

@Ciberanimación



La Animación Sociocultural en la Sociedad Digital

Mario Viché González

Autor: Mario Viché
© Mario Viché
<http://quadernsanimacio.net>
Corrección de estilo: Francesc Fenollosa
ISBN : 978-1-291-51870-2
Edita: Mario Viché González
2013

**A Pierre Furter
A Roberto Aparici Marino**

El presente texto corresponde al estudio documental y las conclusiones de la investigación netnográfica realizada con motivo de la elaboración y defensa de la tesis doctoral que con el mismo título fue dirigida por el Doctor Roberto Aparici Marino y defendida en la UNED en enero del 2013.

El objeto de este estudio ha sido redefinir la animación sociocultural desde los paradigmas de representación y percepción de la realidad social que son consecuencia directa de las dinámicas propias de la Sociedad Digital.

La Ciberanimación, definida y delimitada desde su campo teórico y desde su práctica en el ciberespacio, se nos presenta no solo como un campo de acción social sino como una nueva disciplina sociocultural que abre nuevos campos de investigación y percepción de la realidad sociocultural.

La Ciberanimación deviene un modelo de interpretación para entender y redefinir las prácticas y las dinámicas sociales que

Edición digital para uso académico con licencia copyleft: Mario Viché

la animación sociocultural desarrolla desde la perspectiva de la Sociedad Digital y los paradigmas de percepción y representación de la realidad que la revolución digital han generado.

En consecuencia el presente texto habla de Animación Sociocultural y de las representaciones identitarias y las dinámicas solidarias de participación y construcción de una ciudadanía democrática que esta genera en la Sociedad Digital. En eso consiste la Ciberanimación como acción social colaborativa transformadora de la realidad social.

EL AUTOR

INTRODUCCIÓN

La animación sociocultural en el espacio digital

La animación sociocultural se estructura como una práctica educativa no formal, de carácter intencional, que tiene como objeto el desarrollo de los individuos y las colectividades con la finalidad de estructurar redes de convivencia, cooperación y desarrollo comunitario.

Fundamentada en los principios y valores de la Ilustración y la Modernidad, la animación se fue configurando como una práctica educativa que, a la luz de los postulados de la Escuela Nueva, persigue el pleno desarrollo de los individuos y las colectividades en la búsqueda de una sociedad más justa e igualitaria. Actuando en ocasiones como un complemento del sistema escolar y en otras como una acción socio-educativa paralela al mismo, la animación sociocultural, en cuanto práctica educativa, se ha desarrollado a través de unas metodologías grupales, vivenciales y activas, respondiendo a los anhelos e identidades de los diferentes colectivos sociales y haciendo de la participación y la comunicación sus rasgos metodológicos más característicos.

Durante los siglos XIX y XX la animación ha evolucionado como respuesta a las necesidades sociales de identificación y cohesión social a partir de dos modelos de

actuación que denominaremos, de aquí en adelante, los paradigmas analógicos de la intervención sociocultural. Estos modelos han sido:

1) **El paradigma de las identidades obreras.** Es el paradigma que fundamenta y da forma a las diferentes prácticas socioculturales del siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX. Se trata de un modelo caracterizado por la búsqueda de unas señas de identidad colectivas que den forma y cohesión a la nueva clase obrera que el modelo productivo de la Revolución Industrial había generado. La búsqueda de una identidad obrera así como su promoción humana, social y económica convierten los programas de alfabetización, escuelas campesinas, tertulias, conferencias, misiones culturales y pedagógicas en prácticas liberadoras y de popularización de los valores y derechos humanos. Acciones que van a utilizar los casinos obreros, los patronatos, las casas del pueblo, las universidades y los ateneos populares como espacios privilegiados para este modelo de acción sociocultural.

En América Latina este paradigma de intervención se ha podido observar incluso en los últimos años del siglo XX a través de las prácticas de la educación liberadora, los círculos de cultura, las campañas de alfabetización o la Educación Popular.

2) **El paradigma de las identidades nacionales.** Es el paradigma que condiciona los modelos de intervención sociocultural durante gran parte del siglo XX. En Europa, tras las dos Guerras Mundiales, la necesidad de reconstruir social y económicamente los países desolados por la guerra, así como la necesidad de superar la frustración y la depresión moral colectiva que las contiendas habían generado, unido a la necesidad de dotar de

identidad a las nuevas naciones emergentes tras la reconstrucción del mapa europeo, fundamentan una intervención sociocultural basada en el desarrollo y la cohesión de las identidades nacionales y locales. Es a partir de la recuperación y dignificación de las señas identitarias, la cohesión de las culturas nacionales y la promoción y desarrollo de la cultura y las identidades locales que se estructura un tejido social que va a permitir el desarrollo y la recuperación socioeconómica así como caminar hacia el modelo de intervención propio de la denominada Sociedad del Bienestar.

Acciones y programas de democratización cultural, recuperación del patrimonio, desarrollo local y comunitario, gestión cultural, educación en el tiempo libre y promoción de adultos se van a desarrollar utilizando las casas de la cultura, los centros de juventud, los centros sociales y comunitarios, los centros de tiempo libre y los programas de vacaciones sociales como los espacios privilegiados para la intervención sociocultural.

En América Latina, los sucesivos procesos de independencia nacional, así como los procesos de defensa de las identidades y las culturas indígenas han generado acciones y dinámicas propias de este paradigma identitario, si bien no han consolidado un conjunto de programas y equipamientos similares a los de Europa, actuando desde las prácticas de la Educación Popular y la democratización cultural en espacios y equipamientos promovidos por las colectividades locales.

