

Sociedad, cultura digital y *affordance*

Society, digital culture, and affordance

Ismene Ithaí Bras Ruiz

RESUMEN

El texto que se presenta tiene la intención de reflexionar sobre tres aspectos: la cultura digital, la retórica digital y la relación entre ecosistemas sociales (o sistemas complejos) y los *affordances*, entendidos como un arreglo o diseño ambiental para las prácticas específicas de diversos temas en las sociedades. La propuesta de este texto es que la retórica digital debe estudiar la relación primordialmente sobre cómo leemos, nombramos y habitamos el mundo desde la desterritorialización del cuerpo y su re-localización digital. Así pues, se establece un *ethos*, en tanto que las narrativas digitales enuncian la manera en que construimos nuestros complejos ecosistemas sociales. Sobre esta base, los *affordances* permiten y han re-localizado la propia mente de las sociedades, para generar desde los espacios educativos esta cultura de lo digital que es entendida como habilidades digitales. La cultura digital no se refiere a un capital “de la cultura digital” sino a las distintas prácticas epistémicas, éticas, y de la lectura del mundo. De ahí que la cultura digital no sea algo extraordinario sino lo cotidiano.

Palabras clave: *Affordances*, cultura digital, narrativas digitales, retórica digital, tecnología digital.

ABSTRACT

The following text reflects on three key aspects: digital culture, digital rhetoric, and the relationship between social ecosystems (or complex systems) and affordances, understood as an arrangement or environmental design for the specific practices of different topics in societies. The proposal of this text is that digital rhetoric should study firstly the relationship on how we read, name, and inhabit the world in the context of body deterritorialization and digital relocation. This establishes an ethos, while digital narratives articulate the construction of complex social ecosystems. From the ground, the affordances allow and had re-localized the very mindset of societies, generating from educational spaces the digital culture understood as digital skills. Digital culture is not referred to a capital of “digital culture”, but to different epistemic, ethical, and reading practices of the world. Therefore, digital culture is not extraordinary, but rather an everyday occurrence.

Keywords: Affordances, digital culture, digital narratives, digital rethoric, digital technology.

INTRODUCCIÓN

La cultura digital, entendida como “una técnica, un saber hacer, cultural él mismo determinado por la relación dialéctica entre innovación tecnológica y transformación social, que abarca desde los nuevos modos de creación simbólica hasta sus procesos de almacenamiento, difusión y uso social” (Bustamante, 2011, p. 61), no se limita a los proyectos educativos, pero tampoco ha sido del todo aprehendida por las humanidades o las ciencias sociales. Por el contrario, esta se ha convertido en una nueva metanarrativa social contemporánea, no en el sentido que Lyotard (1996) le dio en la posmodernidad en tanto que grandes discursos legitimadores tanto de creencias como de prácticas que han marcado la modernidad, sino en un contexto más amplio de praxis social y del correspondiente estudio de sus procesos intrínsecos, que conlleva identidades así como diversas lecturas del mundo. De aquí que retomar a Lèvy (2007) implique principalmente entender que

La cultura digital abarca más allá de los sistemas, prácticas, entornos y medios culturales simbólicos (como los directamente relacionados con la información, la comunicación, el conocimiento o la educación) y se extiende prácticamente por todos los ámbitos de la sociedad digital, los rápidos procesos de innovación desencadenados por las TIC digitales han transformado radicalmente, junto con los sistemas, los colectivos y las dinámicas de la información y la comunicación, también las formas de conocimiento e investigación tecno-científica [p. 129].

Esta metanarrativa a la que se hace referencia, en un sentido amplio y epistémico, es la retórica digital. Para entender el papel que juega conviene recuperar a Zappen (2005) cuando señala:

Una teoría de la retórica digital debe reconocer cómo la retórica tradicional de la persuasión se ha transformado en espacios digitales, invita a tales preguntas y, por lo tanto, ofrece nuevas oportunidades de investigación en teoría y crítica de la retórica y una visión ampliada de lo que la retórica de la ciencia y la tecnología podría convertirse dentro de la teoría [...] próxima década y más allá [p. 324].

Estos nuevos espacios digitales son lo que debería reconocerse como *affordances*. Bajo este esquema, la cultura digital tiene que ver más con una revisión de nuestros entornos transaccionales y contextuales, lo que rebasa lo ecosistémico para convertirlo en el *affordance* social en el que todas las sociedades se mueven y potencializan sus interacciones cotidianas. Lo “digital” nos envuelve permanentemente, su apropiación es subjetiva (de sujeto) en tanto que es individualizada y colectiva al mismo

Ismene Ithái Bras Ruiz. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México. Doctora en Filosofía por la Universidad Nacional Autónoma de México. Maestra en Estudios en Relaciones Internacionales. Tiene el reconocimiento del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel I. Es profesora de licenciatura en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM y del Tec de Monterrey Ciudad de México. Ha trabajado como consultora nacional e internacional en el área de educación superior y educación continua. Su principal línea de investigación se centra en la cultura digital y los procesos socio-culturales de la globalización. Correo electrónico: ismene.bras@politicas.unam.mx. ID: <https://orcid.org/0000-0003-3886-6929>.

tiempo, por eso nos cuesta trabajo aceptarnos como una cultura digital, una cultura de prácticas en la que no nos podemos diferenciar y, a la vez, aceptamos-negamos nuestra identidad:

Las posibilidades del entorno [...] son, en cierto sentido, objetivas, reales y físicas. [...] Un *affordance* no es una propiedad objetiva ni una propiedad subjetiva; es a la vez ambas. Un *affordance* atraviesa la dicotomía de objetivo-subjetivo y nos ayuda a comprender su insuficiencia. Es igualmente un hecho del medio ambiente y un hecho de comportamiento. Es tanto físico como psíquico, sin embargo, ninguno. Un *affordance* apunta en ambos sentidos, al medio ambiente y al observador [Gibson, 1979, p. 129].

Este último aspecto, a su vez, debería llevarnos a establecer una lectura de la retórica del mundo en el que nos movemos, porque lo “digital” no solo ya nos ha atravesado como humanos y sociedades, sino que es parte de nuestra relación con el mundo, hay una narrativa y un discurso co-construido. Es así que la epistemología contemporánea debería estar ampliando la pregunta de “¿cómo conocemos?” en tanto que se recuerda a las grandes teorizaciones, evitando así la eterna discusión sobre las mediaciones tecnológicas –dado que ya es claramente una parte intrínseca al ser humano del día a día– en favor de su aceptación y asimilación como una cuestión *de facto* para llevarla al estudio de los procesos retóricos digitales. Es en estos donde podemos encontrar cómo se están dando (en curso) los procesos de aprendizaje; pasar de los discursos sobre cómo debería ser nuestra relación con la tecnología a la manifestación humana digital. En la medida en que comencemos a aceptar que nuestro conocimiento y relación con el mundo, desde hace algunas décadas, conlleva una tecnología en su fase electrónica-digital, podremos entender que los procesos de aprendizaje en lo social y en lo personal son “abiertos” y menos catedráticos. O como nos recuerda Zallo (2011),

Del discurso racional, vertical y prescriptivo de la alta cultura se pasa a la cultura que el usuario construye fragmentando y mezclando el orden abstracto alfanumérico de la lectoescritura con el orden más sensitivo de imágenes y con el conocimiento intuitivo, de prueba y error, dando lugar a nuevas significaciones. El (casi) ‘todos creadores’ como utopía se acerca y se aleja. Sin soportes y a coste casi cero, las herramientas de la creación y de la comunicación se extienden más fácilmente y permiten intercambios en todas direcciones, colectivizar los procesos productivos y romper la dicotomía entre cultura activa y pasiva [p. 104].

