de la información? Ives Jeanneret cuestiona ante todo la constitución de un núcleo metafísico de la teoría de la información, sustentado en la identificación entre saber y digitalización de los procedimientos informáticos. Recuerda, a este respecto, que desde el *Timeo* de Platón está planteada la cuestión de la subsunción del saber en la técnica (Jeanneret, 2000, pp.34-35). Desde un enfoque que no es ajeno a la idea de *doble ciencia* en Derrida, Jeanneret sostiene que, por el contrario, la información no se constituye al margen de la interpretación que la provee, la registra o la recibe. Jeanneret (2000, pp.50-51) diferencia, respecto a la información transmitida a través de procedimientos informatizados, dos categorías: la *información1*, constituida por el registro destinado a ser transmitido a través de un instrumento informático, y la *información2*, constituida por la lectura de un *output* que incorpora la transmisión de datos a una condición semántica.

El elemento clave de la diferenciación, o si se quiere *doble información* (a título de paráfrasis de la *doble ciencia* de Derrida), es la neutralidad de la transmisión. En cuanto el tratamiento probabilístico de los datos registrados, a través de un algoritmo informático, sólo se propone restituir fielmente, una vez cumplida la transmisión, el registro de una fuente de emisión, el vínculo entre el procedimiento matemático y la transmisión de los datos registrados se establece con total prescindencia de la información emitida y la información recibida. Con relación a toda condición propia del sentido, la transmisión permanece por lo tanto neutralizada, ajena a toda interpretación posible de un contenido.

La carencia de todo vínculo de significación que religue entre sí el procedimiento de transmisión y el mensaje emitido por una fuente, divide paradójicamente toda información entre el mensaje emitido y el insumo-*input* registrado. Jeanneret (2000, pp. 42-43) ejemplifica esta neutralidad asemántica de lo que se entiende por *tecnología de la información* en la condición indescifrable que reviste el código informático para un hablante nativo de la

lengua materna, una vez que la pantalla exhibe un *código fuente*, como efecto de un error de transcripción informática del lenguaje natural.

La condición *neutral y científica* que reviste el emblema matemático de las *tecnologías de la información* ilustra, desde la perspectiva de Ives Jeanneret, la fatalidad de la interpretación, que desde Platón cuestiona la identificación del saber con un registro inalterable. La condición asemántica del procedimiento informático invalida, para el mismo autor, la denominación *tecnologías de la información*, en cuanto el cómputo matemático de la información, destinado exclusivamente a la transmisión de datos de registro, parece ante todo de significación para el destinatario del mensaje emitido. Una tecnología de la información supone ante todo, desde ese punto de vista, la inexistencia de información, ya que la propiedad tecnológica no es inherente a la información sino como mero soporte.

Para Jeanneret (2000, p. 45) el equívoco habría sido incrementado por Jakobson, quien retomó por su cuenta la condición asemántica del canal de comunicación, que postulara la *Teoría Matemática de la Comunicación* de Shannon, para afirmar la existencia de *funciones* del lenguaje. La identificación del lenguaje con un medio funcional no podría, para la crítica que dirige Jeanneret a Jakobson, sino confirmar la existencia de un medio a través de cuyas operaciones se produce una diversidad de efectos, como otras tantas funciones que hace posible la neutralidad de una transmisión. Jakobson habría naturalizado, a través de una traslación metafórica del esquema de Shannon al ejercicio del lenguaje natural, la identificación entre tecnología e información, dado que el lingüista ruso entiende al lenguaje como soporte único de una diversidad de funciones.

El cuestionamiento que Jeanneret dirige a Jakobson deja algunos puntos en suspenso que conviene considerar. En primer lugar la propia posibilidad de *metaforizar* lingüísticamente un procedimiento formalizado matemáticamente, parece conllevar cierta puesta al límite de la relación que la modernidad ha establecido entre ciencia (sobre todo cuando se trata de ciencia matemática) y lenguaje natural. En cuanto toda metáfora supone por su propia condición la traslación de sentido, la *metaforización* de la Teoría Matemática de la Comunicación como funciones del lenguaje no podría establecerse sino a partir de la lengua natural. La escisión que interviene entre la metáfora en lenguaje natural y el régimen de sentido propio a un lenguaje formalizado justifica en

particular la afirmación del mismo Jeanneret acerca de la asematicidad del procedimiento computacional de transmisión de datos, gobernado por el lenguaje matemático. En el procedimiento estadístico que se implementa en la medición probabilística de los objetos naturales, la condición matemática del procedimiento metodológico se incorpora, por el contrario, como herramienta heurística que justifica la hipótesis formulada en lenguaje natural.

Si se acepta la tesis de una condición asemántica del procedimiento de transmisión –en cuanto consignación del lenguaje natural en una formalización matemática, tal medio neutral de la transmisión nunca podría, desde un lugar privado de sentido propio, auspiciar una traslación metafórica sostenida en la condición espontáneamente semántica, en cuanto dotada de sentido para todo hablante nativo, de la lengua natural. Tal imposibilidad de una traslación conceptual vinculante de dos contextos inconmensurables entre sí no pondría en vilo la imputación funcionalista que Jeanneret dirige a Jakobson, sino que asimismo desplazaría la interrogación hacia el supuesto canal asemántico postulado por Shannon, en cuanto a su vez habilita, inversamente, una traslación metafórica y supone, por lo tanto, una potencialidad semántica.

Mariano Ure señala asimismo el vínculo existente entre las funciones del lenguaje según Jakobson y la tesis de Shannon. Subraya que desde el punto de vista del lingüista ruso la comunicación no puede reducirse a la comprensión del contenido vehiculizado por el lenguaje, observación donde radica el elemento crucial que habría retomado del estadounidense. Este margen asemántico propio que convertiría al lenguaje en mero soporte del sentido no consiste para Ure, por oposición al planteo de Jeanneret, en un hiato de sentido propio a la transmisión. Tal elemento privado de sentido integra toda índole semiótica, imbricado con el componente semántico, si se considera que la sintaxis y la fonética se encuentran entre las condiciones habilitantes de una significación posible (Ure, 2010, p. 51). Incorporadas al conjunto que habilita el sentido de una expresión, la articulación sintáctica y la emisión fonética se constituyen en elementos privados de sentido, pero articulados con éste último como condiciones necesarias a su existencia.

El planteamiento de Ure lleva a una segunda observación, vinculada a su vez, a la condición neutralizada de la transmisión informática que cuestiona Jeanneret. Si la condición asemántica se presenta primitiva en la lengua, a través del soporte sintáctico y fonético del lenguaje, tal condición asemántica de

la información sería previa a toda transmisión algorítmica (y por consiguiente asemántica según Jeanneret) del lenguaje natural. Desde este punto de vista, la transmisión que se apoya en el tratamiento algorítmico, en cuanto ingreso informatizado de los datos de la emisión en lenguaje natural, no agregaría sino un gradiente de formalización.

Mientras Jeanneret sostiene una asemantividad matemática del procedimiento informático, la tesis de Ure acerca de un componente asemántico del lenguaje natural se presenta, de forma sugestiva, como su exacto reverso. Si para Jeanneret la transmisión digitalizada produce un hiato de sentido que divide la información, para Ure todo lenguaje ya se presentaría privado de sentido en algunos de sus componentes primitivos, de forma tal que la transmisión digitalizada no haría sino prolongar esta estructura mediante un agregado de formalización.

### **La escritura como invariante relacional del lenguaje**

Tal agregado no podría consistir en un lenguaje de segundo grado, en cuanto se supone un lenguaje de primer grado sobre el que se establece una formalización conceptual correlativa, sino en un grado cero del lenguaje, en tanto la formalización matemática obedecería a un principio de reproducción reductora de la forma natural por medio de la forma matemática. La exactitud propia de esta última no provendría entonces de una significación agregada o superlativa, sino ante todo, de un invariante relacional.

Tal invariante relacional existe, sin embargo, en lenguaje natural, bajo la forma asemántica de los signos de escritura u ortográficos, entre los que se incluyen tanto los signos auxiliares del sentido (comillas, guiones, paréntesis) como los signos de prosodia (comas, puntos). La característica principal de estos signos consiste, precisamente, en encontrarse privados de sentido propio, o sea, en una condición asemántica. Vinculada a la exactitud matemática del número, que funda a su vez el concepto de *invariante relacional* (Ricoeur, 1990, p. 143), la condición exacta de los signos ortográficos consiste, muy especialmente, en encontrarse privados de sentido propio. Esta privación de sentido propio habilita, paradójicamente, la transformación del sentido de otros signos, sobre los que actúan los (también llamados) *signos de escritura*.

Con relación a la información que proveen los signos con carga semántica propia, los signos ortográficos se comportan, por consiguiente, de

idéntica forma que los algoritmos matemáticos con relación al lenguaje natural, tal como lo presenta Jeanneret: como procesamiento ubicuo del sentido, que trasciende el propio registro semántico. La característica fundamental de tal trascendencia, como lo señala Mariano Ure, consiste en una condición asemántica que sin embargo habilita la existencia del sentido. Jacques Derrida ha prestado particular atención a la singular determinación asemántica del sentido, en particular, señalando que lejos de consistir en un invariante, el propio sentido se somete tanto al contexto como a la marca, incluyendo en tal itinerancia (recíproca entre la marca y el sentido), en particular, el efecto (de sentido) de las comillas. Incluso (y sobre todo) en cuanto carecen de sentido propio, las comillas incluyen en otro contexto a toda expresión que llegara a sostenerse en una marca escrita (Derrida, 1972, p. 389).

De tal forma el sentido queda privado de una única acepción con relación a cada marca, en tanto esta última queda, caso por caso, librada al destino que le depare cada contexto de inscripción. Este destino se vuelve tan posible como imposible de determinar, desde que el uso de un signo ortográfico interviene sobre un cuerpo de letra, según el propio injerto a que se somete la verdad, notoriamente ejemplificado por el uso entrecomillado del mismo término: “*verdad*”. Sometido a la violencia de las comillas, el término “*verdad*” pasa a significar su contrario, paso de sentido que ilustra con particular ironía la imposibilidad de poner la verdad a salvo de su propia escritura, es decir, confirmar su perennidad por medio de un archivo de memoria. De esta forma todo artefacto que condicione un archivo, constituyéndose en un medio propicio arriesga, según Derrida (1995, p. 25), lo que salva.