Ha sido en los últimos años del siglo XX y comienzos del siglo XXI cuando las nuevas dinámicas relacionales, provocadas por la deslocalización y la diversificación de los espacios para el trabajo, la vida familiar y la relación, que generan los nuevos medios de transporte y las tecnologías de la información y la comunicación, han dado lugar a una crisis de los modelos

analógicos de intervención sociocultural. Una crisis que afecta a las formas de relación, agrupamiento, asociación, militancia y uso de los equipamientos comunitarios, y que está relacionada directamente tanto con la nueva concepción del tiempo y el espacio como con vectores de organización social y, de alguna manera, con los postulados de la netmodernidad que ponen en entredicho las narrativas sociales y los principios universales que legitimaban los proyectos de intervención de las instituciones sociales en los paradigmas analógicos.

La animación sociocultural surgida de la cultura digital se estructura a partir de un nuevo paradigma identitario. Un paradigma que tiene en el ciberespacio su lugar privilegiado de actuación de unas **identidades virtuales** que utilizan la Red como lugar de conectividad, encuentro, relación y estructuración colaborativa. Construidas a partir de una deslocalización espacio-temporal como “*no lugares*” y a través de un “*no tiempo*”, este paradigma va a condicionar una narrativa hipertextual, unas representaciones de la realidad sociocultural, así como unos modelos de relación, comunicación, construcción de redes y comunidades sociales tal y como vamos a ir desarrollando en los siguientes capítulos del presente trabajo.

Surgen así nuevas acciones socioculturales y colectivas: quedadas, encuentros efímeros y campañas que utilizan el ciberespacio en sus dos dimensiones: como un espacio virtual que se comparte en la Red y como un espacio vivencial de encuentros efímeros y puntuales, como lugar privilegiado para la acción sociocultural. Este paradigma de la cultura digital condiciona una práctica de la animación sociocultural que hemos denominado ciberanimación.

La ciberanimación es la adaptación de las funciones y las estrategias de la animación sociocultural a las dinámicas

relacionales y comunitarias de análisis y representación de la realidad, configuración del tejido social y transformación social que se generan y estructuran en el ciberespacio como contexto para la conectividad, la interactividad y la acción colaborativa.

La ciberanimación, en cuanto práctica sociocultural, se estructura a partir de:

- La identidad y los derechos individuales y colectivos.
- La conectividad y la comunicación en red.
- Una concepción de la sociedad y la cultura digital.
- La cibercomunidad como estructura social.
- Una democracia real y una participación plena en el debate y la toma de decisión.
- Una sociedad justa, inclusiva y solidaria.
- El desarrollo social y económico sostenible.

A través de estas variables, sobre las que vamos a ir profundizando a lo largo del trabajo, la ciberanimación toma forma como práctica educativa que tiene como líneas estratégicas de actuación:

- La inclusión social.
- La superación de la brecha digital que divide a la población en inforricos e infopobres.
- La creación y consolidación de cibercomunidades solidarias y comprometidas con el desarrollo y el cambio social.
- La creación multimedia y la coautoría como fórmulas para la expresión y el desarrollo de las identidades individuales y colectivas.

- La gestión de proyectos solidarios y colaborativos de transformación social.
- La puesta en marcha de espacios y medios de comunicación local como derecho fundamental a la visibilidad social y la expresión individual y comunitaria.
- La estructuración de una nueva ciudadanía digital.

1

CIBERANIMACIÓN: PRINCIPIOS Y PARADIGMAS**1.1. La ciberanimación, una praxis pedagógica**

La ciberanimación es una praxis sociocultural de carácter pedagógico que tiene como objetivo la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos a través de la creación de redes y comunidades sociales de carácter solidario con la finalidad de asegurar la sostenibilidad de esas colectividades humanas. La ciberanimación genera y optimiza las dinámicas socioculturales que se hacen presentes tanto en los espacios virtuales interconectados en red como en los espacios vivenciales para generar proyectos cooperativos de estructuración de un tejido social solidario, participativo e intercultural que desarrollen modelos de organización social sostenibles e inclusivos.

La ciberanimación pone en contacto a los individuos y los colectivos sociales para generar dinámicas comunicativas interactivas que, a partir de identidades múltiples coincidentes, desarrollen nuevas identidades colectivas colaborativas capaces de estructurar modelos de organización social solidarios y sostenibles.

La ciberanimación es la acción de ciudadanos y colectivos sociales, más o menos institucionalizados, tendente a la creación de comunidades sociales solidarias, inclusivas y sostenibles,

mediante acciones puntuales y accidentales o a través de proyectos de acción sociocultural pactados y planificados por diferentes actores sociales.

La ciberanimación desarrolla una cultura y unas dinámicas de la participación y de la democracia que generan acciones colectivas de presencia y participación en el debate y la toma de decisión en el ámbito de las relaciones sociales y las dinámicas de poder y organización sociocultural.

La ciberanimación, en cuanto práctica socio-pedagógica, genera su acción a partir de la problematización de la realidad social. Son los problemas e inquietudes de la vida cotidiana los que son compartidos en red y objetivados a partir de la participación interactiva y la conexión de redes, generando nuevas acciones que, optimizando las potencialidades del ciberespacio, se proyectan sobre la vida cotidiana de los individuos y sus colectividades.

La sociedad digital o sociedad red ha universalizado una representación de la sociedad y de las comunidades humanas que se representa a sí misma como una sociedad interconectada, sobreinformada; una sociedad de la inmediatez en la que los factores espacio-temporales ya no son condicionantes restrictivos; una sociedad, sin tiempos ni lugares, estructurada sobre rasgos culturales de carácter individual y local que generan una cultura mestiza e intercultural en una nueva sociedad globalizada. Una sociedad condicionada por los poderes económicos y políticos, pero donde cada vez adquieren más fuerza las dinámicas individuales y la idea de una sociedad solidaria, colaborativa y en constante búsqueda de un equilibrio sostenible con su medio ambiente.