De hecho, como reflexionan Nadkarni y Prügl (2021), toda transformación digital no solo conlleva el componente tecnológico, sino también el humano; en este sentido es que apelamos que toda retórica digital conlleva un manifiesto cambio como re-retorialización de la literacidad digital; es decir, de cómo leemos, aprehendemos, aprendemos y escribimos el mundo. Es claramente notorio que desde los primeros años en que se hizo uso de Internet por los sistemas financieros, hasta su uso escolar y académico, en comparación con lo que hacemos en el siglo XXI, nuestra lecto-escritura tanto como nuestra epistemología en el mundo se han modificado. No se

trata únicamente de la mayor accesibilidad a la información y su procesamiento, sino de que el territorio digital que hemos co-construido es otro totalmente distinto.

Los ecosistemas sociales, al estar interpelados por el análisis de la retórica, nos dicen cómo es el mundo en un sentido dinámico y a través de la reflexión de tres entornos: de descubrimiento, de aprendizaje y de lo cotidiano. Pasamos de la visión de los sujetos definidos y limitados a la de agentes definidos por sus propios procesos así como por sus interrelaciones. Es justamente el *affordance* lo que pone en evidencia la necesidad de pensar a la sociedad desde el favorecimiento de los procesos creativos de los distintos agentes sociales (con mayor énfasis en la educación), pero también de interactividad, conectivismo, literacidad e hipertextualidad. La cultura digital implica en todos los ámbitos sociales la colaboración y la co-construcción abierta de las prácticas y los ámbitos de pensamiento. El *affordance* permite desde el paradigma de la complejidad construir escenarios creativos y socializados.

En última instancia, lo que tendríamos que entender es que la cultura digital es la cultura contemporánea, y que la complejidad de los procesos ya ha sido rebasada por la narrativa del siglo XXI, por lo que ni la educación, ni la vida profesional, familiar, de pareja, ni cualquier otra relación o proceso social pueden entenderse si no es por una visión del mundo que alcanza a relacionarse con los discursos cerrados y controlados. En tanto que la información “está a disposición” ahí en la red, nuestra comprensión del mundo es diferente, y su arreglo, diseño y disposición también requieren condiciones de apropiación. Si la modernidad es líquida, recordando a Bauman, la cultura digital es su estado social.

Cultura digital y sociedad

Cuando se habla de cultura se suele aceptar, por un lado, que 1) se trata de cualquier tipo de interacción marcada por las prácticas, valores, reconocimientos e identidades, y por otro, 2) que son todo tipo de interacciones propias de diversas sociedades o culturas. En ambos casos, si hay algo que marca las condiciones de las prácticas culturales es que existe una ambivalencia sobre su aceptación, incluso se puede negar de esa cultura, pero es más complejo aceptar las condiciones socio-culturales de una comunidad en el aquí y ahora. Lo que hacemos día a día al ser detectado, “etiquetado” y estudiado, genera en las sociedades un sentimiento de insatisfacción y a veces de reprobación.

Al respecto, Byung Chul Han (2012) se refiere a la sociedad del cansancio o sociedad *burnout* –síndrome psicológico originalmente planteado hacia profesiones específicas como la educación, medicina, enfermería, bomberos, entre otros– para nombrar las características de las sociedades contemporáneas a disgusto consigo mismas. Más allá de los argumentos del autor, lo que genera con los lectores entra en una condición contradictoria: aceptar y negar que se es parte de esa sociedad,

particularmente porque no nos sentimos cómodos al identificarnos con prácticas y valores que reprobamos, pero que llevamos a cabo desde nuestro sistema cotidiano. Por ejemplo, si se dice que una sociedad *a* es xenófoba, lo primero que harán sus miembros es negar que lo son; si una sociedad *b* es calificada como de las más felices en el planeta, acto seguido sus miembros se sentirán poco identificados con la etiqueta debido a que sus problemas, por poner un caso, no les permiten ser felices.

Una situación similar pasa con la cultura digital. Aunque estamos inmersos en ella, porque es parte de nuestro entorno, en ella nos hemos ido definiendo, la negamos y la enviamos al estudio de los campos sociales donde pensamos que seguramente debe tener una función, aun cuando esta nos atraviesa como un *logos* en todos los sentidos. Tales campos, principalmente la educación, han asumido la cultura digital como denominador de progreso y desarrollo, limitando su concepción al uso de tecnología comunicativa e informacional (TIC). Las tecnologías así vistas parecen “extraordinarias” y no “ordinarias”; la creciente generación de aplicaciones educativas basadas en dispositivos electrónicos no tiene comparación en la historia tecnológica y económica de la humanidad. Los nuevos territorios construidos a través de las TIC conllevan necesariamente a que en el ecosistema retórico, epistémico y literario se re-localicen como innovaciones, aún y cuando son más bien oportunidades de negocio (Nadkarni y Prügl, 2021). Esta disposición a ver en las TIC el mejoramiento de la educación tiene un peligroso trasfondo porque, entonces, se han limitado los esfuerzos en mejorar los currículos, los modelos educativos, los espacios de interacción, etcétera, en pos del “milagro” del dispositivo, las aplicaciones y las tendencias “técnicas”. Curiosamente, en las escuelas se usa menos la tecnología que fuera de ellas, y además se ha establecido un doble discurso de autoridades y sociedad frente a los alumnos: por un lado evitar el uso del celular en el aula porque “interrumpe”, y por el otro, la idea de que la tecnología en tabletas o computadoras mejorará los procesos de enseñanza y aprendizaje, como si el currículo dependiera de ello.

Para entender las culturas digitales, cualquier punto de vista debe elevarse por sobre las fronteras espaciales, tanto físicas como digitales, y entender los contextos de los agentes. En este sentido, desde los sistemas complejos la propuesta debería centrarse en trabajar las comunidades digitales como ecosistemas interconectados a partir del sistema-agente (microsistema), que en el campo educativo es toda aquella persona que tiene una relación por lo menos con otro agente. De este modo, profesores y estudiantes se identifican por las unidades de correlación en diversos ambientes que co-construyen y no necesariamente por roles, porque somos seres interconectados. En consecuencia, la evaluación de la cultura digital contempla a los ecosistemas en tanto que comunidades; son las prácticas, los actos sociales, las comunicaciones, las identidades compartidas y los intereses los elementos que rodean el análisis.