La misma perennidad que determina el riesgo de escritura, señala que la contingencia de una actuación interviene como condición del sentido. Lejos de suponer un meandro apaciguador del curso de tal contingencia, propia de la memoria archivada, la máquina lo lleva a su máxima expresión, en cuanto consigna el sentido en un campo de reglas que son efecto, a su vez, de la misma escritura. Doblemente determinada por la intervención de una escritura signada por el injerto y la consiguiente itinerancia del sentido entre contextos que lo transfiguran, la *artefactualización* de la escritura por medio de algoritmos informáticos redobla el registro del signo en contexto natural, como consecuencia de su tratamiento en contexto artefactual. Este redoblamiento supone que al juego de fuerzas propio a una máquina tradicional de escritura (Derrida

[1967, p. 334] señala a tal propósito de la división originaria de la fuerza, que “nunca se escribe de una sola mano”) viene a sumarse la fuerza del juego de la regla, que genera su propio efecto sobre el sentido que incorpora en un contexto artefactual (en cuanto toda máquina consiste en un conjunto de reglas).

Por consiguiente cabría agregar, a la diferencia entre la información<sup>1</sup> y la información<sup>2</sup>, que Jeanneret consigna como efecto de una interpretación sucedánea en el *input*, a la que sigue otra igualmente sucedánea en el *output*, que el hiato a que se somete el sentido interpretado interviene, a su vez, a partir del propio interpretante matemático del registro informático. Este registro artefactual es efecto de una escritura y se somete, como tal, a un juego de fuerzas. Tal juego de fuerzas divide entre sí y en el origen, para Derrida (1995, p. 144), a toda escritura y *a fortiori* a la que constituye, *por medio* de una programación informática, lo propio a la máquina.

En cuanto incorporan asimismo el audiovisual y la telemática constituyéndose a través de la escritura informática, las *nuevas tecnologías* y los *nuevos medios*, condicionan tanto la percepción como el vínculo personal a través de un redoblamiento de la violencia: al *juego de fuerzas* propio de toda escritura, agregan el juego de la incorporación, a la fuerza, de todo mensaje en el suyo propio. La digitalización de la emisión audiovisual y a distancia supedita toda *naturaleza*, es decir, la percepción de la regularidad en la existencia, a la fuerza de decisión propia de la escritura informática. En cuanto esta fuerza de decisión constituye el registro de archivo que gobierna todo otro registro de archivo (para empezar el de la misma memoria psíquica), habilita una violencia de decisión que subordina todo otro régimen de escritura a la órbita algorítmica de la programación informática.

## Referencias bibliográficas

- Bréhier, E. (2011). *La teoría de los incorporeales en el estoicismo antiguo*. Buenos Aires: Leviatán.
- Derrida, J. (1967). *L'écriture et la différence*. París: Seuil.
- Derrida, J. (1972). *Marges. De la philosophie*. París: Minuit.
- Derrida, J. (1995). *Mal d'Archive*. París: Galilée.
- Heidegger, M. (1958). *Essays et conférences*. Paris: Gallimard.
- Husserl, E. (1984). *Crisis de las ciencias europeas y la fenomenología trascendental*. México: Folios.



- Jeanneret, I. (2000). *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information?* Lille: Presses Universitaires du Septentrion.
- Parente, D. (2010). *Del órgano al artefacto*. Buenos Aires: Editorial de la Universidad de La Plata.
- Ricoeur, P. (1990). *Soi-même comme un autre*. París: Du Seuil.
- Rorty, R. (1990). *El giro lingüístico*. Barcelona: Paidós.
- Ure, M. (2010). *Filosofía de la comunicación en tiempos digitales*. Buenos Aires: Biblos.

# Artes de hacer en la Era *Youtube*. El videotutorial como emergente de la cultura participativa

*Sofía B. Alamo*<sup>1</sup>

## Resumen

¿Qué es participar en YouTube? ¿Qué lugar tienen las culturas participativas en la famosa plataforma de videos? Esta ponencia indaga la mediación que posibilita la interfaz de YouTube; investiga la participación e interacción de los usuarios tanto productores como consumidores de videotutoriales; y finalmente describe el formato de los videos y los canales que generan mayor participación de su audiencia en el marco emergente de la cultura de la convergencia y la cultura del *hazlo tú mismo* o *do it yourself* (DIY).

En este trabajo se analizó un corpus de videotutoriales con el fin de dar cuenta de las interacciones de los usuarios con la plataforma, y de los usuarios entre sí. En los términos de de Certeau (2000) se trató de describir sus *maneras de hacer*: el arte de hacer en la vida cotidiana de los *youtubers* que producen y consumen videos en YouTube. La propuesta fue reconocer aquellos usos *tácticos*, desplegados en los intersticios de las *estrategias* propuestas por la plataforma.

Retomando la afirmación de Lessig (2001), si la arquitectura es la política de la red, es posible señalar que allí entran en funcionamiento determinadas estrategias de participación: la plataforma habilita ciertos usos, pero también niega otros. Sin embargo, en ese marco estructurado y estratégico

---

<sup>1</sup> Universidad de Buenos Aires, [sophiealamo@gmail.com](mailto:sophiealamo@gmail.com)

surgen usos o maneras de hacer propias de los usuarios, que no tienen lugar propio, sino que operan en el lugar del otro; en este caso, de la plataforma. Estas maneras de hacer no pueden considerarse autónomas, pero poco a poco, como en una *caza furtiva*, se van apropiando de las herramientas y espacios brindados por la plataforma.

Este trabajo, entonces, logra explicitar las operaciones que componen esta particular *cultura youtuber* y que pueden manifestarse en el formato particular del videotutorial. Para realizar esta investigación hemos *rascado* (*scrapeado*) de la plataforma de YouTube información de 4.000 resultados de búsqueda de videos, 299.696 comentarios y datos de otros 4.719 videos de ocho canales seleccionados. Si bien no constituyen un número relevante dentro de las cantidades de videos que se suben a diario, nos permiten elaborar hipótesis y trabajar con una muestra mucho más representativa de la que podríamos analizar con técnicas tradicionales.

## Introducción

El 23 de abril del 2019 se cumplieron catorce años desde la publicación del primer video en YouTube, uno de los medios sociales más utilizados de la web. Este fenómeno crece año tras año de manera exponencial. Cada día se suben cientos de millones de horas y se generan miles de millones de reproducciones. Aun así, después de más de catorce años resulta complejo caracterizar con profundidad teórica este tipo de fenómenos que reconfiguraron los medios de masas y que englobamos vagamente dentro del conjunto de los *nuevos medios*. Sin duda en la larga historia de los medios de comunicación, estos tipos de plataformas, a pesar de ser híbridos de otros medios anteriores (Manovich, 2011), son muy diferentes a sus predecesores y no únicamente por su carácter digital, sino por el lugar central que le otorgan al usuario como generador de contenido. Allí yace nuestro interés por investigar YouTube, en tanto *nuevo medio*, pero en particular como metamedio que posibilita nuevos tipos de mediaciones: nuevos tipos de relaciones entre los usuarios y los medios, y entre los usuarios y otros usuarios.

Martín-Barbero (1987) hace tiempo nos propuso trasladarnos *de los medios a las mediaciones*, de los análisis funcionalistas centrados en los medios hacia la exploración de las prácticas diarias de apropiación de estos, a través de las cuales los actores sociales desarrollan su resistencia frente a la dominación

y la hegemonía. Ya adentrados en el nuevo milenio, Scolari (2008) nos propuso el concepto de *hipermediaciones* para analizar transformaciones sociales en el desarrollo de las nuevas formas de comunicación, haciendo uso de toda la experiencia acumulada por las investigaciones etnográficas, los estudios culturales y la tradición latinoamericana de comunicación para abordar estos procesos.

Si seguimos su perspectiva y nos sumamos al modelo de análisis de de Certeau (2000), se trata nada más y nada menos que de estudiar las *maneras de hacer*: el arte de hacer en la vida cotidiana de los *youtubers* que producen y consumen videos tutoriales en YouTube. Es decir, describir esos usos o *tácticas* en el contexto, pero también en los intersticios de las *estrategias* de la plataforma (de Certeau, 2000). O en términos de Lessig (2001), siguiendo su afirmación que define a la arquitectura como la política de la red, podemos señalar que allí entran en funcionamiento determinadas estrategias de participación: la plataforma habilita ciertos usos, pero también niega otros.

Sin embargo, en ese marco estructurado y estratégico surgen usos o maneras de hacer propias de los usuarios, que no tienen lugar propio, sino que operan en el lugar del otro: en este caso, de YouTube. Estas maneras de hacer no pueden considerarse autónomas, pero poco a poco, como en una caza furtiva, se van apropiando de las herramientas y espacios brindados por la plataforma.

Este trabajo entonces tiene por objetivo explicitar y describir las operaciones que componen esta particular *cultura youtuber*. El objetivo general, de este modo, fue analizar las interacciones entre los usuarios, en tanto productores como consumidores, mediadas por la interfaz de YouTube, poniendo el foco en un tipo particular de contenido creado por usuarios: el videotutorial como emergente de la cultura participativa. En pos de este objetivo se delinearon tres objetivos específicos: indagar la mediación que posibilita la interfaz de YouTube; investigar la participación e interacción de los usuarios tanto productores como consumidores de tutoriales; y finalmente describir el formato de los videos y los canales que generan mayor participación de su audiencia en el marco emergente de la cultura de la convergencia y la cultura del *hazlo tú mismo* o *do it yourself* (DIY).

## **Marco teórico**

### ***Toda arquitectura es política***

Así como en la vida cotidiana offline, en la web no podemos realizar cualquier acción que nos proponamos. Lessig, abogado y académico

especializado en derecho informático, reflexionó acerca de la manera en que nuestra conducta es allí regulada. En su texto inaugural *El código y otras leyes del ciberespacio* (2001) describió cuatro modalidades que hacen a esta regulación online: las leyes, las normas, el mercado y la arquitectura. De las cuatro modalidades, en la que nos detendremos en el presente análisis es la arquitectura, ya que es la que permite e impide ciertos comportamientos, establece qué se puede hacer y qué no, delimita lo público y lo privado (Gruffat y Schimkus, 2010). De ahí que podamos afirmar que la arquitectura de la red en general, y de un medio social como YouTube en particular, supone una política. Lessig dirá que el código es la ley, ya que es a través del código que la arquitectura del software se materializa.

