



132

132

130

130
131
132
133
134
135
136
137
138
139
140
141
142
143
144
145
146
147
148
149
150
151
152
153
154
155
156
157
158
159
160
161
162
163
164
165
166
167
168
169
170
171
172
173
174
175
176
177
178
179
180
181
182
183
184
185
186
187
188
189
190
191
192
193
194
195
196
197
198
199
200

132
133
134
135
136
137
138
139
140
141
142
143
144
145
146
147
148
149
150
151
152
153
154
155
156
157
158
159
160
161
162
163
164
165
166
167
168
169
170
171
172
173
174
175
176
177
178
179
180
181
182
183
184
185
186
187
188
189
190
191
192
193
194
195
196
197
198
199
200

132
133
134
135
136
137
138
139
140
141
142
143
144
145
146
147
148
149
150
151
152
153
154
155
156
157
158
159
160
161
162
163
164
165
166
167
168
169
170
171
172
173
174
175
176
177
178
179
180
181
182
183
184
185
186
187
188
189
190
191
192
193
194
195
196
197
198
199
200

130

132

132

Cultura y transformación digital: oportunidades para el desarrollo de nuevas competencias

María Elena Chan Núñez
José Luis Mariscal Orozco



TABASCO

CULTURA
SECRETARÍA DE CULTURA

Cultura y transformación digital: oportunidades para el desarrollo de nuevas competencias

5

VENTANA ABIERTA A LA PALABRA

CUADERNOS
DEL GRIJALVA



Gobierno de
MÉXICO | **CULTURA**
SECRETARÍA DE CULTURA

Edición realizada con el apoyo de la Secretaría de Cultura a través del Apoyo a Instituciones Estatales de Cultura (AIEC) 2020

Primera edición: 2020

- © María Elena Chan Núñez
José Luis Mariscal Orozco
- © Ilustración de portada: Ricardo de Jesús Cerino Arámbula
- © 2020, Secretaría de Cultura
Calle Andrés Sánchez Magallanes # 1124
Fraccionamiento Portal del Agua
Colonia Centro, Villahermosa
C. P. 86000
Tabasco, México

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta obra, sea cual fuere el medio, sin el consentimiento por escrito del titular de los derechos correspondientes.

ISBN: 978-607-8735-40-2

Impreso en Villahermosa, México - *Printed in Villahermosa, Mexico*

Cultura y transformación digital: oportunidades para el desarrollo de nuevas competencias

María Elena Chan Núñez
José Luis Mariscal Orozco

El tema de la transformación digital surge en el ámbito económico, pero hay otros enfoques que interesa contrastar por sus implicaciones en la configuración de los campos profesionales, y el propósito de estas líneas es reflexionar sobre las específicas de la gestión cultural.

La transformación digital se suele asociar con el crecimiento económico exponencial, y este tipo de discurso es el más difundido por el peso que tienen las empresas de desarrollo del cómputo en la economía global. La integración de tecnologías avanzadas en la industria ha impactado de tal modo, que se ha convertido en premisa indiscutible el que toda organización tendría que digitalizarse para seguir creciendo. Desde el surgimiento de internet el desarrollo tecnológico es en sí mismo exponencial, ya que una invención posibilita la generación de innovaciones de manera acelerada.

Lo primero que nos preguntamos es ¿qué es y a qué nos referimos cuando hablamos de transformación digital? ¿Qué nos dice la combinación de ambos términos? ¿Qué es lo que reconocemos como transformación digital en nuestros entornos inmediatos? Hay muchas imágenes y procesos que nos pueden mostrar lo que eso significa. Podríamos decir que la transformación digital es un proceso que está en todo tipo de actividad humana y que provoca a través de distintas herramientas, un cambio sobre los modos de hacer, un cambio radical en los modos de producción.

Un ejemplo del modo de transformación digital se observa como proceso diferencial en los modos de producción en las empresas maquiladoras. Andrés Oppenheimer (2018) señala que hubo un momento en el que se apostó a la maquila como vía para impulsar la economía en Latinoamérica. En México y en la región se atrajo capital para la maquila de todo tipo de productos, sobre

todo en el sector textiles y moda, pero ¿qué ha pasado en la última década? La robotización de la maquila reduce costos al incrementar los ritmos de producción. Algunos países adoptaron la nueva tecnología y cambiaron rápidamente sus modelos de fabricación. El caso de China, es paradigmático porque muy rápidamente asumieron el cambio, robotizaron las fábricas y captaron buena parte de lo que era la maquila convencional a nivel mundial. Los difusores de la innovación han expandido con éxito la idea de que las empresas que no se transformen no sobrevivirán en un contexto económico en el que la robotización gana terreno, junto con otras tecnologías avanzadas.

Otro fenómeno similar es el de la “uberización” de la economía, vocablo con el que se designa a la tendencia empresarial cuyo modelo de negocio es la oferta de plataformas que ponen en contacto a los productores y prestadores de servicios con los clientes o usuarios, y su ganancia está en la gestión de la conexión.

Ese tipo de servicios, que son cada vez más comunes, están rompiendo buena parte de las formas como se producía en el pasado. Muchos jóvenes profesionistas empiezan a contratarse a través de este tipo de plataformas para ofrecer todo tipo de servicios, y operan así con mayor libertad al de la sujeción a una sola empresa, pero con menor seguridad de mantenerse activos de manera permanente y sin contar con prestaciones o aseguramiento para el retiro.

Obviamente en el caso de las industrias culturales estos esquemas laborales también son tendencia. Simplemente, si pensamos en cómo se está produciendo la música, las grandes casas productoras y sobre todo los puntos de venta no se parecen en nada a lo que teníamos hasta hace algunos pocos años, y esto es parte del fenómeno al que denominamos transformación digital.

En resumen, la transformación digital implica un proceso de apropiación tecnológica para agilizar la producción y mejorar servicios, y al mismo tiempo estas tecnologías alimentan y aceleran su propio desarrollo en una espiral que no parece tener límites.