También es importante señalar que la cultura digital ha tenido implicaciones más profundas, algunas –a veces poco optimistas– se ven como claros oscuros que es

necesario reflexionar. Parejo Mota (2011, pp. 98-101) nos propone, a propósito de la relación entre sociedad y cultura digital, once aforismos que nos permiten reflexionar sobre las dicotomías, aunque también podríamos decir que, dado el contenido de los mismos, parece más una suerte de oxímoron digital. En una reinterpretación más reflexiva de ellos, se podría mencionar lo siguiente:

1. Si la era digital hiciera las veces de una luz, como pasó con la Ilustración o el iluminismo kantiano, probablemente estamos corriendo el enorme riesgo de deslumbrarnos, es decir, de cegarnos ante lo digital. Entonces, este componente digital puede ser visto como la luz oscura (UV-A) que en medio de la oscuridad solo nos permite ver ciertos objetos que emiten un espectro de menor intensidad.
2. La cultura digital podría compararse con “unas tijeras, o un cuchillo, [pues] son cuando menos ambivalentes: construyen o destruyen. Curan o matan”, si esto es así y de momento no hay mejor narrativa a la que apearse, entonces el mayor riesgo no está en lo digital como amenaza, sino en no reflexionar permanentemente si cada manifestación le permite a la sociedad construirse o destruirse.
3. Nos “jactamos” tanto de la cultura digital y de sus manifestaciones –por no decir productos– que hemos perdido de vista el contenido mismo de esta idea; es prácticamente imposible pensar una moda si la damos por sentada como un hecho científico.
4. Es cierto que la era digital nos ha impulsado hacia nuevos desarrollos tecnológicos que nos permiten conectarnos mejor, pero, ¿por qué suponer que la cultura digital es solo propia de las comunicaciones y las redes, de la educación y de las artes, cuando también esta pasa por un ejercicio del poder que se manifiesta más vívido que nunca?
5. En la era digital, la relación con el mercado se ha vuelto más interdependiente, todo es un producto, un contenido, una preferencia que se vuelve un dato potencialmente vendible, comparable y compartible; estamos atados a un permanente consumismo sin satisfacción, un fetichismo digital que aparece para todo tipo de consumidores, segmentados no ya como personas sino como perfiles.
6. Derivado de lo anterior, nos enfrentamos a la inmediatez digital y el protagonismo individualista. La cultura digital también implica un falso supuesto de que cada producto está creado “pensando en mí”, de modo que la llamada “experiencia” del usuario apela a hacerle sentir un ser único dentro de un mar de consumidores. También implica que existe una infinidad de productos que creemos necesitar y que están hechos pensando en un perfil como el nuestro, por lo que la angustia existencial se transfiere hacia el mercado.

7. No alejado se encuentra el tema de la salud y la enfermedad. La exposición o sobre-exposición de información sobre lo que aparentemente es una vida sana se cruza con ambigüedades como los daños a las articulaciones por el uso intensivo de nuestros miembros superiores, de las cervicales dobladas, de la vista cansada, pero también del aumento de casos de depresión, histeria digital y angustia acompañada por la facilidad del clic para comprar medicamentos y productos *detox*.
 8. Las actuales formas de trabajo, de consumo digital, de cibertrabajo, conllevan sus propias enfermedades. Lo que Parejo Mota llama “tecnoestrés” y “tecnoadicciones” tampoco son casos nuevos ni extraordinarios, sino que constituyen la norma. ¿Cuánto tiempo somos capaces de estar sin celular, sin abrirlo, sin revisar los *update* de cualquier red social, de mensajes, correos, contenidos? Mark Zuckerberg había comentado que la idea detrás de Facebook es que la fiesta nunca termine (en referencia a las fotos), y ahora nos toca decir que el trabajo tampoco termina, podemos seguir trabajando exactamente en donde nos quedamos gracias a la ubicuidad y al uso intensivo de varios dispositivos.
 9. La medicina también está cooptada por lo digital. No solo hay avances en resoluciones digitales o nuevos instrumentos con mayor precisión, también hay una separación de las especializaciones con sus propias herramientas y sus enfoques. La salud se parcializa en extremo, el cuerpo en la era digital pareciera tener sus propios malestares diferenciados de aquellos emocionales, porque es más fácil proponernos dispositivos ergonómicos a dejar de estar conectados.
 10. Frente a lo anterior, hay dos campos poco estudiados desde la cultura digital: la biotecnología y la biopolítica. En el primer caso, coincidimos con Parejo Mota en los claroscuros de la ciencia, la investigación y su relación con la tecnología. La bioética tiene avances desde un frente, pero no puede cubrirlos todos, lo que despierta fuertes sospechas sobre los nuevos arsenales de tratamientos, medicinas, vacunas, etcétera, que, más que transmitirnos tranquilidad como sociedad, han generado debates feudales sobre su beneficio y han cuestionado otros que pensábamos que ya habríamos superado, de modo que enfermedades del pasado se cuelan a través de redes físicas con falsas alertas digitales.
 11. Por su parte, la biopolítica debería ser pensada probablemente en términos de lo digital y del modo en cómo se establece la relación entre la vida cronológica, la digital y las formas de poder. Gracias a que las nuevas metanarrativas y los nuevos protagonistas tienen límites incluso en la era digital, y la respuesta en red de la sociedad también es una realidad, el poder político y de cualquier tipo amplía su espectro también a través del quinto poder.
-

Una vez establecido el contexto de la relación entre tecnología y cultura digital, es conveniente revisar y discutir definiciones en torno a la cultura digital en cuanto tal. Rabinovitz y Geil (2004, p. 3) consideran que la cibercultura apela a fenómenos sociales que 1) expresan la sobresaturación tecnológica de la sociedad –pensamos principalmente en lo electrónico y lo digital– y 2) se relacionan con un *ethos* en el que lo que define a la vida como existencia es la velocidad, la mutabilidad y otras características de la tecnología digital vinculadas, o bien, aplicadas a la sociedad. En este caso, las autoras llaman la atención sobre autores como McLuhan, quienes reinterpretan el desarrollo social desde el punto de desarrollo de la tecnología, pero a manera de una narrativa profética unidireccional, omitiendo el ejercicio crítico complejo (Rabinovitz y Geil, 2004, pp. 2-4). Desde este punto de vista, recupera Fernández Utrera (2006, p. 4), se establece un discurso que asimila o emplea la analogía para hacer coincidir los cambios en la tecnología, comparándolos con los que se dan en las comunidades humanas.

Por su parte, Bell y Kennedy (2000) optan por hablar de ciberculturas en plural, en tanto que existen tantos dominios de representación y experimentación como prácticas del uso de las nuevas tecnologías, por lo que cada práctica se diferencia de la de otra agrupación. Si debe leerse el ciberespacio a partir de este lugar de encuentro entre distintas ciberculturas, tal lectura requiere un reordenamiento para comprenderlas, y este debe hacerse cuidando la arquitectura descentralizada, no-lineal y rizomática del propio ciberespacio (p. 1). La cibercultura, en última instancia, es un entramado de subjetividades en el ciberespacio, que no es otra cosa sino redes interconectadas.

Para abonar, Schulte (2008, p. 10) avanza sobre el objeto (histórico) de la cibercultura y su trasfondo social al asociarlo de manera específica al mundo de las computadoras, y en especial del Internet. Su postura en este sentido es que la red, así como el Internet, constituyen puntos desde los que se lee el mundo y se construyen identidades y redes. La cibercultura implica, entonces, estudiar representaciones a manera de rizomas y no de manera jerárquica (2008, p. 18); lo que denota la cibercultura en última instancia es una serie de construcciones narrativas en el entramado del ciberespacio que no es otra cosa que la red. Si atendemos que en los sistemas complejos lo que define a los agentes son sus relaciones en torno a los ambientes en los que están inmersos, entonces habría que aceptar que las relaciones y ciberambientes que creamos en la red son lo que nos está definiendo hoy en día, incluso en aquellos espacios como la familia, donde pensaríamos que la relación interpersonal no se encuentra mediada por la tecnología. La cibercultura es una narrativa, o mejor dicho la meta-narrativa.