La pregunta que nos surge a partir de estas observaciones es: ¿qué mecanismos de control y equilibrio son posibles en este espacio? Y si bien para contestar este interrogante no podremos acceder al código que está detrás de YouTube, ya que este es propiedad intelectual y privada de Google, podremos analizar su interfaz gráfica que no es más que el medio de interacción a través del cual los usuarios dialogan con el código que hay detrás.

A grandes rasgos, una interfaz puede definirse como un lugar de interacción donde circulan informaciones y acciones, ya sea entre un sujeto y una máquina, o bien entre otras tecnologías (Scolari, 2004). La interfaz de YouTube es entonces aquel espacio que propone determinadas reglas: gramáticas de interacción y convenciones, que permiten poner en marcha los procesos que implican participar en dicha plataforma. Dada la complejidad de la definición de las interfaces, Scolari propone pasar de las definiciones a las metáforas con el fin de volver más aprehensible los procesos a partir de los cuales los usuarios producen sentido e interactúan no solo con la plataforma, sino con otros usuarios en estos medios. Se suele afirmar que las mejores interfaces son las que *no se sienten*, pero debemos poner el foco en que ninguna interfaz es neutral o ingenua: nunca son transparentes. Es parte de la tarea del investigador desmontar los complejos dispositivos de sentido que se esconden detrás de la aparente automaticidad de la interacción.

### ***Hacelo vos mismo: videotutoriales y culturas participativas***

Cuando Jenkins, Ito y Boyd conceptualizaron la cultura participativa, retomaron la noción de cultura de Williams como “lo común, la suma total de las

experiencias de la humanidad” (citado en Jenkins et al., 2015, p. 8). Es decir, todo lo que los seres humanos creamos y hacemos juntos, desde los aspectos más mundanos de nuestra cotidianidad hasta la más sofisticada expresión de nuestros logros artísticos o creencias más sagradas. En este sentido, la cultura de las audiencias participativas, que Jenkins (2008) ha mencionado como una de las mayores transformaciones que han proporcionado los medios sociales, puede definirse a partir de aquellos aspectos comunes de nuestra vida en la era digital. El concepto de *cultura participativa* puede ser y ha sido utilizado tanto de manera descriptiva como aspiracional. De manera descriptiva se suele señalar un grupo de prácticas que se han centrado en formas comunitarias y accesibles de producción y coparticipación cultural, en general de mediano alcance, o bien con un alcance global, pero acompañado de apropiaciones locales y localizadas. Como modelo aspiracional se manifiesta en un grupo de ideales sobre cómo estas prácticas sociales pueden facilitar el aprendizaje, el empoderamiento, las actividades civiles y la construcción de capacidades en la vida democrática. No siempre este potencial es claro ni tan accesible, debido a que no siempre las prácticas de los usuarios satisfacen los valores aspiracionales de la cultura participativa (Jenkins *et al.*, 2015). Es por ello por lo que Jenkins sugiere evitar el término *medios participativos*: la cultura participativa no se originó ni en YouTube ni en ningún otro medio social. Es por ello por lo que debemos diferenciar la participación de la interactividad. Mientras la interactividad refiere a la posibilidad que la tecnología diseña para permitir a los usuarios realizar elecciones significativas o elecciones que puedan personalizar la experiencia, la participación refiere a las propiedades de la cultura, donde grupos o comunidades de manera colectiva e individual toman decisiones que tienen un impacto en sus experiencias compartidas. Esto es: participamos en algo e interactuamos con algo (Jenkins *et al.*, 2015).

Sin embargo, hay una clara superposición entre los dos términos: cuando alguien hace clic en un botón o link en una red social, es entendible que la interfaz ha sido diseñada para posibilitar esa interactividad, pero lo publicado permite contribuir a un proceso más largo de deliberación y participación con la comunidad. Estas tensiones demuestran que la *participación* no es un término absoluto: está definido en vinculación a la práctica de los consumidores y en oposición a las estructuras dominantes de poder institucionalizado. Es por ello por lo que buscamos entender cómo las personas encuentran una voz

y se forman como agentes potenciadores de la inteligencia colectiva en el marco de estructuras de la plataforma de YouTube.

Para comprender lo que significa participar en YouTube debemos entenderlo en términos sociotécnicos: comprendiendo las tensiones entre cultura, tecnología y sociedad. Sin duda, estamos hablando de producciones simbólicas de valor comunicativo y expresivo que se realizan dejando una marca en una materialidad concreta, y a las que les podemos asignar un significado y un valor cultural. En este sentido, resulta relevante entender la cultura participativa en coexistencia con la cultura popular y la cultura del consumo. Precisamente, una de las prácticas donde esta tensión se hace visible es en el terreno de la cultura del *do it yourself* (DIY) o el *hazlo tú mismo*, que tiene un claro impacto en el catálogo de videos de YouTube. Los videotutoriales abarcan un rango amplio de temáticas entre las que incluyen tareas del hogar, reparación, decoración, cocina, jardinería, manualidades, consejos de belleza, maquillaje, vestimenta, estilo personal, explicaciones técnicas para arreglar computadoras y celulares, aprender a usar programas o a tocar una melodía en un piano, entre muchas otras actividades. Tal como señala Pérez Rufi (2011), YouTube se presenta como un catálogo de videos en continua actualización que invita a la participación activa en él, ya sea publicando material creado por el propio usuario, como votándolo, comentándolo o integrándolo dentro de otras publicaciones en blogs o redes sociales. Construye de esta manera a sus usuarios como aficionados que alcanzan la categoría de expertos solo por disponer de las herramientas de producción, edición y divulgación. Veremos, sin embargo, cómo esta aspiración no es más que una construcción de imagen: la gran mayoría de los usuarios que visitan YouTube solo se vincula con los contenidos de manera distante, mirando los videos.

Ya en el año 2006, Nielsen, un año después del lanzamiento de esta plataforma, formuló la regla 90-9-1, según la cual el 90% de los usuarios de la web social son *lurkers*, es decir, lectores pasivos que observan, pero no contribuyen. El 9% de los usuarios contribuye de forma muy esporádica, comentando, votando, replicando. Y el 1% restante de usuarios participa activamente generando contenidos. Este 1% recibe el nombre de *superusuarios* o *heavy contributors*, ya que su actividad supera por mucho a la del resto de integrantes de la comunidad (Nielsen, 2006). Es cierto que en esta estadística se refiere de forma global a toda la web colaborativa y no al caso específico

de YouTube. No obstante, podemos afirmar que estos niveles de interacción se mantienen o se profundizan. Según Pérez Rufi (2011), Bill Tancer, gerente general de la consultora Hitwise, comprobó que solo el 0.16% de las visitas a YouTube fueron para *subir* contenidos de video. Liikkanen (2015), por otro lado, afirmó que solo el 11% de los usuarios ha subido algún contenido.

Este desfase en la participación activa no solo se manifiesta en cuanto a la cantidad de videos publicados. También es necesario hacer foco en cómo los videos circulan: la empresa Viral Manager 7 llegó a la conclusión de que el 70% de los videos tenía al menos 20 visualizaciones, pero que menos del 10% tenía más de 1.500 visualizaciones, siendo alrededor del 1% del número de videos compartidos aquellos que llegaban a las 500.000 visualizaciones (Pérez Rufi, 2011).

### ***Hacelo para otros. La cultura de la videopublicación***

Si de participar activamente se trata, la publicación de videos es quizás la forma más comprometida de contribuir a la comunidad de YouTube. Sin embargo, Jin Kim (2012) sostiene que YouTube ha sufrido una profunda transformación desde que fue comprado por Google en 2006, debido a que a partir de ese momento comenzó a crecer en su archivo la importancia que adquirieron los contenidos generados por profesionales (CGP) pertenecientes a la industria del entretenimiento, en oposición a los contenidos generados por usuarios, la gran promesa que subyace bajo su lema *broadcast yourself*.

Existen datos concretos que sostienen esta afirmación. Si prestamos atención a la tabla 1, podremos ver cómo entre los diez canales que más vistas han acumulado en la plataforma encontramos que siete pertenecen a cuentas oficiales de las industrias de la música, audiovisual y animación. Entre los primeros encontramos al sello discográfico T-Series (India), JustinBieberVEVO y KatyPerryVEVO (ambos del canal creado por YouTube y grandes cadenas de la industria discográfica para alojar sus videoclips oficiales) y el canal de video *on demand* Netd müzik (Turquía). En cuanto a la industria audiovisual, encontramos al canal Get Movies, Маша и Медведь, ambos provenientes de Rusia, donde se publica contenido animado principalmente para el público infantil y el canal WWE que publica de manera oficial contenido del famoso programa de lucha libre.



	<b>YouTube Channels Stats</b>	<b>Suscriptores</b>	<b>Cantidad de videos subidos</b>
1	T-Series	16.527.939	15.519.911,606
2	PewDiePie	54.191.346	14.804.612,242
3	JustinBieberVEVO	27.720.699	14.528.135,285
4	WWE	14.806.420	13.594.148,625
5	Fun Toys Collector Disney Toys Review	8.949.349	12.594.223,988
6	netd müzik	5.139.235	11.984.872,587
7	LittleBabyBum ®	9.842.351	11.548.613,825
8	Get Movies	10.289.567	11.363.591,137
9	Маша и Медведь	9.269.674	11.015.080,618
10	KatyPerryVEVO	21.404.138	10.986.375,155

Tabla 1. Usuarios con mayor cantidad de suscriptores (mayo 2017).

Los únicos tres canales que también han alcanzado este podio, pero sin embargo no pertenecen a una industria externa al medio, sino que son gestionados por usuarios que han creado contenido específico para esta plataforma de videos, son: LittleBabyBum® (Reino Unido), Fun Toys Collector Disney Toys Review (Estados Unidos) y PewDiePie (Estados Unidos). Sin embargo, los tres casos presentan un nivel de profesionalismo notorio y esto puede rastrearse a partir de las estrategias desplegadas, no solo en la gestión de los contenidos del canal, sino también en el nivel de producción de dichos contenidos: filmación, edición, montaje, publicación diaria y programada, etc. En el canal FunToys Collector Disney Toys Review se realizan reseñas de juguetes de marcas líderes. En LittleBabyBum se publican canciones infantiles con animaciones. Por último, PewDiePie produce contenidos principalmente para jugadores de videojuegos (*gamers*), aunque también, debido a su popularidad, publica videos que se relacionan con las prácticas de videoblogging.