La transformación económica no es ni la única, ni la más significativa en relación al desarrollo de las tecnologías digitales, hacia donde miremos, hay prácticas culturales modificadas por los nuevos usos tecnológicos. Tomar una fotografía en un lugar turístico, emblemático y simbólico, no tiene el mismo sentido hoy que el que tenía en la década de los setentas del siglo XX, porque antes el foco estaba puesto en el paisaje y los objetos situados en el entorno

y hoy se captura la imagen con intención de hacerla pública, y de colocar al sujeto que la toma al centro de la acción.

Hay un trastrocamiento del significado de la imagen y el manejo del espacio en el que se comparte, porque antes se tomaba y guardaba la fotografía para recordar y compartir en un círculo cercano y básicamente lo que se compartía era el paisaje y objetos cargados de significado sociocultural y afectivo. En cambio, hoy no sólo se trata de dar a conocer o difundir donde se estuvo y la narrativa del recorrido, sino que también hay algo de producción de la imagen para que provoque algún tipo de emoción en el público: diversión, extrañeza, provocación..., integrando algún efecto que llame la atención, porque hoy todos somos productores de contenidos publicables.

Del recuerdo espacio-temporal y la función de memoria, se ha pasado a la colocación de la persona al centro del escenario, un manejo de la imagen de sí mismo en interacción con los otros. Lo que queremos decir es que la transformación digital se articula en la trama de la cultura digital.

La cultura digital es el sedimento de la transformación digital, no importa si estamos hablando de culturas laborales, de producción en cualquier ámbito económico o de aquellas que tienen que ver con los campos científicos o profesionales, se pueden reconocer prácticas que se modelan, propician o resisten a la digitalización.

Estamos ante al menos dos posturas para acercarnos al proceso de transformación digital en su relación con la cultura: la primera es la que deviene del campo empresarial, en el que la tecnología es factor determinante del cambio y se promueve a través de una especie de “evangelización” en la que la tecnología tiene una función de salvamento de la economía. Esta visión nos viene de la modernidad, es un pensamiento que tiene más de un siglo, aunque lo que aparezca como objeto de la modernización cambie, de este modo siempre hay tecnologías avanzadas, las últimas, a las que se les concede significado transformador.

La segunda postura se ha generado en el campo de las ciencias sociales, y entre profesionales de la intervención comunitaria, que, con una mirada crítica, observan la cultura digital desde una perspectiva compleja, en la que no sólo se coloca esta transformación en los modos de producción, sino en todo tipo de prácticas sociales en las formas en que los diversos grupos se relacionan e interconectan.

En la actualidad el modelo desarrollista basado en procesos de modernización está cuestionado desde hace varias décadas, puesto que el crecimiento económico lineal no logra avances en los índices de bienestar de las sociedades (Elguea, 1989). La apuesta por la modernización y ahora por un crecimiento económico exponencial auspiciado por la transformación digital, no es la aspiración de sectores profesionales críticos.

La vertiente crítica hacia lo que se conoce como determinismo tecnológico lleva al cuestionamiento del enfoque del crecimiento económico exponencial, pero también tenemos por otra parte un modo complejo de observar la tecnología desde una perspectiva sociocultural. La perspectiva socio técnica comprende el desarrollo tecnológico como parte de la cultura, siempre en contexto y como parte de las configuraciones sociales. La apropiación tecnológica no lo es sólo de los artefactos, ni de sus funciones instrumentales y mediáticas. No hay tecnología sin una cultura que le dio forma, que le dio sentido y que vuelve de manera recursiva a modelarla (Paquienséguy, 2017). Esta es la postura que finalmente podemos identificar como más cercana, y en todo caso con más implicaciones para la gestión cultural.

La transformación digital se relaciona con las diferentes expresiones de la virtualidad ¿qué es la virtualidad y cómo está operando en términos de las formas y las prácticas culturales? En ese sentido habría que revisar estas diferentes formas de virtualidad o los distintos modos como se entiende, para comprender de sus configuraciones. En términos generales podemos identificar que la virtualidad siempre está referida a lo que se entiende por realidad, incluso de una manera opuesta, una u otra, pero con diferentes formas de comprenderla. Identificamos cuatro formas de comprender la virtualidad, y por lo tanto, modos diferenciados de entender, comprender y relacionar la realidad con la virtualidad.

La primera acepción de virtualidad es la que la entiende como potencialidad. Se suele decir que algo es virtualmente posible, como algo que va a surgir y que depende de que se den las condiciones adecuadas para que ello sea posible en un momento futuro. Un ejemplo de ello, lo podemos observar en las semillas. Un semilla es potencialmente un árbol que se puede generar, sin embargo, esta cuestión de la potencialidad está íntimamente relacionado con la disposición y con la posibilidad de que se realice algo. ¿Cuántas veces hemos escuchado que virtualmente se puede realizar esto o aquello? O que ¿cualquier toma de decisiones genera una posibi-

lidad con respecto a lo que sucederá un suceso futuro? Entonces, esa es una primera forma de comprender la virtualidad en términos de una potencialidad de algo que ya existe en modo germinal y que puede desarrollarse en el futuro.

Otra forma de comprender la virtualidad tiene que ver con la representación. La representación se basa en la abstracción de elementos de la realidad para hacerla perceptible a través de algún medio tangible por los sentidos, de modo que pueda ser aprehendida y comprendida. Esta representación siempre va a estar vinculada con un lenguaje compartido, porque son los símbolos, aquello que evoca al objeto representado, lo que permite su aprehensión. Se representa la realidad a través de figuras, números, palabras, etcétera. Siempre hay una forma de representar esa realidad que debe ser compartida por el grupo de personas que le dan sentido en común.