La sociedad red, como afirma Manuel Castells, ha generado una auténtica revolución digital, una revolución con un impacto social comparable a la aparición de la imprenta o a la Revolución Industrial. Una revolución digital basada en las tecnologías de la información y las telecomunicaciones. Esta revolución ha creado nuevas representaciones de la realidad y, en definitiva, una nueva cultura que ha transformado, como afirma el profesor Adell (2010):

- La industria de la producción y distribución de bienes culturales.
- Las representaciones mentales de la realidad social y cultural.
- Las formas de organización social, modificando las viejas estructuras, basadas en relaciones de jerarquía, en modelos organizativos basados en la Red y en los nodos como fórmula para la conexión de redes.
- Las estructuras de poder, ya que el poder ha pasado de las estructuras jerárquicas a los nodos en cuanto agentes capaces de favorecer o impedir la conexión de redes.
- La cultura de la participación, una cultura en el que la creación deja de ser un objeto de consumo para convertirse en un bien colectivo susceptible de ser intercambiado.

Son estos los vectores que hacen de la ciberanimación la versión de la animación sociocultural propia de la revolución digital.

Es así que la ciberanimación, en cuanto práctica digital de la animación sociocultural, se caracteriza por los elementos siguientes:

- La comunicación y la participación horizontal como alternativa a la intervención jerarquizada.

- Los proyectos colaborativos como alternativa a los proyectos de intervención planificados de arriba a abajo.
- La participación como consecuencia de la conectividad, la confluencia de identidades y las inquietudes comunes.
- La mediación como alternativa a la intervención del profesional por y para los ciudadanos.
- La prioridad de las ideas y propuestas (contenidos) sobre las actividades, recursos, soportes e incluso el software (continente).
- La convergencia mediática como fórmula de acceso a la información, a la comunicación y al análisis de la realidad social.
- La conexión de redes como fórmula de organización social y de participación en el debate y la toma de decisión.
- La ausencia de principios universales y, en consecuencia, una comunicación basada en las ideas, inquietudes, intereses e identidades individuales y colectivas.
- Una cultura de la individualidad y de la colectividad como confluencia de intereses y deseos de los individuos, de forma solidaria y colaborativa.

1.2. La ciberanimación, una realidad sociocultural

La ciberanimación, en cuanto dinámica social, es un proceso de carácter dinámico y aleatorio, mediante el cual los individuos y las colectividades interactúan para crear identidades culturales así como lazos de estructuración y cohesión del tejido social.

La ciberanimación se nos presenta como una dinámica sociocultural que aprovecha las potencialidades interactivas del ciberespacio para la creación de afinidades, identidades múltiples, autoría colectiva y lazos colaborativos de ciudadanía y creación del tejido social.

La ciberanimación toma como referencias el ciberespacio como contexto de interacción dinámica, la cibercultura como fórmula de interpretación de las identidades múltiples, la netnología, como método de observación y análisis de sus dinámicas en el espacio digital, así como la psicología y la educación social, como fórmulas para la interpretación de los procesos de identificación individual, cohesión social, creación de lazos y desarrollo de la individualidad y el imaginario colectivo.

Desde la perspectiva sociocultural la ciberanimación no se identifica con el consumo y procesamiento de información y productos culturales en el ciberespacio, tampoco con la práctica de procesos dirigidos de aculturación y creación de valores y actitudes promovidos por agentes e instituciones de carácter dogmático que aprovechan el ciberespacio para la transmisión e implementación de sus modelos de desarrollo social y cultural, sino que se identifica con prácticas participativas y colaborativas de creación de tejido social y redes de solidaridad comunitaria.

La ciberanimación supone la dinamización de procesos culturales identitarios compartidos en red y la puesta en marcha de proyectos colaborativos generados por una serie de agentes individuales y colectivos que se encuentran, interactúan y se estructuran en el ciberespacio siguiendo leyes y dinámicas aleatorias y casuales, así como aprovechando dinámicas e inquietudes sociales y culturales para ir creando lazos más sólidos de cohesión social. La ciberanimación genera, de esta forma, una serie de cibercolectivos y cibercomunidades que adquieren su propia identidad, encuentran su espacio sociocultural y participan así en el debate social creando redes y “micropoderes” que adquieren un peso específico propio dentro del contexto de las dinámicas del poder social, estructurando acciones y movimientos

sociales inteligentes que generan una idiosincrasia propia y se visualizan como cibercomunidades con una presencia y una acción específica tanto en el ciberespacio como en el contexto de las relaciones físicas y sociales cotidianas.

1.3. La ciberanimación, heredera de la animación sociocultural

La ciberanimación, como veíamos en la introducción de este texto, recoge la tradición de la animación sociocultural en cuanto práctica social que aprovecha las sinergias de la creación de identidades culturales, de la educación integral y permanente, y de los procesos de participación y estructuración del tejido social.

Durante gran parte del siglo XX la animación sociocultural se ha convertido en una práctica de educación no formal, cívica y participativa que, generada y dirigida por los movimientos educativos, religiosos y políticos o por los poderes del estado y las municipalidades, ha tenido como objetivo la democratización cultural, la educación ciudadana y la cohesión del tejido social.

La animación sociocultural ha ido creando progresivamente su propio sistema de intervención, un sistema que como afirma Besnard (1990) se estructura a través de unas instituciones culturales (municipalidades, iglesias, movimientos educativos, asociaciones culturales, vecinales y juveniles), unas prácticas sociales, unos equipamientos propios (casas de cultura, juventud, centros cívicos y equipamientos culturales especializados), unas actividades características de tipo cultural, social, educativo, formativo o de tiempo libre, y finalmente unos agentes (animadoras y animadores, gestores, monitores y voluntarios).