Desde una perspectiva que contempla la convergencia mediática, entonces, podemos entender el desarrollo de YouTube como un espacio en el que conviven tanto el *broadcasting* tradicional como la circulación de contenidos de nicho. En este pasaje explicado por Kim (2012), YouTube ha dado lugar a que los medios tradicionales se adapten al ecosistema de los nuevos medios, y que estos últimos recuperen estrategias de comunicación de los primeros.

Por otro lado, Kruitbosch y Knack (citados por Liikkanen, 2015) han encontrado que, si bien los videos generados por profesionales resultan ser los más vistos, los videos generados por usuarios siguen siendo aún los más numerosos. Otro fenómeno al que debemos atender también es el de contenido *subido* por usuarios que no lo han generado. Según Liikkanen, el 63% de los canales de usuarios particulares contienen este tipo de contenido.

Por este motivo, hacia el final de esta ponencia hemos indagado esa porción particular de usuarios que no solo han publicado videos, sino que han logrado un mayor compromiso por parte de sus audiencias, no conformándose únicamente con el aumento exponencial de visitas.

## Metodología

La metodología utilizada para la presente investigación combina perspectivas provenientes de las Humanidades Digitales (Berry, 2011; Piscitelli, 2013a), los estudios del software (Manovich, 2009) para *leer* y analizar datos visuales presentes en medios sociales, siguiendo las postulaciones de los Métodos Digitales (Rogers, 2013). Para realizar esta investigación hemos *rascado* de la plataforma de YouTube información de 4.000 resultados de búsqueda de videos, 299.696 comentarios y datos de otros 4.719 videos de ocho canales seleccionados por características particulares, que señalaremos luego. Si bien no constituyen un número relevante dentro de las cantidades de videos que hemos comentado que se suben a diario, nos permiten elaborar hipótesis y trabajar con una muestra mucho más representativa de la que podríamos analizar con otras técnicas, si analizáramos los videos individualmente, por ejemplo.

La API que los desarrolladores de YouTube han creado para que analistas e investigadores hagan uso de sus datos tiene algunas restricciones. Entre ellas la que nos gustaría destacar es su límite de quinientos videos por búsqueda. Es decir, nos permite extraer de manera gratuita tan solo quinientos videos por cada pedido o *query* que le hagamos a esa aplicación, limitando de alguna manera nuestra labor.

Al realizar nuestra búsqueda nos hemos decidido por una de las opciones que nos daba la aplicación que fue diseñada para hacerle preguntas a la API de YouTube, aquella que nos permitía acceder a los resultados de búsqueda tal como aparecerían si realizáramos la misma búsqueda de manera manual,

otorgándonos una devolución genuina de la jerarquización que realiza el algoritmo de búsqueda y que es de singular importancia en nuestro análisis.

No obstante, teniendo en cuenta que no podemos desestimar del todo la cuestión temporal, ya que esta podría y debería tener un lugar importante a la hora de jerarquizar los resultados de búsqueda, las bases de datos utilizadas fueron construidas con datos descargados durante el mismo día y a la misma hora.

Entonces, mediante la técnica del *scraping*, se extrajeron datos de 4.000 resultados de búsqueda de videotutoriales de YouTube filtrándolos con los siguientes términos de búsqueda: *Tutorial* (500 resultados), *DIY* (500 resultados), *Tutorial maquillaje* (500 resultados), *DIY maquillaje* (500 resultados), *Tutorial música* (500 resultados), *DIY música* (500 resultados), *Tutorial cocina* (500 resultados), *DIY cocina* (500 resultados). Luego de la extracción de los datos, una fase importante en el proceso de investigación fue su organización de acuerdo a los objetivos planteados. Mediante su estructuración y procesamiento, convertimos los datos almacenados en información para nuestra investigación. En esta fase determinamos, en principio, cuáles eran los datos que resultaban relevantes para cumplir nuestros objetivos, y luego los reestructuramos en una base de datos.

Los datos describen hechos empíricos, sucesos y entidades. En este caso, cada video conforma un dato en sí mismo y ocupa una fila de nuestras bases de datos, junto con cada uno de sus correspondientes metadatos, que en este caso son: el código de identificación del canal donde se aloja el video, el título del canal, el código de identificación del video, la fecha de su publicación, el título del mismo, su descripción, su categoría y duración, si se encuentra en 2D o 3D, su definición, su licencia, cantidad de vistas, cantidad de *me gusta*, cantidad de *no me gusta*, cantidad de comentarios.

Además, agregamos a esta base de datos diversas columnas que sirvieron para construir nuevos datos que nos permitieran comparar las diferentes características en las diferentes búsquedas. De esta manera, pudimos comparar si se trataba de usuarios únicos o repetidos, el nivel de compromiso de su audiencia, promedios relevantes, cantidades totales, entre otras.

A partir de estas comparaciones, seleccionamos veinte videos con mayor compromiso de su audiencia para luego poder descargar los comentarios a esos videos y así poder determinar las características más relevantes de la conversación de los usuarios que vieron el video. Por último, utilizamos la

información de los videos publicados por los primeros ocho usuarios de esta selección para poder encontrar aquello que vuelve concreta la popularidad de sus canales, haciendo foco en la figura de un presentador que puede caracterizarse como un *conductor* estrella o *celebrity*.

## Resultados

### **YouTube a lo largo y a lo ancho**

Si llegaste hasta acá ya no te quedan dudas de que YouTube no es solo un medio. Ha sido definido como un metamedio, un hipermedio e, incluso, un ornitorrinco mediático (Piscitelli, 2013b). Del mismo modo en que Internet no es un lugar sino muchos (y cada uno con sus propias leyes) (Lessig, 2009; López y Ciuffoli, 2012), con YouTube sucede algo similar que se manifiesta claramente cuando intentamos deconstruir su interfaz. La primera metáfora que YouTube puso en circulación fue la de la plataforma, con la cual trató de conciliar la imposible tensión que hay entre sitios de propietarios y comunidades de prácticas auto-organizadas para la producción y circulación de contenidos propios (Piscitelli, 2013b). Sin embargo, esta metáfora no es la única.

A través de este análisis se hacen visibles las diversas metáforas de interacción que han sido propuestas en el diseño de su plataforma y esto nos permite comprender esa diversidad de medios que lo conforman y de qué manera crean un ecosistema de interacción. De este modo podemos distinguir por lo menos tres YouTube: el buscador, el canal de TV y el estudio de edición personal.

Ya desde la página de inicio, es decir, la primera pantalla que aparece al ingresar al sitio web<sup>2</sup> en la barra de direcciones del navegador, el YouTube *buscador* incentiva a los usuarios a buscar y ver videos, antes que a crearlos. Del mismo modo, la plataforma hace una distinción para dos niveles de participación: existe una forma de navegar por la página para los usuarios sin necesidad de identificarse (sin acceder a su cuenta) y otra distinta para los usuarios que *inician sesión*. A estos dos tipos de usuarios los llamaremos usuarios *periféricos* y *miembros*, respectivamente (González, 2013). Es mediante este uso explícito de expresiones offline que la práctica online cobra sentido. Luego, por supuesto, este tipo de prácticas, que se vuelven cotidianas también en la web, logran ser resignificadas y complejizadas. Es lo que

---

<sup>2</sup> Accesible desde [www.youtube.com](http://www.youtube.com)

permite al usuario concentrarse más en la acción de comunicarse y no en los dispositivos que hacen posible el intercambio (Scolari, 2004).

Así, en estas plataformas se retoman elementos de la vida cotidiana, prácticas familiares para *el resto de los otros*, aún para los que no son usuarios asiduos de internet y no manejan los códigos de la web. La sección para ver videos de YouTube alude a los viejos conocidos como *canal de TV*, o bien a los videoclubes (o las revistas y diarios) con sus suscripciones y recomendaciones e incluso a los más modernos como otras redes sociales con sus *me gusta y no me gusta* y su sección de comentarios.

Algunos indicadores son más evidentes que otros. Sin embargo, existen metáforas que no son tan fáciles de reconocer para todos los usuarios y necesariamente construyen un tipo de usuario experto. Tal es el caso de la metáfora del editor de videos. Cuando entramos a esta sección, la construcción del usuario necesariamente cambia. Aquel usuario buscador o veedor de videos debe convertirse no solo en un editor, sino en un gestor y productor de contenidos. En este espacio no solo se encuentra con la posibilidad de subir y modificar sus videos, sino que también debe entender de leyes de propiedad intelectual, de analítica de datos, de colaboración en comunidad para traducir y producir subtítulos, entre otras varias opciones. De este modo, encontramos que la interfaz gráfica de YouTube construye distintos tipos de usuarios. En primer lugar, podemos distinguir entre usuarios periféricos y usuarios miembros, siendo estos últimos aquellos que han creado una cuenta y, por ende, tienen un canal. Entre los usuarios miembros también podemos distinguir usuarios consumidores, usuarios participativos y usuarios productores (ordenados de menor a mayor, según su compromiso de participación).

Esto nos invita a reflexionar sobre la noción de estrategia que plantea de Certeau (2000). Si tomamos su definición como el “cálculo de relaciones de fuerzas que se vuelve posible a partir del momento en que un sujeto de voluntad y de poder es susceptible de aislarse de un *ambiente*” (p. 49), podemos decir que la arquitectura expresada en estas metáforas es el *lugar* de YouTube; el *entorno* a través del cual despliega su estrategia. Mediante el código y el análisis del comportamiento de los usuarios, los desarrolladores y diseñadores de la empresa YouTube han constituido este lugar que les permite capitalizar las ventajas adquiridas, preparar las expansiones futuras y darse así una independencia de acción. Dominar el código les permite una práctica

panóptica: son quienes pueden observar, medir y, por lo tanto, controlar los datos producidos por sus usuarios. En definitiva, son quienes tienen un tipo específico de conocimiento, el que sustenta y determina el poder de darse este lugar propio. En síntesis, mediante su código, expresado en su interfaz, YouTube redacta un particular *contrato de interacción* (Scolari, 2004, p. 157). Para navegar con cierta libertad en este universo, el usuario empírico de esta plataforma deberá atenerse a las reglas que allí se delimiten.

Pero, además, las normas de la comunidad de YouTube se encuentran de manera explícita a través del espacio Política y Seguridad presente en todas las pantallas en el zócalo institucional. Allí se describen las políticas de uso y privacidad de la plataforma y la forma en que se notifican las mismas. Es decir, se brinda la información necesaria para que todos los usuarios respeten la comunidad de YouTube, sin *pasarse de la raya* y se da a conocer de qué modo se lleva a cabo la tarea de revisión de los materiales para asegurarse del cumplimiento de sus reglas.