Hay otra forma más compleja de entender la virtualidad, que la entiende como una sustitución de la realidad. Esta sustitución requiere una representación de la realidad, que debe ser una reproducción detallada para poder simularla, lo cual implica una vivencia inmersiva. Un ejemplo de ello lo podemos encontrar en los simuladores virtuales en los que se trata de sustituir esa realidad para posibilitar una vivencia inmersiva. Otros tipos de simulación posibilitan la generación de una experiencia con elementos que no existen en la realidad, pero que pueden ser integrados virtualmente para modelar situaciones con finalidades de anticipación, proyección, formación o recreación. La última forma de comprender la virtualidad es como una forma de realidad. Recapitulando: en la primera acepción se observa como algo que existe en potencia, en la segunda se contempla como una representación de esa realidad a través de algún signo lingüístico. Y, en la tercera se abstrae, detalla y simula esta realidad. En la cuarta forma de entenderla, es la virtualidad una forma más de realidad, no es algo que simula la realidad, es algo que es la realidad, por lo tanto, no sustituye ni representa a la realidad, si no es en sí misma otra forma de vivirla. En ese sentido hay una idea muy interesante de Javier Echeverría (1996), que señala que justo la virtualidad toma forma de un tercer entorno de vida, en el sentido de que un primer entorno es el medio natural el cual los seres humanos nos desarrollamos y que un segundo entorno es el urbano como resultado de la transformación del entorno natural a través de la cultura y de las diferentes formas de desarrollo que tienen las sociedades, y un tercer entorno es la Telépolis que tiene que ver precisamente, con las tecnologías de la información y

la comunicación digitales que se superponen al entorno natural y al entorno urbano y que en su conjunto conforman esta nueva forma de realidad global omnipresente.

Esta nueva forma de realidad que se articula con los entornos natural y urbano tiene que ver con formas de producción, económicas, sociales y culturales al agregarse como parte conjunta de la sociedad. En este entorno virtual se generan nuevas prácticas culturales, las cuales van a estar determinadas por las formas en que se usan, apropian y articulan estas tecnologías de información y comunicación las cuales coexisten, convergen y se hibridan con otras tecnologías y formas de organización social preexistentes.

En términos generales podemos identificar nuevas prácticas en cuatro categorías:

- a) **Formas de socialización:** que implican de manera híbrida entornos presenciales y virtuales. Estas formas de socialización, ese caracterizan hoy por la inmediatez. Si anteriormente se entablaba una relación por correspondencia para comunicarse, había que esperar cierto tiempo desde que se escribía la carta, se enviaba, se recibía y se daba respuesta al mensaje. Poco después con el telégrafo cambió la situación; posteriormente con el teléfono se aceleró el tiempo de respuesta pero justo lo que vemos hoy es la tendencia hacia la inmediatez de la comunicación y, por lo tanto, de facilitar estos lazos de socialización.
- b) **Ubicuidad:** Esto es, la posibilidad de que en cualquier lugar y en cualquier momento se pueda realizar la comunicación, lo que genera nuevas lógicas. Un ejemplo de ello lo tenemos con las formas de socialización, a través de aplicaciones de mensajería WhatsApp, el Messenger, el SMS. Esas formas de socialización caracterizadas por su inmediatez y ubicuidad, y posibilidades de agrupación de personas en la conversación, generan nuevas lógicas de interacción y de organización.
- c) **Producción cultural y en su circulación:** Estamos observando nuevos formatos y procesos de su gestión. Antes las industrias culturales, como

la discográfica tenía todo un proceso de producción en el que había agentes muy delimitados y tiempos en los cuales se iban realizando las producciones, así como espacios de comercialización y distribución de las obras. Ahora las nuevas plataformas de comercialización facilitan el contacto directo de los creadores con quienes son sus consumidores. También observamos estos cambios en la televisión. Tenemos por ejemplo servicios de streaming como YouTube o Netflix, donde las formas de producción y consumo han cambiado y requieren inmediatez, ubicuidad y nuevas lógicas de producción y de consumo cultural. Hoy emerge la figura del “prosumer”, que ha difuminado la distancia entre quien producía y quién consumía producciones culturales, ahora en una plataforma como YouTube, cualquiera puede disponer su propio canal, crear una serie de videos para compartir y no requiere toda esa maquinaria e infraestructura de producción que tenían los medios masivos de manera exclusiva en el pasado. Aunque puede haber diferencia en las condiciones de producción, cualquier persona puede generar sus propias estrategias de producción, desarrollar sus propios productos y circularlos de manera libre, sin requerir de toda la infraestructura y la red de distribución pasada.

- d) **Aprendizaje y de organización de los aprendizajes:** Anteriormente la información estaba concentrada en algunos lugares como conventos y bibliotecas. Conforme avanzó la historia de la humanidad vemos mayor volumen de información y que esa información ya no está concentrada en algunos sitios privilegiados, sino que a través de las tecnologías de información hay mayor acceso y disposición de esta información, pero, no solamente para buscarla y utilizarla, sino también para generarla y disponerla. El aprendizaje escolar que se basaba solamente en la memorización de datos ya no tiene cabida, porque la transmisión de información, como acción exclusiva de

cierto tipo de instituciones ya no es relevante. La relevancia hoy tiene que ver con lo que se hace con esa información y la relación que se establece con ella, de tal manera que el acceso ya no juega un papel importante sino más bien, el qué y para qué del uso de la información. Una de las dimensiones del aprendizaje en este contexto es la aplicabilidad inmediata. Ya no se requiere tomar un curso de cocina, o comprar un libro de repostería, para saber cómo hacer unas galletas o un panqué; ahora basta con entrar a YouTube, buscar la receta y encontrar inmediatamente opciones para concretar la elaboración. Se busca la información para aplicarla y solucionar de necesidades. Lo mismo encontramos información sobre como reparar computadoras, que sobre modos de organizar el tiempo, resolver una ecuación matemática o realizar una investigación documental. Ya no parece necesario cursar todo un plan de estudios para poder aprender a resolver problemas en situaciones de interés laboral o de vida cotidiana, requiere de interconexión con otros, en la medida en que la gente aprende y comparte lo que hace, se generan redes que renuevan continuamente los contenidos disponibles y las posibilidades de aprender.

Debemos hacer énfasis, que la generación de nuevas prácticas culturales también influye en la forma en que se observa, se entiende y se interactúa en el mundo social. La incorporación de estas nuevas tecnología simplifica la generación de nuevas metáforas y lenguajes para referirse e interpretar la realidad. Por ejemplo, en WhatsApp para saber que la otra persona leyó tu mensaje aparecen dos palomitas en azul, y ahora se dice “me dejó en visto”, para hacer referencia a que la otra persona aunque se enteró no respondió o no hizo caso del mensaje.