Un sistema de animación que ha ido institucionalizándose progresivamente e implantándose a través de servicios, programas o equipamientos que intervienen en los diversos territorios o comunidades humanas bajo las denominaciones de animación sociocultural, educación popular o desarrollo comunitario.

Pero en todo caso, la animación sociocultural es fruto de la modernidad y la cultura analógica. Como fruto de la modernidad, la animación sociocultural se genera a partir de la iniciativa de unas instituciones públicas y privadas que tienen como finalidad transmitir a la ciudadanía su modelo de valores, estilos de vida y organización social, bien sean los de la democracia participativa y la educación ciudadana, o los dogmas y principios identitarios de la institución política o religiosa a la que representan. Como producto de la cultura analógica la animación sociocultural se estructura desde modelos comunicativos funcionalistas de carácter unidireccional que dan forma a una comunicación bancaria, basada en el lenguaje verbal y escrito con el apoyo de los lenguajes audiovisuales.

Esta doble característica configura la animación sociocultural como una práctica social dirigista y dogmática concebida a partir de los grandes relatos de interpretación social que fundamentan la modernidad: la religión, la política y los derechos humanos.

No obstante estos condicionantes desde los que se estructura la animación sociocultural, propios de la época y de la modernidad como representación social, la animación pone en funcionamiento una serie de dinámicas sociales y culturales que se han convertido en el legado más valioso que la ciberanimación ha heredado de la animación sociocultural. Estas dinámicas se concretan en:

1. Dinámicas identitarias. Que se concretan en trabajar a partir de las identidades individuales y locales para tratar de afianzarlas, reforzarlas y crear dinámicas de cohesión social basadas en la profundización de estas identidades.

2. Dinámicas de participación social. Tendentes a la creación de tejido y estructuras sociales basadas en la participación y la democracia directa, la utilización de técnicas grupales de carácter cooperativo, la conexión entre redes blandas, de carácter local y ciudadano, con las redes duras, de carácter institucional (Rossel, Hainard, Bassand: 1990), así como la participación ciudadana en las dinámicas de estructuración social y toma de decisión.

3. Dinámicas de comunicación. Que toman forma con la creación de estructuras comunicativas interactivas, basadas en una comunicación multidireccional de carácter horizontal, que tienen como objetivo a su vez la creación de un discurso comunitario y cooperativo, basado en los principios de la coautoría.

Todas estas dinámicas contribuyen a dar forma a la animación sociocultural como una práctica educativa entendida como un proceso global y globalizado, tal y como lo concibe la ecoeducación y la educación permanente, tendente a la creación de un tejido social solidario y colaborativo fundamentado en los principios de la participación, la identidad y la cohesión social.

Siendo una práctica de carácter educativo, la animación tiene un carácter colectivo que se concreta en la creación y cohesión del tejido social y el desarrollo comunitario. En este sentido Soler (2005: 29) señala este carácter comunitario cuando afirma: *“Hemos pasado de una consideración paternalista y asistencialista del trabajo socioeducativo, centrada fundamentalmente en el problema o el sujeto en cuestión, a una*

visión mucho más integral que tiene en cuenta todo el sujeto, el grupo o la comunidad y el entorno en que vive y ha de desarrollarse. Así, mientras que el discurso asistencialista se centraba en la atención a una parte del individuo o el sujeto aislado (concepción fragmentaria), en el discurso comunitario se apuesta mucho más por un tratamiento global de la persona y se valora su contexto sociocultural como un factor identitario y estimulador para el cambio y la evolución (concepción holística y ambientalista)”.

Con el texto de este autor podemos resumir el carácter educativo, holístico, ambientalista y comunitario que tiene la animación sociocultural como instrumento de cohesión y desarrollo de las comunidades.

La ciberanimación, en cuanto heredera y proyección de las dinámicas de la animación sociocultural en el ciberespacio, se constituye igualmente como una práctica social de carácter educativo tendente a la creación y consolidación de redes de cooperación y estructuración del tejido social, redes interactivas que actúan desde las dinámicas socioculturales representadas en el ciberespacio, contribuyendo de esta manera a la estructuración de cibercomunidades que se hacen presentes en el entramado social participando en el debate y las estructuras de poder, dando forma a redes de cooperación, consolidación y desarrollo de las sociedades humanas.

La ciberanimación está condicionada por las dinámicas identitarias de la cibercultura, contribuye a la creación y desarrollo de las cibercomunidades y, en la medida que se hace presente en las dinámicas del debate social, tiene su impacto en este debate a través de la creación de dinámicas de poder social y

estructuración de colectivos y movimientos sociales de carácter inteligente, tal y como desarrollaremos en el siguiente capítulo.

Así, la ciberanimación se hace eco de las dinámicas socioculturales presentes en el ciberespacio como proyección y representación de las fuerzas y estrategias que configuran el tejido social. Dinámicas identitarias, comunicativas, de participación, de cohesión social, de configuración de poderes y contrapoderes, de impacto y desarrollo social son dinámicas a tener en cuenta a la hora de comprender las fuerzas constituyentes de los procesos de la ciberanimación.

Desde la perspectiva de las **dinámicas identitarias**, la ciberanimación se genera en la encrucijada de las dinámicas identitarias individuales, locales y las identidades uniformizadoras de carácter globalizador. Es el equilibrio de las identidades locales con las globales, lo que algunos autores denominan como identidades “glocales”, en el que la ciberanimación participa del proceso de consolidación y desarrollo de unas identidades mestizas de carácter múltiple, fundamentadas en identidades individuales y locales pero construidas a partir de la diversidad, la confluencia, la coincidencia de representaciones sociales y la interculturalidad.