Decir que la cultura digital es lo que define a la cultura contemporánea exhorta, en primer lugar, a la aceptación de nuestra identidad y cotidianidad digital. Las sociedades de hoy día cuentan con un mayor número de interconexiones digitales que cuando se inventaron el telégrafo o el teléfono. En caso de emergencia, nuestro

celular es tan importante como tomar nuestro bolso, cartera, mochila, llaves –puede que incluso hasta más–. Nos podemos sentir vacíos, desnudos, inquietos o limitados si no tenemos un dispositivo con nosotros. Entonces, ¿por qué cuesta tanto trabajo aceptar que somos seres socio-digitales?: lo digital nos define ontológicamente y no solo educativa o comunicativamente. De ahí que problematizar sobre la cultura digital sea problematizar sobre la sociedad misma; incluso se debería hablar de culturas y sociedades digitales en plural y no en singular. Los cambios sociales se relacionan tanto con la percepción de la realidad como con el entorno transaccional (inmediato) y contextual.

La cultura digital se encuentra presente en ambos niveles porque en ella se mueven las personas, de manera que pensarla implica reflexionar sobre los distintos contextos en los que las sociedades se encuentran, no de manera nacional, porque se limita, sino por las distintas regiones, a veces por local, y a veces meta-nacional, pero también por generaciones, por prácticas, adhesiones, comunicaciones, preferencias. Las relaciones casa-escuela y casa-trabajo no pueden ser limitantes de la problematización de la cultura digital, ya que han sido las formas tradicionales de enfocar los estudios sobre la educación, como si los estudiantes se aislaran realmente de sus prácticas y entornos familiares o de trabajo.

Para este texto, la invitación es a pensar la cibercultura como un *ethos* que va más allá de la lectura tradicional de práctica cultural, poniéndola como el centro de lo que nos está definiendo –en presente, porque es un aspecto dinámico y en transformación–; es un principio que cruza la condición humana actual en lo cotidiano y lo ordinario más que en lo extraordinario. En última instancia, lo que negaríamos es la limitación conceptual y funcional de la cibercultura solo a la educación, las comunicaciones y las artes, como si el resto de la existencia humana no fuera interpelado por lo digital.

Retórica digital como *ethos*

Analizar la retórica digital en las distintas sociedades es, en principio, adentrarse y explorar las intersecciones sociales en un mundo altamente interconectado por medios digitales. Sin embargo, seguir pensando que existe una dicotomía entre sociedad y tecnología es limitar el estudio de la primera; sería como pensar que hay un “impacto” tecnológico independiente del propio desarrollo social e histórico. Lo anterior difiere en leer la tecnología en términos del tipo de uso que tiene en un mayor o menor número de miembros de una comunidad, o bien los distintos “impactos” en los diversos escenarios contemporáneos. No se trata de ver las nuevas tecnologías como un tren imparable, sino de aceptar que siempre han existido, pero que las condiciones bajo las que se dan se modifican permanentemente. Así que la exploración de las distintas narrativas sociales en torno a la intersección con la tecnología debería ser el

objeto de estudio de la retórica digital, como un solo concepto y no la unión de dos elementos. Para ello, debemos partir de que la retórica digital, aunque es un campo de estudio relativamente nuevo —que por lo menos lleva 30 años siendo estudiado—, implica aceptar que lo digital, en palabras de Hess (2018),

...es tanto viejo como nuevo. [La] retórica digital no es meramente la suma de la tecnología a la retórica —o viceversa— y revolverlas. El concepto de retórica digital requiere atención sustancial a las formas en las que la retórica cambia en una era tecnológica y cómo la tecnología es formada por la expresión humana, tanto sobre cómo y a través de la propia tecnología [p. 2].

En este mismo orden de ideas, debe añadirse que los cambios epistémicos, éticos, estéticos, políticos y antropológicos han tenido una fuerte relación con los cambios de la tecnología digital, pero con respecto a un avance en su demanda y en las funciones que le hemos ido atribuyendo, de modo que la retórica digital debería iniciar su estudio delimitando los contextos socio-digitales en los que pretende analizar las interconexiones, sin olvidar que limitar no significa aislar. No podríamos pensar la educación contemporánea, por ejemplo, sin tecnología, como tampoco podemos obviar que cada estudiante la ha adoptado y adaptado a diversas áreas de su vida y no solo como marco de un proceso educativo. En este sentido, la retórica digital se sitúa en la reflexión específica sobre lo digital, no como procesos y dispositivos electrónicos, sino como la meta-narrativa social que se ha construido en torno a ella. De ahí que se plantee, a modo de aportación de este texto y desde el enfoque de los sistemas complejos, que se deben analizar las narrativas no solo como discursos, sino como el conjunto de prácticas/interacciones humano-digitales, es decir, como un *ethos*: el espíritu de una época o una cultura que incluye no solo acciones consensuadas, sino costumbres, valores y creencias dentro de diversas comunidades, pero también en cada ser humano, respecto a los sistemas en los que se encuentra.

Bajo este enfoque, sería complicado establecer el periodo exacto a partir del cual hablar de retórica digital. En este caso probablemente no valga la pena establecer el punto de partida de la retórica digital con el nacimiento del Internet, dado que nos reduce a su uso; tenemos más probabilidades de una lectura enriquecida bajo la propuesta del *ethos* desde la década de los noventa del siglo XX con la producción industrializada de computadoras personales, su adopción y adaptación, hasta llegar a los teléfonos inteligentes en el siglo XXI. El uso de dispositivos computacionales personales irrumpió como un caso paradigmático porque cambió nuestra concepción del mundo, de la escritura, la lectura, de conocer, de interactuar. Los servicios de mensajería, los correos electrónicos, los portales y páginas, todos modificaron en buena medida a los medios de comunicación e información. Con el tiempo, estas formas de interacción cambiaron el sentido de la interpelación con los otros, llevándonos del sentido unívoco a los multicanales (web 2.0 o la web 3.0). Como explica Haraway (1991), estas tecnologías abarcan nuevas formas de encarnación física que dirigen la

atención hacia lo que ella denomina como “reivindicaciones ciborgianas”, una nueva manera de ver el cuerpo sin eliminar el aspecto tecnológico, pero es entonces cuando lo digital se lee como un correlato antagónico de lo analógico: el cuerpo humano físico no es digital, aunque se sirve de este; la pantalla tampoco es un libro, un teclado no es un cuaderno, ni la mente un dispositivo. Los defensores de lo “analógico” lo ven en sí mismo como un periodo mejor, una época dorada de un posible equilibrio entre humanos y tecnología, aún cuando esta fuera de hecho digital. Incluso esta lectura de una relación “bifurcada” (Hess, 2018, p. 4) es parte de la retórica digital: ni somos plenamente digitales ni plenamente análogos, porque incluso un lápiz y un cuaderno son tecnología.

En 1992, Richard Lanham habló por primera vez de este término en su ensayo “Digital rhetoric: Theory, practice, and property”, donde señala que “en la práctica, la computadora a menudo resulta ser un dispositivo retórico y lógico, ya que deriva su estética del gran opuesto histórico de la filosofía en el pensamiento y la educación occidentales, el mundo de la retórica” (1992, p. 221). Si bien Lanham en este punto lo limita a un aspecto simbólico, tuvo el tino de vislumbrar la relación del tema con un aspecto epistémico, gnoseológico y social: “Es la computadora como realización del pensamiento social lo que necesita explicación”, señala más adelante (1992, p. 243). Aunque de manera lógica, la limitante de Lanham se da en el contexto de la reflexión sobre las adaptaciones que se dieron a la escritura y las artes a partir del uso de la computadora, pero faltó “postular una teoría o definición de retórica digital completamente desarrollada” (Eyman, 2015).