No sólo se utilizan nuevos términos, y nuevos lenguajes propios de los medios digitales, sino que emerge una nueva forma de pensamiento cibercultural que sirve para comprender el mundo la también implica actuación sobre él.

El pensamiento cibercultural, en términos generales, conlleva tres vertientes, la primera está relacionada con estas nuevas prácti-

cas culturales que se mencionaron anteriormente. La segunda, tiene que ver con el pensamiento computacional, es decir, “el proceso de pensamiento involucrado en la formulación de un problema y la expresión de su(s) solución(es) de tal manera que un procesador —humano o máquina— pueda ejecutarla(s) efectivamente” (Pacheco & Morales Gaboa, 2017).

Así, desde este esquema de interpretación del mundo social basado en una visión sociocibernética, se visualizan y entienden problemas y situaciones desde una lógica de programación: todo es se puede descomponer en partes, reorganizar, rehacer o incluso hackear (Mariscal Orozco & Morales Gamboa, 2016). Lo mismo sucede en términos de la realidad, cuando se entiende sistémicamente, identificando componentes e interrelaciones y se piensa en cómo modificar ciertos elementos de esa realidad para que pueda transformarse. Las competencias ciberculturales permiten comprender la realidad, analizarla, entender sus lógicas, proponer modelos de transformación, implementar esos modelos y hacerlo siempre en relación con el otro.

Al reconocer las prácticas sociales emergentes caracterizadas antes, como parte de la transformación digital, surgen preguntas como las siguientes: ¿De qué manera moldeamos nuestras prácticas de acuerdo al ecosistema mediático en el que estamos viviendo? ¿Las competencias ciberculturales se generan en la experiencia cotidiana o requieren ser desarrolladas de manera deliberada?

Para abonar al concepto de competencia cibercultural reconocemos a autores seminales en el campo de la cibercultura. Se reconoce un primer contraste entre el autor más reconocido sobre el tema cibercultura Pierre Lévy (2007), quien desarrolló para la Unión Europea un informe en el que dio cuenta sobre lo que estaba sucediendo en el mundo con la emergencia de internet. Y de las conclusiones a las que llegó en ese momento y que ha venido reiterando a lo largo de sus investigaciones sobre la cultura, deviene el concepto de “inteligencia colectiva”, acción resultante del conocimiento compartido en la red. Pierre Lévy mantiene una visión optimista (que le ha valido múltiples críticas por otros autores en ciencias sociales), al analizar fenómenos como el de la “Primavera árabe”¹, fenómeno atribuido a la fuerza de las redes sociales que llevó a un levantamiento masivo que tuvo una repercusión importante en muchos países de la región, y con la cual se propagó una idea sobre el poder colectivo a través de los entornos digitales.

¹ Protestas en países como Túnez, Egipto, Argelia, entre otros, que se dieron entre 2010-2012 en busca de la democracia y derechos sociales, inéditas para la región y que tuvieron como consecuencia cambios políticos significativos.

Los dispositivos más elementales que cotidianamente usamos, como la aplicación denominada Waze que sirve para guiar rutas para movilizarnos punto a punto, se basan en información y confianza entre usuarios y por la voluntad de incorporar información en un sistema que opera de manera inteligente con aportaciones de los usuarios. Esos son los usos que se consideran parte de la inteligencia colectiva y que han venido diversificándose de modo que hoy tenemos lo que Martín Barbero (Martín Barbero, 2001), español-colombiano, veía también desde los ochentas como un ecosistema comunicativo.

Alejandro Piscitelli (2002) plantea ejes para entender la cibercultura que están sintetizados en la ubicuidad, la sincronía y la reticularidad.

Las acciones en el ciberespacio repercuten en el mundo físico. La cibercultura condensa elementos de interacción social cuya virtualidad se entiende como posibilidad de actuación colectiva.

Jesús Galindo (2011) y Jorge González (2015) tienen una noción fundamental para entender la diferencia entre competencia digital o habilidades digitales y lo que caracterizamos como competencia cibercultural.

La competencia digital es mucho más artefactual, es este dominio que tenemos de los aparatos, de los programas, de las funcionalidades; el saber para qué sirven y cómo las podemos usar, pero la cibercultura, desde la perspectiva de autores mexicanos, como Jesús Galindo y Jorge González, tiene más que ver con el mando, es decir, con la capacidad de conducir dentro de lo que es la esfera social, las formas de vida, a partir de lo que reconocemos como patrones y sistemas que están ahí y que a través de la tecnología permiten coordinar acción.

Ciber en latín significa conducir, por lo que cuando decimos cibercultura tiene más que ver con la capacidad, dicho con términos más populares, de tomar poder o control del entorno a partir del uso de ciertas herramientas. Tiene esta connotación positiva muy semejante a lo que Pierre Lévy plantea, sobre todo porque se reconoce el poder de la participación colectiva, el de la toma de decisiones cuando los sujetos comparten información usada de manera inteligente. Ahí habría diferentes ejes de discusión porque estamos viviendo en un mundo hiper-informado, hiper-conectado y no podemos decir asegurar que esta información que compartimos sirve siempre para tomar las mejores decisiones.

Aunque prevalezcan los esfuerzos de innumerables colectivos de alzar la voz y desarrollar contenidos útiles socialmente, de construir un ciberespacio que produzca bienestar, siempre hay fuerzas y choques entre distintos grupos con intereses diferentes. Por lo tanto, no estamos ni en este sueño del colectivo inteligente unido por las mejores causas, pero tampoco estamos lejos de pensar en la posibilidad de fomentar un uso racional y más empoderado, dependiendo de comunidades y grupos particulares.

Nos interesa destacar algunas competencias ciberculturales que hemos reconocido como necesarias para intervenir en el campo de la gestión cultural o en un sentido más amplio desde el campo de la cultura, considerando procesos y objetos de trabajo. Reconocemos básicamente cinco competencias ciberculturales (Informe Modelo Educativo, México Conectado 2014).