Si retomamos la idea de Lessig (2001) de que el código es la *ley*, entenderemos de qué modo aquello que se permite hacer es aquello que es posible. En definitiva, todo lo que la interfaz permita será interpretado como *legal*. De este modo, y sobre la base de la descripción exhaustiva que dio forma a este capítulo en YouTube, se puede buscar, ver, compartir y publicar videos. Además, se puede marcar aquellos videos que son del agrado del usuario y los que no le agradan. También se pueden publicar comentarios a los videos o en los canales. Se pueden publicar anuncios, se puede monetizar las producciones.

Finalmente, no debemos dejar de lado que en YouTube es inherente la participación: ver un video, hacer clic en *me gusta*, comentarlo, enlazarlo, suscribirse a un canal, publicar un video. Participar en YouTube es imperante. Uno no puede dejar de hacerlo, aun si no tiene un canal. Cualquier acto será tenido en cuenta para su almacenamiento y uso en tanto dato factible de ser cuantificado y posteriormente vendido como producto.

### ***Problematizando la noción de prosumidor***

Como hemos visto, en YouTube es imposible no *participar*: vistas, comentarios, suscripciones, subida de videos, etc. son las formas canónicas de hacerlo. Con el fin de analizar cómo participa la audiencia que sube y consume videotutoriales indagaremos el comportamiento de estos valores a partir de la metadata de los videos del corpus.

En la tabla 2 encontramos la cantidad de vistas<sup>3</sup>, votos (*me gusta, no me gusta*), la cantidad de comentarios y *engagement rate* de los usuarios<sup>4</sup>. Allí vemos cómo en cada una de las búsquedas realizadas las cantidades absolutas de las vistas, votos y comentarios varían de manera considerable. Sin embargo, el compromiso de participación alcanzado por los usuarios no se manifiesta por encima del 1.70%, siendo el promedio general del *engagement rate* un 0.69%. Ambos porcentajes se encuentran muy alejados incluso del 9% que formuló Nielsen (2006).

Query	viewCount	likeCount	dislike-Count	votesTotal	Comment Count	Engag.rate
<b>Tutorial</b>	2,935,631.70	22,336.40	1,105.58	23,066.90	2,021.50	1.00%
<b>DIY</b>	26,322,472.11	152,619.19	8,955.83	161,575.03	19,089.81	0.69%
<b>T música</b>	177545.51	1658.17	77.15	1735.32	118.34	1.05%
<b>D música</b>	26322472.11	152619.19	8955.83	161575.03	19089.81	0.69%
<b>T maquillaje</b>	1107802.63	10011.1	544	10555.1	657.44	1.01%
<b>D maquillaje</b>	152350.22	2198.82	104.81	2303.63	182.09	1.64%
<b>T cocina</b>	198524.43	2704.22	105.05	2809.27	161.47	1.50%
<b>D cocina</b>	4489762.79	20820.26	1167.08	21987.34	2154.79	0.54%
<b>Total</b>	32448457.69	190011.76	10953.92	200965.69	22363.94	0.69%

Tabla 2. Metadata total de los videos de la muestra

Es decir, si tomamos la cantidad de usuarios únicos que publicaron los videos de nuestra muestra (un total de 2075 usuarios) y los datos que nos ofrece la tabla anterior podríamos reformular la regla, aunque de una manera menos elegante:  $99.32 \mid 0.68 \mid 0.01$  (ver tabla 3).

<sup>3</sup> Como alguna de las búsquedas comparten términos, en los 4000 resultados de búsqueda analizados encontramos unos 120 videos repetidos. Esto implica que algunos de los indicadores pueden tener cálculos duplicados. Sin embargo, como esta cantidad representa solo el 0,03% de nuestra muestra hemos decidido no eliminarlos, ya que consideramos que no alterará las correlaciones investigadas.

<sup>4</sup> El *engagement rate* es utilizado por la industria del marketing y la investigación del mercado para determinar el grado de participación de la audiencia o consumidor de un determinado producto. Se calcula dividiendo el total de interacciones (votos y comentarios) sobre la cantidad de visitas que tuvo un video. Si bien comprendemos que tanto el término como su utilización en el campo de la investigación social puede resultar extraño, entendemos que este tipo de cálculo puede colaborar a comprender la práctica desde un punto de vista cuantitativo, hasta tanto encontremos una variable más propia para determinar la participación de los usuarios de un medio social.

Vistas	99.32%
Participación Activa <sup>1</sup> (comentarios + votos)	0.68%
Usuarios Productores	0.01%

Tabla 3. Participación desigual

En la tabla 4 podemos ver de modo claro esa misma distribución para cada una de las variantes analizadas, dando cuenta de que no se trata meramente de un promedio general, sino una tendencia que se manifiesta a lo largo de la categoría tutorial.

Query	%viewCount	%votes	%commentCount	%usuariosÚnicos
<b>Tutorial</b>	99.00%	0.78%	0.07%	0.013%
<b>DIY</b>	99.32%	0.61%	0.07%	0.001%
<b>Tutorial música</b>	98.97%	0.97%	0.07%	0.216%
<b>DIY música</b>	99.32%	0.61%	0.07%	0.001%
<b>Tutorial maquillaje</b>	99.00%	0.94%	0.06%	0.023%
<b>DIY maquillaje</b>	98.39%	1.49%	0.12%	0.258%
<b>Tutorial cocina</b>	98.53%	1.39%	0.08%	0.168%
<b>DIY cocina</b>	99.47%	0.49%	0.05%	0.007%
<b>Total</b>	<b>99.32%</b>	<b>0.62%</b>	<b>0.07%</b>	<b>0.003%</b>

Tabla 4. Porcentajes de vistas, votos, comentarios y usuarios

Entonces, ¿el fenómeno de cultura participativa es más un mito que realidad? ¿Es posible que en la era del fin de los medios masivos un medio como YouTube que ha nacido bajo el lema *broadcast yourself* pueda sufrir una *broadcastización*, en el sentido básico de que unos pocos transmitan para muchos? ¿Hasta dónde podía llegar este proceso? Carlón (2016, pp. 26-27) explica que existen dos diferencias entre el *broadcast* de los llamados *nuevos medios* y el de los medios masivos. Por un lado, ni YouTube ni ninguno de los usuarios que han publicado los videos de nuestro corpus pueden lograr *programar la vida social*, una característica que Verón había otorgado a los medios masivos (citado por Carlón, 2016, pp. 26-27).

Estos últimos podían impedir, por ejemplo, que los sujetos vieran los programas cuando querían, como querían y bajo el dispositivo que querían; algo que hoy es posible. Por otro lado, se encuentra el *control de la circulación discursiva* que, en la era de los medios masivos, se establecía regulando



la circulación y generando una indudable escasez. Hoy, la vocación de toda publicación es la propagación y, además, el control, tal como se establecía en la era de los medios masivos, se ha vuelto impracticable debido a la sobreoferta actual.

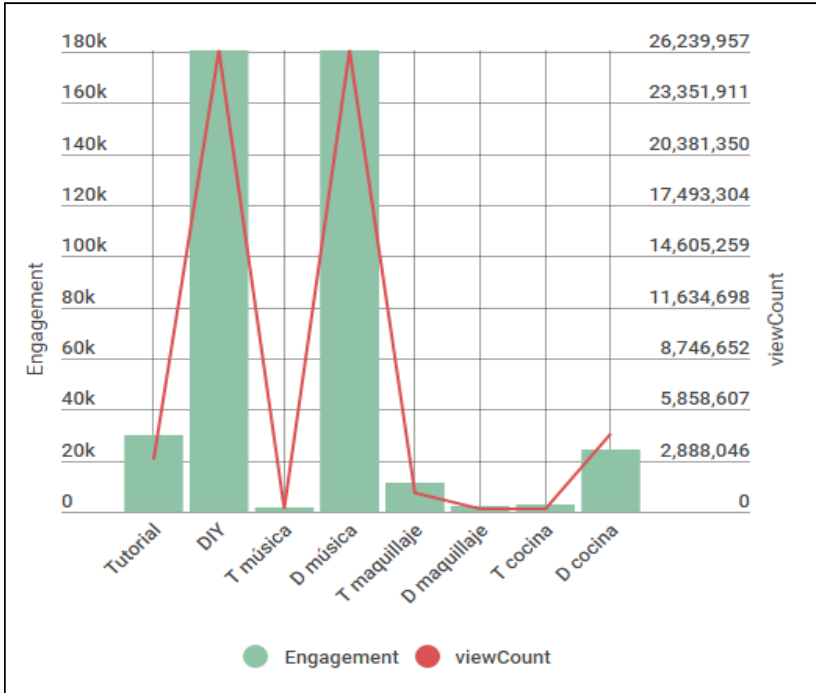


Figura 1. Relación entre vistas y compromiso del usuario por tipo de búsqueda

Es más, si observamos la figura 1, podemos entender que no debemos desestimar la cantidad de vistas como un tipo de interacción pasiva, dado que se vincula directamente el aumento de las vistas con el aumento de la participación activa. Este dato que puede resultar evidente, dado que podemos llegar a creer que los usuarios que comentan o votan el video necesariamente debieron haberlo visto, no es tan así. Siguiendo el análisis del apartado anterior, la arquitectura de YouTube permite que un usuario comente o vote sin haber hecho correr el video. Esto significa que no podemos dejar de lado que, al menos en la categoría tutorial (en particular en las variantes que analizamos),

los usuarios que participan han visto el video antes de elevar un juicio sobre el contenido o el canal al que llegaron. También debemos tener en cuenta que las prácticas de usuarios que miran, votan y comentan resultan cruciales para los productores de contenidos. Si observamos la figura 2 vemos cómo la mayor cantidad de vistas se encuentra hacia los 6:30 minutos, lo que da cuenta de un índice de audiencia muy exigente en cuanto a la brevedad de la explicación (si tenemos en cuenta la categoría que estamos analizando). Un segundo momento con mayor cantidad de vistas se puede apreciar al alcanzar los 13 minutos, pero ya la cantidad en términos absolutos es mucho menor.