En *The electronic word: Democracy, technology, and the arts*, de 1993, Lanham atiende la importancia del discurso del hipertexto en el marco de los sistemas universitarios entre otros aspectos. A partir de la propuesta de Lanham, otros autores destacaron en su trabajo las nuevas creaciones y composiciones ambientales a partir del hipertexto, formas literarias novedosas y la epistemología rizomática (Moulthrop, 1994; Landow, 1994; Bolter, 2001). Otros más, como Welch (1999), comenzaron a hablar de “retórica electrónica” en relación a las intersecciones que se dieron a partir de estas nuevas formas de escritura de manera muy clara en las computadoras, pero también en relación a la escritura física o impresa. Aunque para este periodo ya se había establecido una primera línea de investigación de la retórica digital en relación a la producción escrita, autoras como Laura Gurak (1997) –al igual que Welch lo habría hecho– expresaron su preocupación por la limitante del estudio de la escritura digital desde la teoría de la retórica clásica contemporánea no-digital. Quedó claro para finales de la década de los noventa que el uso de las computadoras había modificado no solamente la escritura, sino la forma de argumentación y de relacionarse con el mundo. Bárbara Warnick en 1998 (Warnick, 2018) puso en evidencia la necesidad de analizar los ambientes electrónicos al tiempo que divisó la importancia de ir más allá.

A inicios del nuevo milenio fue evidente que el avance en los estudios de retórica digital, junto con la producción masiva de computadoras personales y teléfonos celulares, habían influenciado de manera amplia las dinámicas sociales. En este sentido, los estudios literarios parecieron haber dado un paso más grande respecto a los sociales al ofrecer nuevos componentes de análisis respecto a la práctica digital. Por ejemplo, para Gurak (2001), el alcance, el anonimato y la interactividad son los principales constituyentes de la comunicación en línea, pero en el 2009, junto con Antonijevic, recuperó el *ethos*, el *kairós* y la comunidad, la colaboración y la entrega para entender lo que constituye la retórica digital. A partir de ello, Zappen (2005) argumenta y proporciona un balance de la situación entre la retórica tradicional y la reconfiguración de la misma en los espacios digitales. En suma, estos primeros esfuerzos se ubicaron en pensar la teoría dentro de los márgenes de lo digital.

Por otro lado, aunque de manera simultánea, otro grupo de autores puso como foco de atención el papel de las tecnologías de redes como retos para teorizar la retórica digital, particularmente en el marco del uso masivo de redes sociales en los dispositivos digitales. Losh (2009) apela a los cambios que se han dado desde el uso cotidiano de la tecnología en relación a la esfera pública y política (discursos, gobierno e instituciones); los medios de comunicación son objeto de estudio que ejemplifica las expresiones humanas en línea. Pfister (2014) ofrece un concepto distinto al de “retórica digital” con “retórica en red” (*networking rhetoric*), con el que subraya los elementos sociales y comunicativos de la tecnología, relacionando la ubicuidad de las tecnologías digitales con las formas de expresión que evidencian la naturaleza social. En este mismo tono, Eyman (2015) muestra que la retórica digital podría considerarse como un campo de estudio propio que supera la aplicación de la teoría de la retórica a la literacidad textual y a sus prácticas, y que las herramientas digitales, con la cualidad de ser ubicuas, se irán ampliando y por lo tanto dándose otro tipo de narrativas, por ejemplo, la expresión del descontento social en protestas o en fenómenos políticos.

Por otra parte, la retórica como campo de estudio propio ha cambiado de sentido, dependiendo del contexto en que se le estudie. Ha ido desde la noción aristotélica de persuasión hasta la identificación con diversas audiencias (Burke, 1969), la invitación (Foss y Griffin, 1995) y hasta la promoción de ideologías (McKerrow, 1989), aunque también se relaciona con la narrativa (Fisher, 1984), o incluso como metáfora (Osborn, 1967). A pesar de esto, el punto central de la retórica sigue siendo la comunicación humana, expresión a través del cuerpo, las palabras y las herramientas de mediación. Pero como sugiere Hess (2018) nuevamente, la retórica digital ha cambiado la naturaleza del modo en que se expresa el humano. La comunicación se estructura dentro de los límites de la propia tecnología comunicativa por el número de palabras en una caja de texto o en un mensaje. Otros tienen que ver con los espacios digitales en los que se da como un videojuego, o el tipo de discurso que se da dentro de distintos

ambientes sociodigitales, como una red social o una plataforma educativa. En cada caso, el discurso se adapta y adopta, creando nuevas realidades y habilidades. A lo anterior habría que añadir que la ubicuidad modifica la actividad creativa y la circulación de la retórica. Nos comportamos según el espacio digital y físico en el que nos encontremos, de modo que no solo el dispositivo o el canal delimitan nuestra práctica, es decir nuestra narrativa, sino que enfatizan los distintos modos de ser y estar en el mundo. Derivado de lo anterior, Hess (2018, p. 6) propone entender la retórica digital como “el estudio del sentido, como expresión a través del lenguaje, cuerpo, máquinas y textos que han sido creados, circulan o se experimentan por medio de tecnologías digitales”.

Entre las diversas narrativas bajo las que se da la retórica digital, nos parece que existen cuatro a las que debemos prestar atención y que nos permiten entender la correlación entre retórica digital y cultura digital:

Primera narrativa.- Acción algorítmica

En el contexto digital, todas nuestras prácticas dejan una huella de datos. El discurso computacional lo analiza y va en la búsqueda de nuevas formas de entender tal comportamiento. Lo que vemos en una pantalla es determinado por una serie de algoritmos que son analizados combinando el factor humano y el computacional. Pese a las críticas, para que haya un avance tecnológico se requiere una constante dinámica digital que comenzó en la web 2.0 hasta nuestros días. Dentro de esta interacción llama la atención el papel que juegan empresas digitales como Google, Apple o Meta en tanto que operan como vigías del conocimiento, la interacción, la experiencia e incluso las emociones a través de sistemas que recuperan tales algoritmos (Pfister, 2014; Pariser, 2011; Vaidhyanathan, 2012). La narrativa del *big data* supone que la sociedad puede alcanzar procesos automatizados y, paradójicamente, innovación, pero que pasan por un filtro de selección acorde a lo que la empresa juzga que se debe conocer y experimentar (Pariser, 2011; Sunstein, 2007; Boyd y Crawford, 2012). En consecuencia, cada uno de nosotros leemos y actuamos en el mundo según lo que vemos en nuestra pantalla a través de Instagram, TikTok, Google, Instagram, Telegram o WhatsApp.

Segunda narrativa.- La pantalla como lugar de juego

Poco se ha analizado el caso de los videojuegos, o el factor lúdico detrás de la pantalla. El videojuego como un espacio sociodigital no se limita al instante del juego o la adopción de roles, sino a la narrativa de lo momentáneo –en los términos en que Bachelard habla del instante–, de la identidad y de la práctica. Tiene implicaciones sociales, económicas, antropológicas y políticas, pero la pantalla como lugar lúdico tiene un componente de inmersión, de agencia (Murray, 1997) y de función social.

Probablemente la pantalla como espacio lúdico sea la narrativa artificial más importante de la cultura digital. Su creación a propósito y con un fin da un sentido al jugador, es decir, una experiencia que le suspende y le persuade del contexto inmediato sin sacar lo que realmente es él. Este poder del juego (Bogost, 2007) avanza por su cometido interactivo en un mundo específico dentro del cual se generan reglas que el jugador está dispuesto a obedecer, interiorizándolas como parte de su experiencia; lo que jugamos no sucede en la vida real. Si jugamos en línea o sin conectarnos, sea videojuego o una aplicación, atendemos a la pantalla como nuestro referente inmediato, podemos cooperar o no, aceptamos la recompensa cual sea o nos enfurecemos y frustramos; estamos decididos a ser parte de la parodia. Incluso dentro de una plataforma educativa, estamos dispuestos a manejarnos según las reglas.