La primera sería la *gestión de la información*, probablemente la más usada, para la cual hay incluso, más formación académica porque conforme entramos a lo que conocemos hoy como sociedad de la información muy pronto nos dimos cuenta que ahí estaba un talón de Aquiles para la gente, hay cada vez más información en volumen y aunque haya muchas herramientas para su procesamiento, no estamos del todo preparados para poder evaluar su calidad, ni para seleccionarla, organizarla, procesarla, ni para darnos cuenta de la naturaleza de los datos con los que estamos en contacto.

El saber gestionar la información supondría hacer búsquedas efectivas, identificar la naturaleza de los datos para organizarlos a propósito de sus propiedades, no sólo obtenerlos, sino también registrarlos utilizando herramientas apropiadas para su manejo. Es importante abarcar grandes volúmenes de datos, pero también analizar a profundidad la información de los sujetos y grupos por las huellas que dejan en los entornos digitales.

Esto a veces parece muy invasivo, y tiene riesgos para el ser humano que es importante alertar, pero definitivamente más que nunca en la historia de las Ciencias Sociales tenemos a la mano una gran cantidad de información procesable, registrable, visible y que requiere el dominio de ciertas técnicas para poder procesarla y utilizarla de la mejor manera. Hay una ventaja muy importante para aquellos profesionales de la cultura que son capaces de generar información, pero también de gestionar las grandes cantidades de datos que ya están generados y de procesarlos para utilizarlos cuando se requiere. A eso le llamamos gestión de la información y las preguntas que nos hacemos tiene que ver con qué característi-

cas tiene la información de interés para el campo profesional cuyo objeto de estudio e intervención es la cultura.

Básicamente este proceso de gestión de la información es lo que en la gestión cultural vemos como parte del proceso de diagnóstico. Por ejemplo, si quisiéramos hacer una pequeña encuesta para saber entre nuestra comunidad artística cuáles son sus necesidades podríamos tener dos opciones de hacerla: una forma es hacerla utilizando un registro escrito, con un guion con las preguntas, salimos e interrogamos. Otra manera de realizarla es usar una plataforma de encuestas en línea que se envía al directorio de la comunidad artística y recabamos así sus manifestaciones. Otra opción tiene un nivel de implicación mayor, se puede crear un foro virtual donde pueda generarse mayor participación y, no solamente recolectar la información personalizada, sino también observar cada una de las participaciones y las interrelaciones que se van dando con respecto a las opiniones generadas por la comunidad artística y de las problemáticas iniciales que manifiestan. Aunque los tres son instrumentos para poder levantar esta información, la forma cómo se genera, se organiza y se potencializa es diferente y tiene implicaciones en las posibilidades de interpretación.

La gestión de información como competencia cibercultural tiene que ver también con la manera cómo se domina el lenguaje técnico y el aprovechamiento de los buscadores, así como de los repositorios especializados. Se trata de varias capacidades combinadas.

La segunda competencia cibercultural a la que queremos aludir es la *gestión de conocimiento*. La información se transforma en conocimiento de manera deliberada. Este concepto surgió en el ámbito empresarial cuando se reconoció como problemática la pérdida del conocimiento acumulado en una organización por la movilidad del personal. Para contener el conocimiento, darle forma y disponerlo para su utilización permanente, se fueron definiendo herramientas de procesamiento y almacenaje. El cómputo posibilitó el procesamiento informativo y la organización del conocimiento, y el surgimiento de internet y más específicamente de la Web 2.0, ha facilitado no sólo el almacenaje, sino sobre todo su disposición estratégica. Un ejemplo muy interesante de gestión del conocimiento está en el Observatorio Latinoamericano para la Gestión Cultural impulsado por la red de gestores culturales de varios países de la región, con el propósito de disponer información procesada y organizada para su uso, con lo cual se gestiona

conocimiento. Esto sucede porque cuando la información se dispone clasificada y facilita el análisis comparativo y las operaciones de abstracción para un grupo de trabajo respecto a ciertos temas, se convierte en conocimiento.

La disposición abierta de los contenidos promueve su uso y la circulación del capital de conocimiento acumulado por expertos y aprendientes. Conforme más personas comparten el volumen de ese conocimiento ya procesado, empieza a crecer y se hace atractiva para otros expertos por lo que, de manera natural, se teje una red cognitiva y aumenta el valor de lo que ahí se comparte. Esto implica tener cierta conciencia de cómo generar esos sistemas, de cómo hacer uso de esa información y transferencia de ese conocimiento en distintos contextos, distribuyéndolo de manera más equitativa.

Cuando hablamos de gestión del conocimiento podemos verlo en diferentes niveles, uno es el que tiene que ver con el proceso institucional, por ejemplo, cuando un conjunto de académicos de universidades realiza investigación sobre una misma línea y requieren datos similares, pero esa misma información se utiliza de diferente manera según los objetivos de cada proyecto. Es decir, para algún investigador puede ser importante un elemento y otros no tener la relevancia que si tienen para otros.

Aquí radica la importancia de compartir información en un sistema organizado, clasificado y al que cualquiera pueda entrar, pero, también esta gestión del conocimiento la podemos ver en casos muy concretos como en el trabajo de campo. En Brasil, un grupo de personas jóvenes decidieron hacer un taller con niños a partir de la utilización de desechos de aparatos electrónicos para armar satélites. Formaron un pequeño satélite con una cámara y la pusieron en un globo aerostático, lo subieron y como tenía motorcito y un control remoto mapearon el pueblo donde estaban. Este mapeo sirvió para hacer cartografías de la población, y sí bien es cierto, que con *Google maps* ya existe una cantidad extraordinaria de ese tipo de información, el ejercicio implicaba que los jóvenes participantes aprendieran a armar su propio satélite y manejarlo. Esto fue en una primera experiencia y después decidieron que hacer con esa información y ahí es donde se encuentra la gestión del conocimiento.