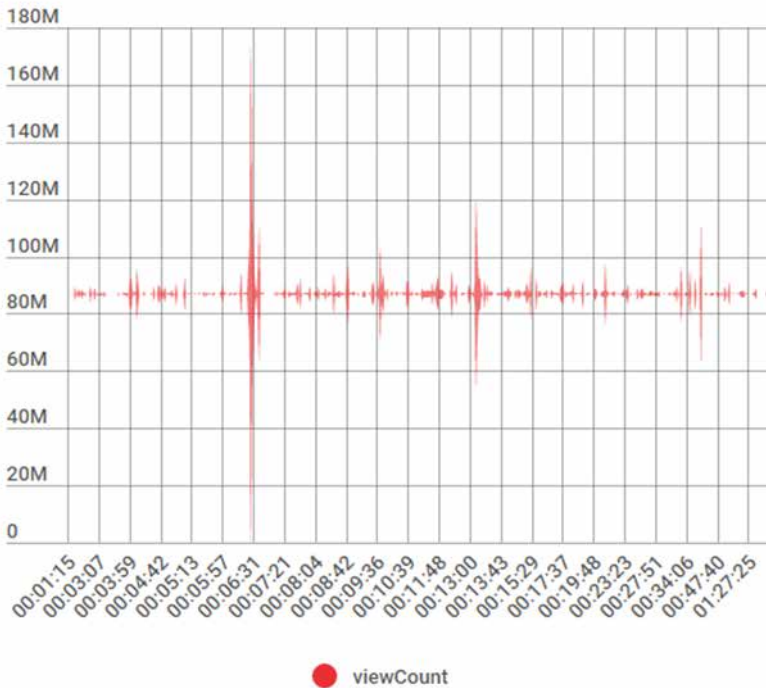


Figura 2. Relación entre cantidad de vistas y minutos de duración

Este dato se vuelve aún más interesante al ver cómo el promedio de la duración de los videos tutoriales de la muestra es efectivamente 7:50 minutos, y se repite en cada una de las subvariantes de la categoría. Según de Certeau

(2000), este tipo de prácticas nos habilitan a relacionarlas con lo que él llamó *tácticas*. Son nada más y nada menos que pequeñas acciones que realizan los usuarios y se dan conscientemente en el lugar donde YouTube despliega sus estrategias. En este obrar no siempre generalizado, aprovechando las ocasiones, se pueden ir acumulando algunos beneficios. Por ejemplo, también hemos visto cómo las prácticas de los usuarios que miran, votan y comentan moldean las prácticas de quienes los producen y publican: de esta manera se explica la singular coincidencia entre la duración promedio de los videos con la duración de los videos con mayor cantidad de vistas.

Sin embargo, estas pequeñas prácticas no alcanzan para reconfigurar el espacio, no cuentan con la posibilidad de darse un proyecto global. Gracias a la sobreoferta en parte, pero también a la permanencia de lógicas que nos acompañan de nuestra relación con los medios masivos, la participación activa de los usuarios no alcanza los niveles que potencialmente podrían lograr, reproduciendo y profundizando la fórmula de participación desigual que postuló Nielsen (2006). Por otra parte, el número de *usuarios únicos* de nuestra muestra representa, de manera variada, entre un 50% y un 80% de la cantidad total de videos. Es decir, que la producción es diversa. Esta idea se profundiza, al señalar que solo 14 del total de canales de nuestra muestra han producido más de 10 videos, representando un 0.47% de los *usuarios productores*. Esto significa que ninguna cuenta ha monopolizado la producción de contenidos dentro de la categoría tutorial, lo que arroja un poco de esperanza sobre la posibilidad de que cada vez más personas encuentren su voz en la producción audiovisual de videotutoriales.

Como dice Jin Kim (2012), la cultura del contenido generado por usuarios (UGC) aún persiste, a pesar de los esfuerzos de la industria por profundizar el avance de los contenidos generados por profesionales (PGC). En este apartado analizamos de manera diferenciada a los usuarios productores y los usuarios consumidores, distinguiendo entre aquellos que solo miran (*lurkers*) y los que también suman aportes como votos y comentarios (a pesar de no siempre publicar videos). Este tipo de diferenciación cuestiona la idea totalizadora de *prosumidores*, dando cuenta que el consumir y producir no son instancias absolutas y es necesario complejizarlas. Estas categorizaciones nos permiten confirmar que la interactividad no es lo mismo que participación: mientras que la propuesta de interactividad de YouTube permite generar vistas,

*likes/dislikes*, comentarios, creación de videos, los usos que se posibilitan son variados y responden a otra lógica de participación.

Los comentarios a cada video se ordenarán por calidad/relevancia. Al principio se muestran los comentarios realizados por el usuario que lo subió en primer lugar, luego los debates sobre el video en sí, comentarios de personalidades populares y comentarios de personas vinculadas con el usuario dueño de la cuenta. De esta manera, no todos los usuarios pueden ver el mismo orden de comentarios.

En la tabla 5 hemos desplegado un recorte factible de ser analizado de los comentarios realizados en los veinte videos de la muestra con mayor *engagement rate*. Es decir, aquellos que generaron mayor cantidad de votos positivos y comentarios, motivo por el cual fueron elegidos para este análisis. Para examinar esta forma de participación, se recuperaron entonces 299.696 a los mismos, lo que alcanza una suma de 2.403.935 palabras, de las cuales 141.169 son originales. El contenido con más comentarios es el de la usuaria MayBaby, seguido por PewDiePie, DalasReview, ThreadBanger y WolfieRaps; mientras el menos comentado es el de ¡Que Viva La Cocina!, seguido por el de Summer McKeen y Amanda Pontes. En esta porción del corpus encontramos una diversidad y heterogeneidad de conversaciones, sin embargo, existen algunos patrones que nos permiten conocer las conversaciones que mantienen en esta sección.

Usuario	5 palabras más frecuentes				
¡Que Viva La Cocina!	queso	rico	que viva la cocina	gracias	canal
Amanda Pontes	nome	vc	amanda	linda	música
CaELiKe	juanxita	caeli	like	video	amo
Cocina Para Todos	gracias	pizza	besitos	muchas	cocina
Cocinajaponesa	arroz	bonito	gracias	seco	xd
DalasReview	dalas	cake	parte	tacos	like
Liza Koshy	love	Liza	video	david	like
MayBaby	case	love	pink	iphone	blue
NikkieTutorials	look	love	make up	like	lips
Patrik Pietschmann	piano	like	play	amazing	beautiful
Paula Stephânia	fazer	vc	paula	silicone	faz
Pautips	maquillaje	pau	encantó	saludos	canal
PewDiePie	cake	video	pewdiepie	pewds	hair
raizarevelles99	talco	raiza	cocoa	video	polvo
Summer McKeen	like	make up	Cara Delevigne	love	eyebrows
ThreadBanger	friday	day	watching	fridayfriday	cheese
Volpicella Roccibel	maquillaje	encantó	mucho	video	gracias

WolfieRaps	shot	wolfie	candy	like	love
YosStoP	Yoss	Patry	Lesslie	video	maquillaje
Yuya	yuya/ yuyita	canal	video/s	encantó	gracias

## Referencias

	relativo al canal
	relativo al video
	declaración de amor y gusto por el video
	conversaciones externas al video, en ocasiones propias a YouTube
	responde a consigna del video
	pedido al <i>youtuber</i> a que haga otro video

Tabla 5. Palabras más frecuentes en los comentarios a los videos

A grandes rasgos, podemos señalar que los usuarios conversan sobre cuestiones relacionadas con el video (se refieren a ingredientes, materiales, partes del cuerpo, personas que aparecen en él), cuestiones relacionadas con el canal (mencionan a su realizador, o explícitamente hablan del canal) o con el medio (comentan en qué momento están mirándolo, establecen que son los primeros en llegar a esa sección). Cuando se refieren al video, suelen responder alguna consigna o pregunta que haya realizado el usuario productor, o bien declaran su gusto por el video y/o el canal, dan las gracias, o realizan un pedido a ese usuario productor (ya sea que explique algo que dijo en el video, o que realice otro videotutorial). El caso que más llama la atención por la cantidad de comentarios que generó fueron los vinculados a colores preferidos para una carcasa de celular: todos responden a la consigna que Meg DeAngelis, responsable del canal MayBaby, realizó en su video al sortear un celular Iphone en su siguiente video.

Como vemos, los comentaristas mantienen conversaciones entre ellos, sin pretender involucrar al usuario productor en la conversación. Algunos de los comentarios que más llaman la atención son los que hablan de *cake* en el video de DalasReview. Allí se están refiriendo a un chiste que es mencionado por el usuario productor a partir de un recurso muy utilizado que se basa en superponer voces de otros videos o piezas audiovisuales. En este caso, la frase recuperada es *The cake is a lie*, y el chiste está vinculado con una misión en el famoso videojuego Portal, lo cual da cuenta de la relevancia que tiene la cultura *gamer* en estos espacios.

Sin embargo, el tipo de conversación que resulta más interesante es la referida a la mención de *fridayfriday*, que no solo se vincula con una observación

que realiza la usuaria productora, sino que el comentario está más relacionado con una práctica común en los comentarios de YouTube: preguntar o mencionar en qué momento de la semana, mes y año se está visitando el contenido. Resulta llamativo que ante la posibilidad de los nuevos medios cuyos contenidos pueden ser vistos a toda hora, y en función de los intereses individuales de cada uno, se realice una pregunta con una función fática: saber quién está mirando el mismo contenido en el mismo momento en que uno lo esté haciendo.

### **Celebrities generated content**

Al parecer, en la categoría de videotutoriales reinan los canales cuyos contenidos han sido generados por usuarios, y en nuestra muestra tan solo el 18% de los videos con más vistas y el 25% de los videos cuyos usuarios han publicado una mayor cantidad de veces, se corresponden a canales producidos por productores profesionales, quienes reciben no solo una regalía por parte del servicio de monetización de YouTube, sino que también han sido diseñados como un servicio extra, dentro de una organización con fines de lucro.






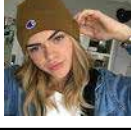

Sin embargo, el 100% de los videos de la muestra que generaron mayor compromiso de su audiencia fueron creados netamente por usuarios que han producido videos exclusivamente para la plataforma. Como el contenido que nos interesa comprender es justamente aquel que genera mayor participación de su audiencia, nos detuvimos a analizar los canales con más de un millón de vistas que generaron un *engagement rate* mayor al 2%, al menos el doble de compromiso alcanzado en promedio, según la regla de la participación desigual formulada por Nielsen (2006). Recordemos que los videos con más de un millón de vistas representan un 25% de la muestra analizada. Lo que reúnen estos usuarios, además de haber alcanzado una altísima popularidad y compromiso por parte de sus audiencias en la plataforma, es su construcción como celebridades, principalmente debido a la hibridación que han realizado en sus videos del formato tutorial y el formato del videoblogging. Es decir, se trata de usuarios que destacan aspectos de su personalidad al realizar sus videos, una estrategia que atrae a mayor cantidad de usuarios consumidores que no solo ingresan a sus videos para aprender a realizar las actividades que ellos proponen, sino que también acceden para verlos a ellos en pantalla, conocer un poco más de su vida y entretenerse.