Desde el análisis de las **dinámicas comunicativas**, la ciberanimación se fundamenta en el encuentro de identidades en el ciberespacio, la confluencia de intereses, el intercambio de inquietudes y representaciones sociales y la interactividad. Unos procesos que se estructuran desde redes de comunicación horizontales, bidireccionales y descentralizadas, según el modelo EMEREC, emisor-receptor-emisor (Cloutier, 1975), una comunicación no jerarquizada que tiene como objetivo el encuentro, el intercambio y la autoría colaborativa.

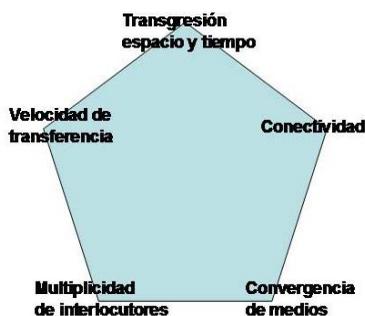
Desde la óptica de las **dinámicas de la participación**, la ciberanimación se enmarca en unas dinámicas participativas no institucionalizadas, basadas en el interés individual y la iniciativa de los propios internautas. Una participación libre, espontánea, no jerarquizada, que da lugar a un modelo cooperativo de participación en las cibercomunidades y en las dinámicas de estructuración de los colectivos sociales. La ciberparticipación se define desde el paradigma de la participación plena, libre y liberada de los condicionamientos institucionales de las estructuras sociopolíticas y asociativas, aunque condicionada por las leyes y la arquitectura del ciberespacio. La ciberparticipación fundamenta nuevas dinámicas de poder, de desarrollo comunitario, de creación de tejido social y, en definitiva, de ciberdemocracia.

Desde la perspectiva de las **dinámicas de la cohesión social**, la ciberanimación se encuentra en la órbita de las dinámicas basadas en la estructuración de cibercomunidades desterritorializadas, asincrónicas, construidas a través del encuentro virtual de intereses, inquietudes e identidades de los distintos colectivos de usuarios de la Red. Del paradigma de la cohesión social fundamentada en la historia, el territorio y las identidades locales y nacionales que se estructuran a partir de narrativas y valores que configuran unas representaciones sociales uniformizadoras, hemos pasado a un paradigma de la cohesión basado en el encuentro, la interactividad, la solidaridad, la cooperación desde la diversidad y la multiplicidad de representaciones sociales cohesionadas a partir de los principios de tolerancia, intercambio y sostenibilidad.

Cremades (2007) afirma que en el ciberespacio se configuran una serie de micropoderes capaces de participar en el

debate social, adquiriendo una influencia significativa en los procesos de toma de decisión. Ante las dinámicas de estructuración de poderes sociales basadas en las narrativas de carácter dogmático y en la acumulación de capitales en las estructuras económicas y en el estado, el ciberespacio posibilita el desarrollo de nuevas dinámicas de poder y contrapoder basadas en la acumulación de individualidades en la red, la suma de voluntades, la acción solidaria y el impacto sobre las cibercomunidades y, a partir de ella, sobre las dinámicas de configuración de poder y toma de decisión en las distintas estructuras sociales.

Desde la perspectiva de las **dinámicas del impacto** generado por la ciberanimación en los colectivos sociales y las cibercomunidades hemos de tener en cuenta factores tales como:



Cuadro n° 1: Factores que condicionan el impacto de la ciberanimación

a) La capacidad de transgresión de las variables tiempo y espacio, estableciendo nuevos tiempos, nuevas relaciones de

sincronía y diacronía, y sobre todo nuevos espacios virtuales globalizados, no dependientes de factores físicos, territoriales o de proximidad, facilitando así la creación de cibercomunidades virtuales de concepción y acción global.

b) La velocidad de transmisión de datos, facilitada por las tecnologías digitales, que permite la instantaneidad en la generación, interacción y toma de postura ante cuestiones globalizadas de interés general o local.

c) La conectividad, como la capacidad de establecer el enlace, intercambiar información y establecer redes de cooperación en tiempo real y de usuario a usuario, ciudadano a ciudadano, colectivo a colectivo, sin necesidad de centros emisores o distribuidores de la comunicación.

d) La multiplicidad de interlocutores, facilitadas por la estructura descentralizada de la Red, que permite la interacción y la creación de redes de interactividad y cooperación entre interlocutores múltiples desfocalizados territorialmente pero con una gran capacidad de interactuar, crear identidades y actuar de forma cooperativa. Ésta es la base de la génesis y estructuración de las cibercomunidades en cuanto comunidades de acción cooperativa virtuales estructuradas a través de la Red.

e) La convergencia de medios como capacidad de integrar en un mismo terminal funciones comunicativas, participativas e identitarias como el intercambio de mensajes, la descodificación de documentos y archivos multimedia, la recepción de noticias, el registro de imágenes, la comunicación punto a punto o el localizador GPS.

Finalmente, desde la óptica de las **dinámicas del desarrollo social**, la ciberanimación pone en cuestión los modelos

clásicos de desarrollo comunitario basados en la intervención sociocultural sobre un territorio común a partir del cual se estructuran las comunidades de convivencia e interacción. La ciberanimación, no sólo cuestiona estos modelos clásicos, sino que apunta a un modelo de desarrollo basado en el encuentro de las individualidades, la interactividad y una cultura multidimensional, un modelo de desarrollo equilibrado fundamentado en la sostenibilidad, la comunicación intercultural, la tolerancia, la colaboración, la inclusión social y el respeto a las individualidades, así como a las dinámicas propias y los ritmos de cada cibercomunidad y comunidad local.