Este grupo brasileño que ponemos como ejemplo, subió las cartografías obtenidas a un sitio web y después se les pidió abiertamente a las personas que así lo desearan, que ubicaran dentro de la cartografía los monumentos o espacios culturales en térmi-

nos patrimoniales, señalando lo que para ellos les significaban. Las personas que entraron a ese portal web y lo alimentaron desde sus experiencias, desde la identificación del sentido e importancia conferida a lo que ahí veían, empezaron a etiquetar, y después compartieron historias, aquellas que se encuentran detrás de esos patrimonios. Abiertamente la gente contó anécdotas, subió fotografías, añadiendo contenido a los monumentos que estaban etiquetados y conforme pasó el tiempo lograron de manera colectiva reunir información etiquetada, esquematizada y organizada de los patrimonios culturales de ese pueblo, de forma colectiva gestionaron información. De esta manera, se logró que un dato al relacionarse con otro y ser compartido colectivamente reuniera un cúmulo de conocimiento. Esto hubiera sido imposible de realizarse o habría implicado más tiempo llevarlo a cabo, si ese grupo de personas que iniciaron el proyecto hubieran ido de casa en casa preguntando sobre cuál es la historia que ellos vivieron con relación a sus patrimonios. Esta información interrelacionada con términos de etiquetas y usando geoposicionamiento, detonó la creación de un sistema de información organizado, catalogado y abierto al público, para consulta y para agregar nueva información.

En medio de las cinco competencias ciberculturales tenemos *la comunicación*. Ninguna competencia esta desarticulada de las otras, van de la mano. El ejemplo que acaban de leer es sin duda una experiencia de gestión de conocimiento, que al mismo tiempo configura una red porque la gente que empezó a compartir, se motivó a colaborar dando sentido a la acción y al producto de manera colectiva, generaron sentido en común. No solo basta con interactuar, ni con intercambiar información, sino que esos intercambios produzcan sentido (Martín Barbero 2001), y eso es lo que supone la comunicación como competencia cibercultural.

¿De qué sirve clasificarlas y darles esta denominación de competencias ciberculturales si hablamos de competencias informativas, competencias comunicativas, competencias cognitivas por separado? La comunicación es de las competencias que se consideran dentro de las habilidades blandas más importantes y transversales a cualquier formación humana, la comunicación siempre ha estado presente incluso como una materia desde la formación básica de los niños, entonces ¿por qué distinguirla? ¿por qué decir que la colocamos en este conjunto cibercultural? Todas las competencias que se han mencionado hasta este momento, información, conocimiento, comunicación, efectivamente son competencias

con sus propios procesos, sus propios saberes, valores, habilidades, pero cuando los ponemos en el plano cibercultural es porque ayudan a resolver intencionadamente situaciones que tenemos en la vida cotidiana y en la vida profesional para poder atender a través de mediaciones tecnológicas lo que queremos resolver.

Los medios de comunicación se traducen hoy en dispositivos que facilitan la comunicación en diversos contextos de uso y posibilitan la colaboración, la generación de redes. Son las personas y grupos las que ponen en uso esos dispositivos y con sus prácticas les dan sentido, generan nuevas necesidades e impulsan el desarrollo de aplicaciones. La articulación socio técnica tiene en las necesidades de comunicación humana una explicación evidente.

Grupos interesados en problemáticas diversas han generado comunidades estables con uso de medios digitales, como las que se han formado para expandir la cultura de paz, o aquellas enfocadas en ciertos padecimientos poco reconocidos en el campo de la medicina, grupos que están interesados en el medio ambiente y promueven por ello cierto tipo de prácticas y la transformación de hábitos.

Entre los quehaceres de los gestores culturales se encuentran los relativos a la formación de comunidades en torno a problemáticas que requieren propiciar colaboración y generación de sentido colectivo. El dominio de la comunicación es piedra angular en la gestión cultural.

La cuarta competencia cibercultural es la *virtualización* que tiene que ver con la expresión, con el manejo de los lenguajes mediáticos para producir contenido y representación de realidad.

La virtualización tiene que ver con la creación de narrativas a través de medios expresivos. Hoy no basta la expresión por un determinado medio o canal, sino que se requiere también la capacidad de operar transmediación, para colocar los mensajes en la diversidad de entornos y plataformas a las que acceden los diferentes públicos.

La factibilidad de llevar lo imaginario a lo tangible y expandir las posibilidades de generación de experiencias, es también parte de los procesos de construcción cultural.

El ejemplo de gestión de conocimiento del grupo brasileño que narramos antes, es también un caso en el que a través de geolocalización se accede en tiempo real, a la visualización de espacios y objetos remotos y con la información añadida, se enriqueció la

realidad digitalizada. Eso es parte también de la capacidad de virtualizar.

Hoy se puede colocar información en espacios y objetos físicos para que quien acceda con un teléfono móvil pueda saber algo más de la locación, o incluso verla como era en el pasado. Estos juegos de representación se conocen como realidad aumentada.

El dominio de estas herramientas favorece que muchas prácticas, dentro de la gestión cultural y de otros campos, como el educativo o de la investigación social tengan más posibilidades para crear y recrear puntos de interés, resaltar problemáticas y generar experiencias. Se puede hacer visible aquello que se quiera posicionar en el mapa del conocimiento planetario.

Durante la pandemia los ejemplos sobran en relación a los esfuerzos que han hecho artistas de diversos campos, músicos, gente de teatro, de las artes visuales, escritores y bailarines, entre otros, para poder compartir y para seguir generando experiencias en diferentes públicos. Esto tiene mucho que ver con el arte, pero también tiene que ver con las prácticas de gestión cultural y de interacción intercultural porque la virtualidad posibilita estar en espacios globales de manera sincrónica diluyendo los límites de espacio-tiempo.

La última competencia cibercultural a la que haremos referencia es *la inteligencia* o el uso inteligente de la información que supone la articulación de los procesos de gestión de información y de gestión de conocimiento pero que tiene otras posibilidades. El uso de analíticas, el modelamiento y la representación de conocimiento son propios de la inteligencia artificial. La inteligencia artificial como una tecnología o conjuntos de tecnologías avanzadas nos están permitiendo acceder a información para tomar decisiones y posibilitan analizar toda la información que transita en redes, facilitando la revisión de grandes volúmenes de datos.