El 90% de los videos que generan mayor cantidad de compromiso por parte de la audiencia son conducidos por un conductor estrella. El 70% de estos usuarios han nombrado su canal con su nombre particular o su apodo, y un 30% lo ha incluido en cada uno de los títulos de los videos. Otra de las claras características de estos usuarios es que, al haber publicado más de un video, el 90% ha incluido miniaturas o *links* para acceder a sus videos previos. Y el 95% de ellos incluso han mencionado o sugerido que los usuarios ingresen a sus perfiles en redes sociales.

Kavoori (2011) señala que el lenguaje de la cultura de las celebridades on-line comparte características importantes con la fama en la cultura de los medios tradicionales: la fabricación de uno mismo, el surgimiento de un *star system*, la confección de pseudoeventos y el foco en el entretenimiento. Sin embargo, hay grandes diferencias que deben ser señaladas para comprender su complejidad. No obstante, dentro de este recorte de videos con mayor participación activa producido por celebridades *youtubers*, un 30% no se corresponde en su totalidad con un videotutorial, sino con una parodia del formato, o bien con seguimiento no experto de una serie de instrucciones para crear algo. Esto no hace más que confirmar la existencia de un género, ya que para que exista una parodia, las reglas del género a parodiar deben estar claras (presentación de un problema, solución al problema en una serie de pasos, presentación del producto o solución terminada). Por otra parte, este tipo de videos nos permite entender que los usuarios están accediendo a este contenido principalmente para encontrar entretenimiento y para ver al conductor estrella hacer algo, y no, como podría pensarse desde el sentido común, para *aprender* a hacer algo.

Con el fin de analizar en mayor profundidad este tipo de construcción online, hemos *scrapeado* datos del archivo de videos de los ocho canales que más compromiso de parte de sus audiencias han alcanzado en el marco de las búsquedas que hemos realizado para construir nuestro primer corpus. Los canales de los que estamos hablando se presentan en la tabla 6.

Artes de hacer en la Era Youtube...

Canal	Avatar	Año de apertura del canal	Cantidad de videos publicados	Duración promedio	Vistas promedio	Total <i>engagement rate</i>
Amanda Pontes (Brasil)		2014	117	9 min	175181.19	9.02%
CaELiKe (México)		2010	430	7:30 min	2285566.55	4.77%
Cocina-japonesa (España)		2009	82	4 min	88716.35	3.04%
Paula Stephânia (Brasil)		2014	101	9:30 min	761,352.54	7.13%
Pew-DiePie (Reino Unido)		2010	2920	13 min	4,921,461.46	4.25%
Summer McKeen (EE.UU)		2012	154	7 min	175611.74	4.04%
Wolfie-Raps (Canadá)		2013	260	7:40 min	2,017,324.79	7.33%




Yuya (México)		2009	455	9 min	8,039,452.50	3.68%
------------------	---	------	-----	-------	--------------	-------

Tabla 6. Características de los canales que generan mayor compromiso de sus audiencias

Ya con los pocos datos que se muestran en la tabla podemos interpretar que estos usuarios tienen características excepcionales. Si bien no se trata de un grupo homogéneo, vemos como en todos los casos sus videos tienen un promedio de vistas que supera ampliamente a la norma, al igual que el compromiso que adquieren de sus audiencias, rompiendo de manera clara el nivel de participación del 1% que hemos visto en apartados anteriores. Por la cantidad de videos que han publicado podemos ver que se trata de usuarios muy productivos, una condición necesaria para mantener su popularidad. Si observamos los avatares, es decir, el ícono que distingue a sus usuarios (y, por ende, sus canales) en YouTube, resulta clave destacar que, en seis de los ocho casos, se muestra la cara del *youtuber* en primer plano o bien en plano medio (como es el caso de WolfieRaps). Los únicos casos donde el avatar muestra otro elemento son CocinaJaponesa y PewDiePie. Esto no es casual, dado que en estos dos casos la construcción principal de ambos usuarios no es de *vloggers* o *videobloggers*. Otra característica que comparten estos *youtubers* (salvo por los dos que hemos señalado) es que se trata de jóvenes que han nacido en la década de los 90, a fines del siglo pasado, y tienen entre 17 y 24 años: Yuya y WolfieRaps nacieron en 1993; CaELike, en 1994; Paula Stephânia, en 1995; Amanda Pontes, en 1996; y Summer McKeen, en 1999.

Quizás esta paridad de edades pueda explicar la homogeneidad de su estética. Tal como señala Kavoori (2011), la cultura de las celebridades en YouTube se centra a menudo en la remediación: toma prácticas, historias y temas de la cultura popular masiva y la rehacen, a veces reforzando los objetivos discursivos del original, otras veces reanimándolos y en otras ocasiones dándoles nuevos sentidos. Además, apelan a procesos de intertextualidad discursiva que tienen un alcance amplio: pueden basarse en una gran cantidad de alusiones (como hemos visto en los comentarios) a la música popular, a la cultura *gamer* y a la cultura de internet, en general.

Sin embargo, estos usuarios que se volvieron celebridades en YouTube realizando videotutoriales en particular, pero realizando *videoblogging* en general, y que monetizan sus canales, actualmente se encuentran desarrollando la industria de videos en YouTube. Diversas compañías, a raíz de la popularidad de estos usuarios, les ofrecen gestionar sus canales para que ellos solo tengan que dedicarse al contenido y funcionan de alguna manera como sus representantes. Estas redes multicanal son entidades que, afiliados con múltiples canales de YouTube, ofrecen asistencia a los creadores de contenidos en áreas que incluyen productos, programación, financiación, promoción cruzada, gestión de socios, gestión de derechos digitales, monetización, ventas y/o el desarrollo de la audiencia.

Las redes multicanal no están afiliados con o apoyados por YouTube o *Google*, sino que se trata de compañías externas. Las más destacadas son Machinima, Fullscreen y TGN, sin embargo, dado el volumen de negocio que estas compañías pueden alcanzar, los *youtubers* con mayor alcance han decidido crear sus propias *networks* para obtener mayor control sobre su producción y además dedicarse a esta industria ya desde otro lugar, produciendo a nuevos creadores. Este es el caso de PewDiePie, con su compañía Rebelmode (que actualmente está respaldada por Maker Studios, que fue comprada por Disney), Yuya con su compañía Mariad Castrejon (su nombre real) y CaELike, con su empresa del mismo nombre.

La conformación de un *star system* y un grupo de *networks*, nuevamente, viene a confirmar la consolidación de un medio. Sin embargo, este *star system* y estas *networks* tienen características particulares que no necesariamente se vinculan con el mundo de las celebridades y cadenas de los medios tradicionales: se trata de construcciones que mantienen características de *bloggers*, aquellos escritores independientes que poblaron el ciberespacio antes de la llegada de los medios sociales. Es decir, tal como señala Kavoori (2011), estas celebridades no se desarrollaron a través de la fuerza de una autoridad institucional (agentes de prensa, publicidad y relacionistas públicos), sino por medio de la gestión y esfuerzo individuales: a lo largo de sus publicaciones es que alcanzaron la experiencia necesaria para convertirse en gestores de medios y no al revés, para luego tomar la decisión de sumarse a una *network*. La relevancia de este tipo particular de usuarios es que ellos han colaborado en la construcción del medio: son quienes han producido las prácticas para

darle forma a esta nueva tecnología que se había creado. Y YouTube se convirtió en lo que es hoy gracias a lo que ellos han hecho con él, en su espacio, encontrando límites, proponiendo usos, generando conversaciones.

Actualmente estamos asistiendo a una transformación del ecosistema mediático. La cultura de la celebridad on-line era estructuralmente independiente de la formación de estrellas en los grandes medios masivos. Hoy en día tiene lugar un efecto de convergencia y tanto historias como estas personalidades circulan utilizando el *feedback*, las actualizaciones de las redes sociales, los anuncios, y, por supuesto, a través de los medios *mainstream* (Kavoori, 2011).

## Conclusiones

Cuando iniciamos esta investigación nos propusimos analizar las interacciones entre los usuarios que producen y consumen videotutoriales en YouTube, entendidos como emergentes de la cultura participativa, y mediados por la interfaz. En definitiva, nos preguntábamos cómo se generan prácticas de producción, participación y consumo en el espacio brindado por la plataforma de videos.

Dada la cantidad de información que circula por la plataforma elegida, hubiera sido imposible comprender este fenómeno en una pequeña escala. Por ello nos sumamos un desafío mayor: abordar este objeto de manera transdisciplinaria, teniendo en cuenta tanto el problema de la cantidad de la información producida como el significado de las prácticas culturales que pueden atribuirse a esa producción. A lo largo de las diferentes secciones de este trabajo nos dedicamos a describir esas prácticas de participación, poniéndolas en relación con las posibilidades que brinda la plataforma de videos para la construcción de culturas globales y colectivas. Para ello, retomamos una metodología que resulte relevante para el análisis de estos fenómenos en contextos de producción masiva de datos.

Uno de los desafíos que nos encontramos en este camino fue construir una mirada comunicacional de YouTube, sin perder su dinamismo e intentando comprender las pujas de poder que lo constituyen en tanto nuevo medio, en el que entran en tensión diversas culturas de los usuarios y otros medios. En nuestra descripción de la interfaz identificamos que en YouTube es más sencillo buscar y ver videos que realizarlos. Si bien el acceso y la posibilidad

de subir y crear videos se ha simplificado, el alcance de una mayor audiencia queda aún reservado para grupos de usuarios que tengan alguna noción previa de edición, publicación de videos y gestión de contenidos. Sumado a esto, los usuarios productores tienen que lidiar con las normas de la comunidad, donde se expresan las leyes de la plataforma y sus políticas de uso.

Por otra parte, al indagar estas *maneras de hacer* en YouTube, nos propusimos profundizar y complejizar la figura del usuario de nuevos medios, genéricamente nombrado como *prosumidor*. Entre los usuarios de videotutoriales encontramos diferentes tipos de usuarios: unos que solo miran (*lurkers*), así como otros más activos: que votan y comentan, e incluso publican. En el género tutorial analizado no hemos encontrado usuarios *uploaders* (que suben videos de otros) ni cantidades significativas de canales de medios *mainstream*. Los contenidos generados por usuarios conforman el 82% de los videos con más vistas y el 75% de los canales que más publican. El 100% de los videos que generan más compromiso con la audiencia son generados por usuarios (UGC).