1.4. La ciberanimación, su campo teórico

La ciberanimación, en cuanto práctica social y educativa, posee un campo teórico que comparte con otras ciencias sociales y educativas.

Este campo teórico está delimitado en primer lugar por la netmodernidad caracterizada por la cultura digital, la ausencia de grandes relatos para la interpretación de la realidad, la conectividad, la autoría y las narrativas digitales, hipertextuales y convergentes. En segundo lugar por la teoría del caos y la complejidad social, que es la que nos permite interpretar las dinámicas socioculturales propias de la ciberanimación. Junto a estos dos grandes ejes de interpretación se configuran las identidades individuales y colectivas como instrumento para la generación de la autoestima, el equilibrio emocional, la representación colectiva y la cohesión social, así como la interactividad como herramienta para la comunicación, la autoría colectiva, la cooperación y la estructuración de las comunidades.

La combinación de estos cuatro factores básicos configura el campo teórico de la ciberanimación. Factores que vamos a presentar y desarrollar a continuación, y que quedan representados en el siguiente cuadro:

LA NETMODERNIDAD	LA TEORÍA DEL CAOS
LAS IDENTIDADES MÚLTIPLES	LA INTERACTIVIDAD

Cuadro nº 2. Factores que configuran el campo teórico de la ciberanimación

Veamos detenidamente como se configura cada uno de estos factores o elementos básicos de la ciberanimación:

1.4.1. La netmodernidad y las narrativas socioculturales

Los fines de la educación han estado marcados históricamente por los grandes relatos con los que la Humanidad se ha dotado a sí misma, tanto para interpretar su propio destino como para dar respuesta a los grandes interrogantes que encierra su propia existencia sobre el planeta.

Estos grandes relatos han cumplido no sólo la función de dar sentido a la existencia humana sino también de marcar el sentido de la búsqueda de la perfección, las relaciones entre hombres y mujeres, las fórmulas para la construcción de las redes de la vida comunitaria, así como la relación de hombres y mujeres con su entorno natural más inmediato.

Los grandes relatos han contribuido igualmente a crear una ética colectiva así como un marco identitario que ha permitido la cohesión y la estructuración de las comunidades locales.

Los grandes relatos han marcado tanto la concepción global como los fines y objetivos de la educación de mujeres y hombres a través de la historia, definiendo conceptos, fórmulas, instituciones y prácticas educativas de desarrollo individual y estructuración de las relaciones y redes comunitarias.

Pero con la posmodernidad, como afirma Lyotard (1992), los grandes relatos que hasta ahora habían dado sentido a la existencia, a la naturaleza, a la construcción social y a la emancipación humana, pierden su sentido, su valor y su función de interpretación y organización de la vida sociocultural. La posmodernidad se caracteriza, entre otras realidades, por la pérdida de credibilidad de estos grandes relatos dando lugar a un mundo de individualidades compartidas donde los relatos son fruto de la reinterpretación individual, el mestizaje y la multiculturalidad. Según afirma el propio Lyotard: “*Se han hundido los meta-relatos como fuente de legitimación*”.

La educación de las sociedades modernas, fundamentada a partir de las identidades socioculturales, la cultura nacional, el paradigma científico y los meta-relatos que dan sentido a la vida de hombres y mujeres y a los mecanismos de estructuración social, se encuentra, en la sociedad netmoderna, ante un gran reto que le obliga a dar una respuesta adaptativa a los nuevos paradigmas socioculturales que la sociedad de la comunicación, la globalización y las tecnologías le está planteando.

Ortín (2007) señala cómo *“toda narrativa está íntimamente relacionada con sistemas inconscientes de ordenamiento del mundo, con las rutas preconscientes que utilizamos para conocer y situarnos en la realidad.”*

Es evidente la importancia que tienen los relatos, no sólo como estructuración de objetivos y finalidades educativas sino desde el punto de vista de la percepción de la realidad, la comunicación, la ideación y la creatividad.

Tradicionalmente, y durante siglos, ha sido la narrativa oral la que ha asegurado la socialización. Los relatos orales transmitidos de padres a hijos, las cantigas y relatos de ciego, los cuentos de los abuelos alrededor del fuego o la utilización que, de los cuentos y leyendas tradicionales, han realizado maestros y educadores socioculturales en su práctica cotidiana, son elementos fundamentales en la comprensión de la realidad, la representación del entorno, la creación de referencias compartidas, la génesis de un sistema de valores de referencia, la aculturación y la socialización.

Una narrativa oral que ha mantenido a través de los siglos como características fundamentales:

- la transmisión vertical: padres-hijos, mayores-jóvenes, maestros-alumnos...
- la transmisión en un contexto vivencial cercano: hogar familiar, el mercado, la escuela, el teatro o la parroquia entre otros.
- la utilización de la comunicación interpersonal y el contacto físico para la transmisión y la legitimación del relato.
- la utilización de un ritmo pausado, cadencial, marcado por la propia idiosincrasia y la personalidad del narrador y las características del grupo receptor.

- el hecho de basarse en los mitos clásicos: religioso-humanistas de interpretación del mundo y en los valores y roles más tradicionales y conservadores.

- la utilización de una estructura clásica basada en la trilogía “principio/planteamiento, nudo y desenlace” que marca una lógica en los ritmos vitales. Ortín (2007) afirma que “...*la pauta narrativa de principio, desarrollo y final puede corresponderse con los ritmos cíclicos que experimentamos*” (...) “...*podemos afirmar que la vida es un ritmo, un conjunto de pulsos que la mantienen constante.*”

Este tipo de narrativa oral, y evidentemente la escrita que mantiene las mismas características, tiene una serie de determinantes que condicionan la práctica educativa. Algunas de estas características son las siguientes:

- a) Favorece la comunicación interpersonal y el contacto directo entre educadores y educandos.
- b) Favorece el desarrollo de los bioritmos de cada uno de los participantes en los procesos educativos, al estructurarse sobre un ritmo natural, controlable por los miembros de las distintas dinámicas grupales que se generan.
- c) Permite una descodificación del discurso narrativo al favorecer los procesos de análisis y recreación crítica.
- d) Permite múltiples interpretaciones y recreaciones individuales a partir de una narración común que favorece la creatividad.