A través de métodos inteligentes se destaca lo más significativo de entre grandes volúmenes de información que puede estar diseminada, se condensa, se cataloga y se clasifica. La inteligencia abarca todos estos procesos, pero también tiene que ver con la generación de participación y sinergia en colectivos, este concepto se acerca más a la noción de inteligencia colectiva de Pierre Lévy en cuanto a la posibilidad de comunicación intercultural, internacional, intersectorial, a partir del reconocimiento de intereses co-

munes, integrando así una inteligencia útil para una comunidad planetaria.

Hay múltiples ejemplos que se pueden poner en contraste a partir de la noción que tienen por ejemplo los gobiernos, respecto a la participación ciudadana, considerando o no la posibilidad de generación y aprovechamiento de inteligencia colectiva. En las páginas gubernamentales de cualquier país o de los estados de la República Mexicana nos daremos cuenta que tan avanzado está el concepto de gobernanza en términos del uso de estrategias inteligentes. Puede ser que una página gubernamental esté diseñada de una manera estética, que tenga todos los espacios para que los ciudadanos encuentren información y cumplan obligaciones como el pago de impuestos o servicios públicos, tener acceso a información relevante sobre programas, sobre el municipio, acceso a eventos y discursos políticos, pero este tipo de páginas contrastan con aquellas donde ya aplica un concepto de ciudadanía interactivo y dinámico, en el que los ayuntamientos, por ejemplo, lo que hacen es disponer foros y los ciudadanos entran para decir que necesitan y evalúan políticas y servicios.

Los gestores culturales con estas poderosas herramientas de inteligencia tienen en sus manos una gran cantidad de posibilidades para poder procesar información, acumularla, analizarla y representarla de la manera más útil para que los usuarios la utilicen bajo principios acordes a lo que se requiera impulsar.

La cibercultura es un nodo que nos permite unir conceptos que son parte del quehacer del gestor cultural, como el territorio, la pertenencia, comunidad y la red.

Todas esas intencionalidades, vistas desde la perspectiva de la cibercultura plantean el uso intencionado de tecnologías y muy variadas de aplicaciones, de sistemas informativos, plataformas y programas, pero siempre desde una perspectiva modelada en la intencionalidad social.

Bibliografía

- Echeverría, J. (1996). *Telópolis*. Barcelona: Destino.
- Elguea, J. (1989). *Las teorías del desarrollo social en América Latina*. Ciudad de México: El Colegio de México.
- Equipo interinstitucional coordinado por Gamboa Fernando, Chan María Elena, Morales Rafael, Mariscal José Luis y Salma Jalife (consultora externa). (2014). *Informe Centros México Conectado Modelo Educativo*. Ciudad de México: CATED UNAM, UDGVIRTUAL.
- Galindo, J. (2011). *Ingeniería en Comunicación Social y Promoción Cultural. Sobre cultura, cibercultura y redes sociales*. Ciudad de México: Homo Sapiens.
- González, J. (2015). *Entre culturas y ciberculturas. Incursiones y otros derroteros no lineales*. Ciudad de México: UNAM Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura: Informe al Consejo de Europa*. Barcelona: Anthropos y Universidad Autónoma Metropolitana.
- Mariscal Orozco, J., & Morales Gamboa, r. (2016). Virtualidad y reconfiguración de la vida social comunitaria. En J. Mariscal Orozco, & I. Lay Arellano, *Apropiación tecnológica, redes culturales y construcción de comunidad* (págs. 19-45). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Martín Barbero, J. (2001). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Oppenheimer, A. (2018). *Sálvese quien pueda: el futuro del trabajo en la era de la automatización*. México: Penguin Random House.
- Pacheco, A., & Morales Gaboa, R. (2017). Pensamiento Computacional: Más allá del uso de las TIC en la Educación Abierta y a Distancia. *2º Seminario Internacional de Educación Superior Abierta y a Distancia*, (págs. 1-11). México.
- Paquienséguy, F. (2017). ¿Aprender en la era digital? Una declaración general desde las competencias del usuario desde el punto de vista de las Ciencias de la Comunicación. En C. Rama, & M. Chan, *Futuro de los sistemas y ambientes educativos mediados por las TIC* (págs. 55-74). Guadalajara: UDGVIRTUAL.
- Piscitelli, A. (2002). *Ciberculturas 2.0: en la era de las máquinas inteligentes*, Paidós, Buenos Aires, 2002. Buenos Aires: Paidós.



María Elena
Chan Núñez

Doctora en educación y profesora investigadora de tiempo completo de la Universidad de Guadalajara y miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Ha realizado más de 300 cursos y talleres sobre la línea de diseño curricular e instrumentación de modalidades educativas no convencionales en diversas instituciones públicas del país. Realiza investigación y docencia en el campo de la comunicación educativa en la línea de aprendizaje y conocimiento en ambientes virtuales de aprendizaje. Autora de diversos libros sobre la educación y aprendizaje en entornos digitales y de varios artículos publicados en revistas científicas. Actualmente es Jefa de la Unidad de Programas Estratégicos del Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara.



José Luis Mariscal Orozco

Doctor en Antropología Social y miembro del Sistema Nacional de Investigadores del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Participante en los proyectos de Emergencia de la Gestión Cultural como campo Académico y en el Observatorio Latinoamericano de Gestión Cultural. Autor y coautor en diversos libros y autor de artículos en revistas científicas y de divulgación. Actualmente se desempeña como Profesor investigador en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara, es Coordinador de la Maestría y Doctorado en Gestión de la Cultura en el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara y es Director de Habilis, Consultoría en Gestión de Proyectos Socioculturales.