Una característica fundamental de la participación de los usuarios que consumen videotutoriales, y que no necesariamente los producen, es su bajo compromiso con los contenidos a los que acceden. Utilizando el concepto de Nielsen (2006) de participación desigual y analizando el *engagement rate* de los videotutoriales, identificamos que, en promedio, la relación entre los comentarios y los votos, por un lado, y las vistas, por el otro, es de un 0.69%. Esto es, cada 1000 vistas encontramos entre un 5% y un 14% de votos y entre 0.5% y un 1.20% de comentarios. De este modo se manifiesta cómo el cambio técnico no siempre es acompañado por el cambio cultural. El hecho de tener a su disposición la posibilidad de participar no implica que los usuarios hagan uso de este privilegio. Sin embargo, resulta interesante cómo en algunos aspectos las prácticas de los usuarios que producen y las de los usuarios que consumen encuentran un diálogo por fuera de las estrategias propuestas por la plataforma. Por ejemplo, el promedio de duración de los videos ronda los 7 minutos, dato que coincide con la cantidad de tiempo que tienen los videos que son más visitados por la audiencia. Ni las normas de la comunidad ni la interfaz de YouTube establecen un límite específico de tiempo para la carga de videos (más allá del límite de 20Gb para determinados usuarios). No obstante, tanto usuarios que producen como los que consumen videos habrían

llegado a un acuerdo tácito para determinar qué cantidad de minutos están dispuestos a otorgar a dichos videos.

En los comentarios se pueden vislumbrar las expresiones propias de una cultura digital, haciendo referencia a temas y expresiones de la cultura popular y masiva, y en ocasiones manifestándose de maneras propias del medio. El último de los desafíos de la presente investigación fue identificar los usos particulares de los usuarios que producían videos y alcanzaban una mayor participación de su audiencia. Las *celebrities*, comúnmente llamadas *youtubers* por el resto de los usuarios, se consolidaron como los usuarios más destacados del medio, conformando un tipo particular de usuarios productores.

Estos *conductores estrella* no solo se caracterizan por su gran popularidad, sino que crean contenido con determinadas características: destacan aspectos de su personalidad, se muestran en pantalla, cuentan sobre su vida personal (sus gustos, sus actividades). Como verdaderos gestores de medios y de contenidos, realizan una serie de acciones que les permiten posicionarse como marca: colocan su nombre en el título del video, emplean su foto en el avatar de su canal, utilizan expresiones y prácticas de la cultura popular, comparten lo que realizan en otras redes, dan consignas a sus usuarios, aunque no siempre suelen comentar sus videos, y solo en ocasiones responden a consultas.

El proceso descrito sobre la formación de redes multicanal, la conformación de un *star system* y la decisión de algunas de las celebridades del medio de crear su propia *network* pone de manifiesto el lugar que estos usuarios han logrado crear para sí mismos, colaborando en la consolidación de YouTube como medio. Si bien estos usuarios no son la norma general de los productores de videos de la plataforma, no debemos dejar de destacar su accionar teniendo en cuenta que su profesionalización tuvo lugar al interior de la plataforma, y con sus prácticas le dieron forma, generando nuevos modos de hacer y participar. Fueron sus usos los que crearon valor social además de valor económico al medio.

En resumen, YouTube debe ser entendido como un emergente o un síntoma de la evolución de la cultura de la web. En la presente investigación pudimos describir los modos en que este sitio de videos online proporcionó formas alternativas de consumir y producir videos, alterando los modos en que los medios tradicionales planificaban sus estrategias institucionales, incluyendo la protección de derechos de autor y publicidad. La influencia, como se señaló

anteriormente, no es unidireccional. Hemos visto también cómo por la puja de modos tradicionales de distribuir contenido también se ha alterado la propuesta que desde el inicio la plataforma de videos prometía: para los principales proveedores de contenido, incluidas las redes de *mainstream*, YouTube funciona como una herramienta de promoción y de publicidad. Además, cada vez encontramos una mayor y más eficiente protección de derechos de autor.

Tal como señaló Carlón (2016, p. 138), “el proceso de avance de las *majors* con sus estrategias *broadcast* y sus contenidos generados por profesionales no debe ser subestimado”. Sin embargo, también hemos visto cómo el avance de las *majors* no se manifiesta de una manera totalizante en la categoría tutorial. YouTube, en definitiva, en determinados espacios sigue siendo un medio de atracción antes que un medio de empuje. Aún tiene potencial como medio para comunidades sin fines de lucro, aficionados y artistas independientes. También tiene espacio para distribuidores de contenido alternativo. Los proyectos de las celebridades o *makers* compartidos a través de la red se convierten en inspiración y oportunidades de colaboración con otros, produciendo contenidos más horizontalmente.

Es por estos motivos que nos resulta tan difícil despegar la cultura participativa de los nuevos medios. Los medios como YouTube han prometido una fácil interconexión entre los intereses de los productores y los consumidores. Sin embargo, tal como en la vida offline, estas relaciones deberán pensarse como focos de lucha con victorias y pérdidas. YouTube, en este sentido, es uno de los campos de batalla donde esta lucha por la construcción de una participación que implique una cultura más inclusiva y empoderadora se realiza.

## Referencias bibliográficas

- Berry, D. (2011). *Digital Humanities: First, Second and Third Wave*. Traducción de Alonso e Ibañez para la Cátedra de Datos Piscitelli, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Recuperado de <https://bit.ly/2LuheGL> el 01/03/2019.
- Carlón, M. (2016). *Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y YouTube*. Buenos Aires: La Crujía.
- Certeau, M. de (2000). *La invención de lo cotidiano I. Artes de hacer*. México: Universidad Iberoamericana.

- González, D. (2013). *Vidding. Fanatismo, colaboración y creatividad en la era YouTube* (Tesis de grado no publicada). Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Buenos Aires.
- Gruffat, C. y Schimkus, R. (2010). La arquitectura es la política de la red. Facebook y sus rivales. En A. Piscitelli, I. Adaime e I. Binder, *El proyecto Facebook y la Posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. Madrid: Ariel, Fundación Telefónica.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, H., Ito, M. y Boyd, D. (2015). *Participatory Culture in a Networked Era*. Cambridge: Polity Press.
- Kavoori, A. (2011). *Leyendo YouTube: La Guía de los Espectadores Críticos*. Traducción de Bazan y Vaccari, para la Cátedra de Datos (Piscitelli) de la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (FSOC-UBA). Recuperado de <https://bit.ly/2Yc1RV4> el 01/03/2019.
- Kim, J. (2012). The Institutionalization of YouTube: From User-Generated Content to Professionally Generated Content. *Media, Culture & Society*, 34(1), 53-67. Recuperado de <https://bit.ly/2vH7jCX> el 01/03/2019.
- Lessig, L. (2001). *El código y otras leyes del ciberespacio*. Madrid: Taurus.
- Lessig, L. (2009). *El código 2.0*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Liikkanen, L. A. (2015). Music on YouTube: User Engagement with Traditional, User-Appropriated and Derivative Videos. *Computers in Human Behavior*, 50, 108-124. doi:10.1016/j.chb.2015.01.067.
- López, G. y Ciuffoli, C. (2012). *Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después*. Buenos Aires: La Crujía.
- Manovich, L. (2009). *Cultural Analytics: Visualizing Cultural Patterns in the Era of "More Media"*. Recuperado de [https://bit.ly/2vHXSmN\\_el\\_01/03/2019](https://bit.ly/2vHXSmN_el_01/03/2019).
- Manovich, L. (2011). *Comprender los medios híbridos*. Recuperado de <https://bit.ly/2y8bHOX> el 01/03/2019.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Nielsen, J. (2006). Participation Inequality: Encouraging More Users to Contribute. En *Useit.com*. Recuperado de <https://bit.ly/1cGx8k0> el 01/03/2019.
- Pérez Rufi, J. P. (2011). YouTube ya no es "tu televisión": cultura colaborativa

- y red comercial en el vídeo online. *Revista Comunicación*, 1(9), 146-162. Recuperado de <https://bit.ly/1S6kkNZ> el 11/04/2019.
- Piscitelli, A. (2013a). ¿Cómo definir a las Humanidades Digitales? ¿O no definir las? *Educación y Ciudad*, 25, 25-38.
- Piscitelli, A. (2013b). *Algunos señalamientos acerca del carácter ornitorrinco de YouTube*. Recuperado de <https://bit.ly/2H5yDRN> el 20/04/2019.
- Rogers, R. (2013). *Digital Methods*. Massachusetts: The MIT Press.
- Scolari, C. (2004). *Hacer Clic. Hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.

(Footnotes)

- 1 Lamentablemente no podremos determinar qué cantidad de usuarios únicos han publicado comentarios o votos, debido a la información con la que contamos en nuestras bases de datos. Esto podría arrojarnos un dato más preciso acerca de la desigualdad de participación, que sin dudas se profundizaría.



El Segundo Congreso Internacional de Humanidades Digitales fue co-organizado por primera vez con una institución universitaria, la Facultad de Humanidades y Artes de la Universidad Nacional de Rosario. Desde el título elegido, La cultura de los datos, la sede(s), la modalidad de organización y la orientación multinivel y transdisciplinaria es reflejo del desarrollo teórico, experimental y transformador que la AAHD desea plasmar año tras año al invocar un espacio colaborativo de saberes, impulsando sus ya habituales modos de hacer y compartir proyectos durante sus jornadas. En estas Actas, la cultura de los datos aparece como el eje de las presentaciones y debates, que revisa nuestras taxonomías y prácticas en tanto creadores o usuarios de datos. Los trabajos también habilitan reflexiones sobre los modos y contextos de circulación, y sobre la difusión y preservación de datos, ya que no son ubicuos ni ahistóricos. Se reflejan aquí trabajos colaborativos, comunidades e infraestructuras, ya que “data are relata”, los datos solo tienen sentido si están relacionados con otros datos, fenómenos, procesos, personas, comunidades. Los datos solo tienen sentido si están organizados y en este libro encontramos las claves actuales para ese proceso.

**Trabajos, Comunicaciones  
y Conferencias, 42**

ISBN 978-950-34-1840-6