Tercera narrativa.- El espacio colaborativo

Probablemente sea en la educación y en las artes donde, dentro de la retórica digital, se haya asumido que las personas colaboran con mayor ahínco. No obstante, el espacio digital probablemente ha generado por primera vez la mayor cantidad de ambientes de colaboración, búsqueda y participación que no se limitan a los antes señalados. La política, como la economía también, han sido terrenos que se han visto beneficiados por la participación, creación y difusión de proyectos e iniciativas a través de textos, video e imágenes principalmente. El ciberespacio es antes que nada un socio-espacio de recepción. En la retórica digital jugamos un doble papel: escritores y audiencia, productores y receptores, productores y usuarios (Warnick, 2018[1998], p. 77; Hess, 2018, p. 9). Así, la sociedad en red toma un sentido más amplio, dinámico y particularmente pro-activo que el simple hecho de estar conectado.

Cuarta narrativa.- El cuerpo no presente y la mente extendida

El cuerpo sigue siendo ese territorio donde la tecnología toma su forma más acabada y física. En buena medida, esta tiene como objetivo último realizar actividades y funciones que, por diversas cuestiones, los cuerpos humanos no realizarán primordialmente. En la retórica tradicional (no digital) el cuerpo está relacionado tanto con la identidad como con la actividad performativa, ya que los rasgos como la voz, expresiones y gestos se combinan para dar un mensaje (Porter, 2009), y por lo tanto alguien los lee. Pero en la retórica digital, en esa búsqueda del *ethos* digital, la tecnología cumple una función que ha trastocado diversos aspectos como la percepción del otro y la propia, como la relación entre cuerpo y dispositivos, en especial desde la aparición y desarrollo de los teléfonos celulares (Hess, 2018, p. 9). Existe una dicotomía entre los espacios virtuales en los que el cuerpo formalmente no se mueve, o aquellas secciones de la casa conectadas que contrastan con los teléfonos inteligentes conectados en todo el mundo en la sociedad contemporánea en la que los usuarios pueden estar

constantemente conectados en lugares realmente remotos (Hess, 2018; De Souza, 2006; De Souza y Frith, 2012).

En los espacios virtuales, el cuerpo no desaparece, pero sí se construye diferente, nos dice Porter (2009), e incluso se tendría que decir que se reconstruye. En este sentido, la mente también juega un papel importante. En 1998, Clark y Chalmers lanzaron una pregunta por demás provocadora: “¿Dónde termina la mente y comienza el resto del mundo?”. El tema no es menor, principalmente cuando nos encontramos en un mundo donde básicamente toda la información y eso a lo que llamamos “conocimiento” se encuentran digitalizados en la “nube”. Se trata de un tema tan cognitivo como físico. Los dispositivos, no solo el celular –aunque este cumpla un papel decisivo–, se erigen como parte de nuestra mente: ideas, citas, fotos, nombres, teléfonos, direcciones, apuntes, libros, etcétera, están ahí. De ahí que llame nuestra atención que la cultura, y en especial la retórica digital, haya abierto una tercera vía de aprendizaje que no se había considerado por sí misma: la digital. “Lo que no es experiencia es academia”, dijo alguna vez Gaos (2000), pero resulta que si tenemos frente a nosotros el buscador de Google pareciera que no necesitamos ni experimentar ni estar en la academia para aprender –aunque la misma función la cumplían los libros–. El papel que juegan los celulares nos permite ampliar nuestra cognición al tiempo que viajamos y no a distintos lugares, somos ubicuos y no al mismo tiempo, tenemos más capacidad de “recordación” y de guardar información, pero está y a la vez no está en nuestra mente. Andy Clark, en “Natural born cyborgs?” (2001), señala al respecto:

Mi cuerpo es una virgen electrónica. No incorporo chips de silicona, ni implantes retinales o cocleares, ni marcapasos. Ni siquiera uso gafas (aunque sí uso ropa). Pero poco a poco me estoy volviendo más y más un *cyborg*. Usted también. Muy pronto, y aún sin la necesidad de cables, cirugía o alteraciones corporales, estaremos familiarizados con *Terminator*, *Eve 8*, con *Cable*... solo llene el formulario de su cyborg de ficción favorito. Quizás ya lo somos. Porque seremos cyborgs no en el sentido meramente superficial de combinar carne y cables, sino en el sentido más profundo de ser simbioses humano-tecnológicos: sistemas de pensamiento y razonamiento cuyas mentes y seres se extienden a través del cerebro biológico y los circuitos no biológicos [p. 17].

Adicionalmente, cuando establecemos habilidades y competencias digitales, estas ya no se limitan al uso y manejo de ciertas tecnologías de lecto-escritura. Por el contrario, como refieren Reddy et al. (2023), también se suma una combinación de procedimientos tecnológicos (*technical-procedural*), cognitivos (*cognitive*), habilidades socio-emocionales (*emotional-social skills*), a las que deberíamos sumar la lectura, interpretación y habitar el mundo físico desde los territorios digitales.

En este sentido, mente y cuerpo se desterritorializan y re-localizan en virtud de una dinámica de vida que nunca se había virtualizado tal como la conocemos hoy. La mente re-localizada a través de la literatura, o la mano a través de la escritura en el papel; el cuerpo cibernético que se mejora, reconstruye y extiende a través de ar-

ticulaciones y *dispos*, que aprehende el mundo desde aplicaciones y plataformas, nos hacen reflexionar sobre nuestra propia ontología.

Ecosistemas y *affordances*

Un ecosistema está constituido por un conjunto de seres vivos con diversos procesos que se relacionan e interconectan entre sí en distintos niveles y en función del entorno en el que se encuentran (RAE, 2014). A partir del concepto de ecosistema se ha integrado una serie de metáforas que asocian a un conjunto de agentes en un campo específico de conocimiento y/o de praxis con las comunidades de seres vivos. De la noción de ecosistema habría que retomar dos conceptos claves que también encontramos en los sistemas complejos: relación e interacción. Un ecosistema es por definición un sistema complejo en función de la cantidad de interacciones e información que los agentes derivan en los co-agentes. Lo que debemos reconocer es que si bien existen diferentes elementos que todo sistema complejo contiene para serlo (emergentes, interdependientes, históricos, adaptativos, no-lineales, rizomáticos, retroalimentados, etc.), en el caso de los ecosistemas humanos es fundamental que exista una serie de elementos culturales que los unan, en el entendido de prácticas e identidades; en otras palabras, un *ethos*. Esta característica apela a la intersubjetividad de los agentes en los diversos sistemas en los que se puede mover cada uno, y en más de uno.