Por su parte, tal y como defiende Osuna (2009), los paradigmas de la posmodernidad en la sociedad de la conectividad digital han dado origen al concepto de netmodernidad como paradigma de representación de la sociedad digital en red, una

representación social que se caracteriza por el cambio en las formas y los roles comunicacionales y que condiciona las narrativas socioculturales. Osuna (2009) lo explica de esta manera: *“En la actualidad, la comunicación se convierte en digital con el uso de los medios informáticos, donde no sólo cambia la forma de comunicación mediada por las tecnologías de forma asincrónica o sincrónica, sino los roles en el proceso comunicativo, la forma de adquisición del conocimiento y el proceso intelectual seguido.”*

En pocos años, tanto Internet como las aplicaciones informáticas multimedia han dado origen a una nueva narrativa de carácter digital que se une al universo narrativo que comparten las diferentes colectividades, añadiendo nuevas características, tanto al proceso narrativo como a los mecanismos de análisis e interpretación de la realidad.

Entre otras, desde el punto de vista de la educación sociocultural, la narrativa digital ofrece las siguientes peculiaridades:

- a) Se trata de una narrativa marcada por la navegación a través del hipertexto. Una narrativa hipertextual que, si bien no ha conseguido desembarazarse de una forma definitiva de la estructura planteamiento-nudo-desenlace, ofrece al lector-usuario múltiples posibilidades de lecturas en paralelo, simultáneas o ramificadas en lo que se refiere a tiempos y espacios.
- b) Se presenta desde una estructura comunicativa hipermediada de manera que el receptor, en numerosas ocasiones, se ve imposibilitado para identificar al sujeto emisor. Se crea de esta manera un rol de receptor mágico impersonal.

- c) Se encuentra dimensionada en los “no lugares” y los “no espacios” que posibilita la Red. Lugares y espacios virtuales que dificultan la identificación espacio-temporal a la vez que crea unas nuevas identidades en función de vínculos, intereses y afinidades.
- d) Por último estructura una convergencia de medios (Jenkins, 2008) que integra en un mismo relato hipertextual palabras, imágenes fijas, sonidos e imágenes en movimiento, produciendo una unidad narrativa integrada que va más allá y supera las posibilidades comunicativas que cada uno de esos lenguajes tiene por separado, produciendo, como estructura comunicativa, una superación de lo que supondría la simple yuxtaposición de lenguajes.

La ciberanimación se estructura pues sobre unas narrativas socioculturales múltiples, glociales, no absolutas, basadas en un proceso de digitalización que crea un texto hipertextual que se desarrolla a partir de la convergencia de medios, lenguajes, pantallas y terminales.

1.4.2. La teoría del caos y la complejidad social

Estas narrativas hipertextuales, múltiples, glociales e interculturales se generan y se proyectan sobre el debate social de una manera aleatoria y casual. La sociedad se convierte en un gran debate humano compuesto por una multiplicidad de discursos y narrativas que interactúan y conviven de forma aleatoria sin responder a normas ni principios universales de génesis e interpretación. Así encontramos en la teoría del caos y la complejidad social el segundo de los elementos constitutivos del campus teórico de la ciberanimación.

Cazau (1995)¹ dice que “*La teoría de las estructuras disipativas, conocida también como teoría del caos, tiene como principal representante al químico belga Ilya Prigogine y plantea que el mundo no sigue estrictamente el modelo del reloj, previsible y determinado, sino que tiene aspectos caóticos.*”

La teoría del caos deslegitima el método científico, pues, aunque según este último hay fenómenos que se repiten de forma constante, esta repetición no seguiría una regla fija y universal, sino que funcionaría a partir de aspectos circunstanciales, accidentales y casuales.

Esta ausencia de leyes y sistemas universales de interpretación de la realidad social configura una sociedad compleja, multidimensional y objeto de múltiples y contradictorias representaciones individuales y colectivas.

El caos “*reconoce la conexión del todo con todo*”. “*El caos es la interrupción de la posibilidad de predecir, evidenciada en configuraciones complejas que inicialmente desafían el orden.*” (Siemens, en Aparici 2010: 82)

Desde la perspectiva de las Ciencias Sociales esta teoría nos explica que no hay reglas o máximas universales para interpretar la conducta humana y los mecanismos de cohesión, estructuración y desestructuración de los colectivos sociales. Son dinámicas interactivas entre los individuos y entre éstos y las comunidades humanas las que, siguiendo flujos casuales, desorganizados y efímeros, van creando representaciones sociales y dinámicas socioculturales irrepetibles en tiempo y lugar, pero de las que, a partir de la observación netnográfica, podemos sacar

¹Cazau, Pablo (1995): *La teoría del caos*.

http://galeon.com/pcazau/artfis_caos.htm (06/03/11)

conclusiones y vivencias personales con las que afrontar nuevas dinámicas y experiencias de carácter único.

Cazau (1995) añade: *“Los procesos de la realidad dependen de un enorme conjunto de circunstancias inciertas que determinan por ejemplo que cualquier pequeña variación en un punto del planeta genere en los próximos días o semanas un efecto considerable en el otro extremo de la tierra. La idea de caos en la Psicología y en el Lenguaje”*.