Alejandra Frausto Guerrero
Secretaria de Cultura

Natalia Toledo
Subsecretaria de Diversidad Cultural

Marina Núñez Bernal
Subsecretaria de Desarrollo Cultural

Omar Monroy
Titular de la Unidad de Administración y Finanzas

Esther Hernández Torres
Directora General de Vinculación Cultural

Antonio Martínez
Enlace de Comunicación Social y Vocero



Adán Augusto López Hernández
Gobernador del Estado de Tabasco

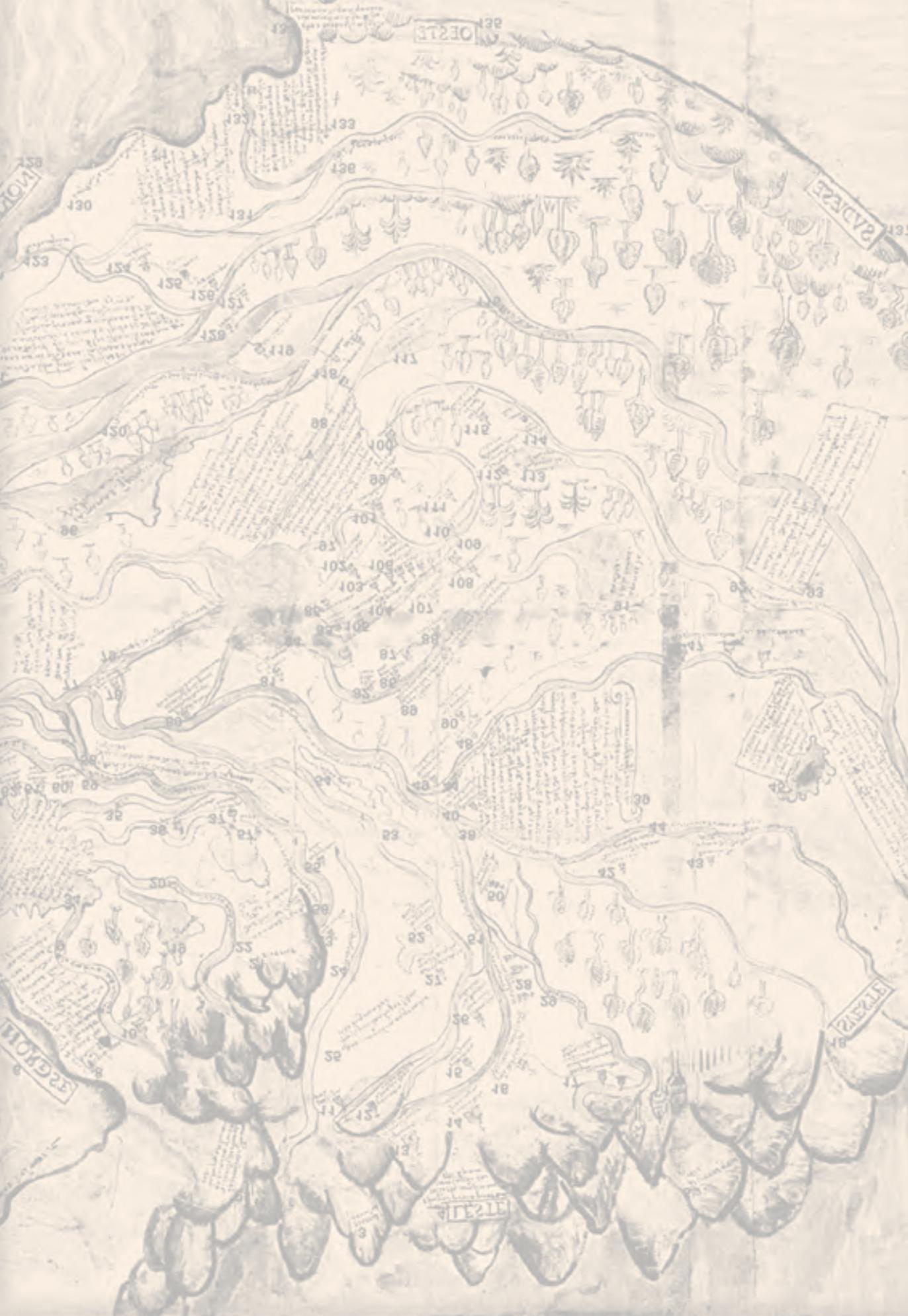
Ramiro Chávez Gochicoa
Secretario de Cultura

Luis Alberto López Acopa
Subsecretario de Fomento a la Lectura
y Publicaciones

Francisco Magaña
Director de Publicaciones
y Literatura



Cultura y transformación digital: oportunidades para el desarrollo de nuevas competencias, se terminó de imprimir el 10 de diciembre de 2020. Ya-xol, calle Corregidora Josefa Ortiz de Domínguez. Col. Centro. Cárdenas, Tabasco. Villahermosa, México. Para su composición se utilizaron tipos Garamond. El tiraje fue de 600 ejemplares. La edición estuvo al cuidado de Luis Acopa y de la Dirección de Publicaciones y Literatura.





138
137
136
135
134
133
132
131
130
129
128
127
126
125
124
123
122
121
120
119
118
117
116
115
114
113
112
111
110
109
108
107
106
105
104
103
102
101
100
99
98
97
96
95
94
93
92
91
90
89
88
87
86
85
84
83
82
81
80
79
78
77
76
75
74
73
72
71
70
69
68
67
66
65
64
63
62
61
60
59
58
57
56
55
54
53
52
51
50
49
48
47
46
45
44
43
42
41
40
39
38
37
36
35
34
33
32
31
30
29
28
27
26
25
24
23
22
21
20
19
18
17
16
15
14
13
12
11
10
9
8
7
6
5
4
3
2
1

NOVA

SADYSE

EGHOM

TANIS

138
137
136
135
134
133
132
131
130
129
128
127
126
125
124
123
122
121
120
119
118
117
116
115
114
113
112
111
110
109
108
107
106
105
104
103
102
101
100
99
98
97
96
95
94
93
92
91
90
89
88
87
86
85
84
83
82
81
80
79
78
77
76
75
74
73
72
71
70
69
68
67
66
65
64
63
62
61
60
59
58
57
56
55
54
53
52
51
50
49
48
47
46
45
44
43
42
41
40
39
38
37
36
35
34
33
32
31
30
29
28
27
26
25
24
23
22
21
20
19
18
17
16
15
14
13
12
11
10
9
8
7
6
5
4
3
2
1