Las diversas comunidades constituyen sus propios espacios –ecosistemas– en relación a un orden y un *ethos* común que puede modificarse o variar en otro sistema. En este entendido, la escuela como ecosistema varía en relación a la familia o a una oficina porque el *ethos* compartido es diverso; a su vez, una entidad educativa puede tener un *ethos* que no comparte con otra o a la que la une un mínimo de relaciones y de información. En la cultura digital, los ecosistemas digitales se constituyen no por ser casos excepcionales sino por tener un *ethos* común. Podemos encontrar similitudes entre una comunidad de aprendizaje en una plataforma educativa y un grupo de personas que se comunican en Twitter, Instagram o TikTok con respecto al tema de la educación, y diferenciarla de otra que le gusta el fútbol o la economía, aunque todas viven territorialmente de manera digital. El entorno digital no necesariamente define a un ecosistema, sino el *ethos* que tienen los agentes. Aunque en buena medida lo que pasa entre las diversas plataformas digitales pudiera ser el principal aspecto que genera comunidad, no constituye el centro a partir del cual se unen los agentes. De ahí que no debemos confundir plataforma digital con ecosistema, y menos aún en la educación, en la que se confunde mucho esta relación. De hecho, como señalan Farias-Gaytan et al. (2023), hoy más que nunca las organizaciones se centran mucho en la capacitación para adquirir habilidades digitales, justamente eso que mal entendemos como cultura digital, dado el nivel de especialización que los modelos socio-

económicos están requiriendo. Las instituciones educativas, señalan Farias-Gaytan et al. (2023), son esos territorios por excelencia para que las personas sean parte de los ecosistemas digitales “innovadores”, especialmente en el nivel universitario. En consecuencia, el *ethos* se forma y forja desde el territorio de la educación y sus aulas, para que se defina un sinnúmero de agrupaciones con diferentes vocaciones.

Es el *ethos* y la organización del sistema por los agentes lo que define. Cuando la comunidad, ahora establecida como un ecosistema, logra definir sus objetivos, es altamente probable que defina sus acciones, información e interacciones externas e internas de manera más dinámica. De ahí que se pueda coincidir con Snyder (2005) cuando señala que

Una cultura digital requiere que veamos a la organización como un actor central en el intercambio interactivo entre la dinámica humana y los sistemas técnicos. La organización es un dispositivo humano facilitado por la tecnología para llevar a cabo su misión. Por un lado, la organización da forma a la tecnología, dando necesidad y uso al avance. Por otro lado, está moldeado por la tecnología, ya que los avances mecánicos ocurren a una velocidad más rápida que el crecimiento en los sistemas humanos. Es la interacción entre los roles de moldeador y la forma en que surge una nueva cultura organizacional lo que sugiero ser la cultura digital. Con esto no me refiero a sugerir un espacio puramente tecnológico para vivir y trabajar, sino más bien un espacio en el que vivir con y a través de la tecnología da lugar a nuevos símbolos, acciones, retórica y sistemas de trabajo que se apoyan y llevan a cabo a través de la comunicación de patrones. Dicha cultura transforma nuestras formas diarias de conexión y crea espacios para que el aprendizaje organizativo tenga lugar en un plano multidimensional entre lo virtual y lo físico [p. 6].

Snyder vislumbra una cultura digital más dinámica y propositiva que implica un movimiento desde lo físico a lo virtual y una interconexión de pedagogía, tecnología, comunicación y sistemas de organización. Este diseño-propuesta es lo que puede ser concebido como un *affordance* en la cultura digital. En 1979 James Gibson habló de *affordances* por primera vez en relación a los ecosistemas animales: “Los *affordances* son aspectos ambientales que dictan y determinan los comportamientos que son posibles dentro de un espacio dado. Por ejemplo, un entorno pantanoso tendrá factores que conduzcan a la supervivencia de insectos acuáticos, pero no tanto al movimiento de cuadrúpedos” (p. 127). Posteriormente, el concepto fue llevado al campo de la tecnología. Para Davisson y Leone (2018), “en los espacios digitales, los *affordances* pueden parecer naturales, pero están diseñados por los creadores del sitio para dirigir específicamente al usuario a navegar la tecnología de una manera particular” (p. 87). Lo anterior podría parecer exactamente lo opuesto a lo que hasta este punto se ha señalado en tanto que la cultura y la retórica deberían exponer un *ethos* caracterizado por la libertad y la comodidad para su realización. Después de la pandemia por la COVID-19, los modelos de alfabetización y de cultura digital se han tenido que reformular (Reddy et al., 2023), porque se crearon nuevos territorios a partir de nuevas interacciones a las que nos enfrentamos; generamos nuevos ecosistemas, si bien con

una base previa, pero nuestra capacidad de agencia se ha modificado sustancialmente. No todos los modelos de *affordance* digital han permitido que se genere un *ethos* que efectivamente propicia el reforzamiento social e individual de la educación (Reddy et al., 2023); por el contrario, muchas veces la brecha digital conlleva una brecha socio-económica, socio-emocional y cultural.

Sin embargo, el aspecto al que debería llamarse la atención sobre el *affordance* es su relación, en primer lugar, con el ecosistema en tanto que está diseñado para los agentes de un sistema determinado. El objetivo no es restringir sus posibilidades de actualizar o ejercer el *ethos* al que nos referimos, sino ampliarlo. Recordemos que Snyder sugiere que en la cultura digital debe fortalecerse la organización, que leemos aquí como el ecosistema o sistema complejo, y dado que las personas y las sociedades contemporáneas se manejan en diversos subsistemas, los *affordances*, en tanto que diseños ambientales de los ecosistemas, deberían buscar fortalecer las redes de colaboración y construcción a partir de un *ethos* que permita la circulación de ideas y la articulación de nuevas formas de pensamiento, auto-expresión, participación y colaboración creativa (Zappen, 2005, p. 321).

CONCLUSIONES

La visión del *affordance* desde la cultura y retórica digital interpela a los ecosistemas y el fortalecimiento de sus redes no desde la restricción de la vida digital sino del diseño del ambiente. Visto de otra forma, los *affordances* son arreglos ambientales específicos que permiten tener sistemas dinámicos y de auto-construcción acordes a los agentes que los han de ocupar. Se trata, en última instancia, de facilitar el intercambio de experiencias, de potencializar preferencias y de respetar los distintos perfiles de los agentes. Los *affordances* en la cultura digital permiten que la “agencia” de cada miembro se potencialice. De ahí que, si bien su diseño no se limita al ámbito curricular, tienen un enorme peso en procesos educativos que favorecen la interactividad, el conectivismo, el trabajo colaborativo, la literacidad, e incluso retomar la retórica digital y la hipertextualidad sin limitarse al mundo digital, pues afecta también al físico o análogo –si se quiere mantener la separación–.

En los próximos años la demanda de tecnología se irá encaminando hacia el diseño de *affordances* sociales. Esta es una nueva forma de pensar a los ecosistemas; que den soporte a las interacciones, conexiones e interpretaciones del mundo desde un sentido y una praxis socio-digital que incite a la práctica libre del *ethos*, sin importar si se trata de un cuerpo en no-movimiento o de la mente extendida.

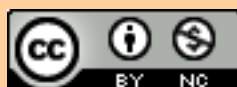
REFERENCIAS

- Bell, D., y Kennedy, B. M. (2000). *The cybercultures reader*. Psychology Press.
- Bogost, I. (2007). *Persuasive games: The expressive power of videogames*. MIT Press.
- Bolter, J. D. (2001). *Writing space: Computers, hypertext, and the remediation of print*. Routledge.
- Boyd, D., y Crawford, K. (2012). Critical questions for big data: Provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon. *Information, Communication & Society*, 15(5), 662-679. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.678878>
- Burke, K. (1969). *A rhetoric of motives*. University of California Press.
- Bustamante, E. (2011). Cultura digital: la 'nueva' cultura clásica. *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, (88), 59-64. https://www.fundaciontelefonica.com/artes_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/256/
- Clark, A. (2001). Natural-born cyborgs? En M. Baynon, C. L. Nehaniv y K. Dautenhahn (eds.), *Cognitive technology: Instruments of mind* (pp. 17-24). Springer. <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F3-540-44617-6.pdf>
- Clark, A., y Chalmers, D. (1998). The extended mind. *Analysis*, 58(1), 7-19. <https://doi.org/10.1111/1467-8284.00096>
- Davisson, A., y Leone, A. (2018). From coercion to community building. En A. Hess y A. Davisson (eds.), *Theorizing digital rhetoric* (pp. 85-97). Routledge.
- De Souza, A. (2006). From cyber to hybrid: Mobile technologies as interfaces of hybrid spaces. *Space and Culture*, 9(3), 261-278. <https://doi.org/10.1177/1206331206289022>
- De Silva, A., y Frith, J. (2012). *Mobile interfaces in public spaces: Locational privacy, control, and urban sociability*. Routledge.
- Eyman, D. (2015). *Digital rhetoric: Theory, method, practice*. University of Michigan Press.
- Farias-Gaytan, S., Aguaded, I., y Ramirez-Montoya, M. S. (2023). Digital transformation and digital literacy in the context of complexity within higher education institutions: A systematic literature review. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10, 386. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01875-9>
- Fernández Utrera, M. S. (2006). Ciberculturas, hispanismos y tecnología digital en el nuevo milenio. *Revista Canadiense de Estudios Hispánicos*, 31(1), 3-28. <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/160384>
- Fisher, W. R. (1984). Narration as a human communication paradigm: The case of public moral argument. *Communications Monographs*, 51(1), 1-22. <https://doi.org/10.1080/03637758409390180>
- Foss, S., y Griffin, C. (1995). Beyond persuasion: A proposal for an invitational rhetoric. *Communications Monographs*, 62(1), 2-18. <http://dx.doi.org/10.1080/03637759509376345>
- Gaos, J. (2000). *La filosofía en la universidad*. En Obras completas. UNAM.
- Gibson, J. (1979). The theory of affordances. En *The ecological approach to visual perception* (pp. 127-137). Houghton Mifflin.
- Gurak, L. (1997). *Persuasion and privacy in cyberspace: The online protests over Lotus Marketplace*. Yale University Press.
- Gurak, L. J. (2001). *Cyberliteracy: Navigating the Internet with awareness*. Yale University Press. <https://doi.org/10.1080/01972240490269807a>
- Gurak, L. J., y Antonijevic, S. (2009). Digital rhetoric and public discourse. En A. Lunsford, K. Wilson y R. Eberly (eds.), *The Sage handbook of rhetoric* (pp. 497-508). Sage.
- Han, B. C. (2012). *La sociedad de la transparencia*. Herder.
- Haraway, D. (1991). *Simians, cyborgs, and comen: The reinvention of nature*. Routledge.
- Hess, A. (2018). Introduction: Theorizing digital rhetoric. En A. Hess y A. Davisson (eds.), *Theorizing digital rhetoric* (pp. 17-32). Routledge.
- Landow, G. P. (1994). *Hyper/Text/Theory*. Johns Hopkins University Press.
- Lanham, R. A. (1992). Digital rhetoric: Theory, practice, and property. En M. Tuman (ed.), *Literacy online: The promise (and peril) of reading and writing with computers* (pp. 221-243). University of Pittsburgh Press.
- Lanham, R. A. (1993). *The electronic word: Democracy, technology, and the arts*. University of Chicago Press.
- Leone, A. C., y Davisson, A. (2018). From coercion to community building: Technological affordances as rhetorical forms. En A. Hess y A. Davisson (eds.), *Theorizing digital rhetoric* (pp. 101-113). Routledge.

- Lévy, P. (2007). *Cibercultura: informe al Consejo de Europa*. Anthropos Editorial.
- Losh, E. M. (2009). *Virtualpolitik: An electronic history of government media-making in a time of war, scandal, disaster, miscommunication, and mistakes*. The MIT Press.
- Lyotard, J. F. (1996). *La condición postmoderna*. Cátedra.
- McKerrow, R. (1989). Critical rhetoric: Theory and praxis. *Communications Monographs*, 56(2), 91-111. <https://doi.org/10.1080/03637758909390253>
- Moulthrop, S. (1994). Rhizome and resistance: Hypertext and the dreams of a new culture. En G. P. Landow (ed.), *Hyper/text/theory* (pp. 299-319).
- Murray, J. H. (1997). *Hamlet on the holodeck. The future of narrative in cyberspace*. The MIT Press.
- Nadkarni, S., y Prügl, R. (2021). Digital transformation: a review, synthesis and opportunities for future research. *Management Review Quarterly*, 71, 233-341. <https://doi.org/10.1007/s11301-020-00185-7>
- Osborn, M. (1967). Archetypal metaphor in rhetoric: The light-dark family. *Quarterly Journal of Speech*, 53(2), 115-126. <https://doi.org/10.1080/00335636709382823>
- Parejo Mota, J. (2011). Cultura y sociedad digital. Once aforismos (más bien hipótesis) sobre una vida digital. *Abaco: Revista de Cultura y Ciencias Sociales*, (68), 98-101. <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/291634>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin.
- Pfister, D. S. (2014). *Networked media, networked rhetorics: Attention and deliberation in the early blogosphere*. Penn State University Press.
- Porter, J. E. (2009). Recovering delivery for digital rhetoric. *Computers and Composition*, 26(4), 207-224. <https://doi.org/10.1016/j.compcom.2009.09.004>
- Rabinovitz, L., y Geil, A. (2004). *Memory bytes: History, technology, and digital culture*. Duke University Press.
- RAE [Real Academia Española] (2014). *Diccionario de la lengua española* (23a. ed.).
- Reddy, P., Chaudhary, K., y Hussein, S. (2023). A digital literacy model to narrow the digital literacy skills gap. *Heliyon*, 9(4).
- Schulte, S. R. (2008). *State technology to state of being: The making of the internet in global popular culture (1980-2000)* [Tesis de Doctorado]. The George Washington University. ProQuest Dissertations Publishing. 3311406. <https://search.proquest.com/docview/89249348?accountid=14598>
- Snyder, K. (2005). The digital culture and communication: More than just classroom learning. *Seminar.net - International Journal of Media, Technology and Lifelong Learning*, 1(2), 1-9. <http://www.ep.liu.se/ecp/021/vol2/020/ecp2107v2020.pdf>
- Sunstein, C. (2001). *Republic.com*. Princeton University Press.
- Sunstein, C. (2007). *Republic.com 2.0*. Princeton University Press.
- Vaidhyanathan, S. (2012). *The Googlization of everything (and why we should worry)*. University of California Press.
- Warnick, B. (2018). Rhetorical criticism of public discourse on the Internet: Theoretical implications. En J. Gunn y D. Davis (eds.), *Fifty years of Rhetoric Society Quarterly: Selected readings, 1968-2018* (pp. 98-109). Routledge.
- Welch, K. (1999). *Electric rhetoric: Classical rhetoric, oralism, and a new literacy*. MIT Press.
- Zallo, R. (2011). Civilización y vida social. Paradojas de la cultura digital. *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, (88), 103-106. https://www.fundacion-telefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/256/
- Zappen, J. P. (2005). Digital rhetoric: Toward an integrated theory. *Technical Communication Quarterly*, 14(3), 319-325. https://doi.org/10.1207/s15427625tcq1403_10

Cómo citar este artículo:

Bras Ruiz, I. I. (2024). Sociedad, cultura digital y *affordance*. *IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*, 15, e1915. https://doi.org/10.33010/ie_rie_rediech.v15i0.1915



Todos los contenidos de *IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH* se publican bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional, y pueden ser usados gratuitamente para fines no comerciales, dando los créditos a los autores y a la revista, como lo establece la licencia.