Esta teoría nos lleva directamente a abandonar el método científico a la hora de acercarnos a las dinámicas de la ciberanimación y aferrarnos a la netnografía como fórmula para la observación y análisis de la praxis cibercultural.

En este sentido Jenkins (2009: 43) al hablar de la netnografía nos dice: *“En mi opinión, el valor de la netnografía no reside en última instancia en que nos permite hablar de lo real, sino en que introduce nociones de diálogo y rendición de cuentas”*.

Es por ello que, desde la teoría del caos y la complejidad social, planteada como uno de los pilares sobre los que se articula el marco teórico de la ciberanimación, no nos va ser posible concluir leyes o reglas para interpretar la realidad cibercultural, sino que nos va a poner en situaciones dialógicas de análisis crítico, tal y como en su día apuntaba Freire, con las que observar y sacar conclusiones de las múltiples dinámicas, de carácter incierto, casual y caótico, que configuran las dinámicas de la ciberanimación.

Igualmente Morin (2000) con su teoría sobre el pensamiento complejo nos aporta cómo es el propio pensamiento humano el que está sujeto a múltiples variables, perspectivas e interpretaciones. Es la complejidad del pensamiento humano,

sujeto a factores tanto biológicos como culturales y sociales, la que contribuye a entender la diversidad, la multidimensionalidad y la aleatoriedad de los mecanismos de creación de las representaciones sociales, la creación del conocimiento y en consecuencia de la evolución de las dinámicas socioculturales.

1.4.3. Las identidades individuales y colectivas

La identidad es un elemento de adhesión y consolidación social que supone la aparición o desarrollo del sentido de pertenencia. La identidad está directamente relacionada con el sentido de pertenencia a un lugar, a una historia y a una cultura.

En el ciberespacio, no obstante, la identidad está ligada al espacio virtual de los “no lugares” y, en este sentido, la identidad surge de adhesiones compartidas en la Red, de intereses e inquietudes convergentes. La identidad en el ciberespacio es una identidad fundamentada en las individualidades que se van encontrando en la Red a través de dinámicas de sintonía, empatía y representación compartida de la realidad.

Las identidades individuales están fundamentadas en factores tales como las representaciones personales de la realidad, la autoestima o los valores y creencias individuales, mientras que las identidades colectivas se estructuran en la Red a partir de la coincidencia y convergencia progresiva de las diferentes identidades individuales.

Por otra parte, en una sociedad mundializada, en la que se ha globalizado no sólo los mercados sino también la mano de obra, creando una multiplicidad de intercambios y migraciones, la cultura, y por tanto las identidades, adquieren una forma multidimensional. Es el mestizaje cultural del que nos habla

Gimeno Sacristán (2002). Este mestizaje cultural da lugar a nuevas identidades culturales en las que los factores territoriales e históricos pierden peso específico en favor de nuevas identidades híbridas multidimensionales. El ciberespacio refuerza todavía más este carácter multidimensional de las identidades dando lugar a identidades en ocasiones coyunturales y efímeras y en ocasiones, fruto de dinámicas ciberculturales, de carácter más sólido, pero siempre generadas a partir de las identidades individuales compartidas en la Red.

Jenkins (2009: 187) nos explica cómo la nueva cultura mediática globalizada no crea ni se basa en la uniformidad y la creación de representaciones e identidades únicas, sino que se genera a partir de la diversidad, las identidades individuales y locales para construir identidades múltiples compartidas. En este sentido, afirma Jenkins:

“La cultura mundial está marcada por una organización de la diversidad más que por una reproducción de la uniformidad”.

Desde estos planteamientos las identidades se nos presentan como un elemento generador e imprescindible de las dinámicas de la animación cibercultural convirtiéndose en uno de los elementos clave que configuran el marco teórico de la ciberanimación.

1.4.4. La comunicación interactiva y la sociedad en red

Silva (2005: 113) al hablar de interactividad nos dice que el concepto *“...comporta la predisposición a un plus comunicacional que iría más allá de la comunicación, así como un plus interactivo que iría más allá de la interacción”.*

La interactividad se basa en un modelo comunicacional horizontal, multidireccional, no dogmático que respeta las individualidades, la intimidad y la libertad de expresión. Pero, como apunta Silva, ello no es suficiente. La interactividad supone un plus comunicacional, es un paso más en la comunicación humana. Ese plus comunicacional está íntimamente relacionado con la empatía, el respeto, la valoración de la personalidad y la experiencia del otro, la autoestima individual y colectiva, las dinámicas colaborativas, la dialecticidad como fórmula dialógica de análisis crítico de la realidad y de toma de conciencia solidaria, y la coautoría como fórmula compartida para hacerse visible y para asumir la palabra.

Silva (2005), siguiendo a Machado (1997), señala como ejes de la interactividad:

- a) La participación-intervención.
- b) La bidireccionalidad-hibridación.
- c) La potencialidad-permutabilidad.

Estos tres ejes definen la interactividad como nuevo modelo comunicativo, potenciado por las tecnologías digitales, basado en una intervención/acción participativa por parte de los individuos, como un proceso bidireccional que va mucho más allá del intercambio comunicacional llegando a la hibridación como experiencia de compartir intereses, inquietudes e identidades, donde se permutan constantemente los roles comunicativos en una experiencia vivencial de autoría colaborativa.

La interactividad es un proceso dialógico potenciado por la sociedad en red (Castells, 2001), que optimiza así las posibilidades comunicativas y en concreto ese plus

comunicacional del que nos habla Silva, así como las posibilidades colaborativas para la creación y la consolidación de cibercomunidades, constituyéndose así como uno de los elementos que configuran el marco teórico de la ciberanimación.

1.5. Cultura analógica y cultura digital

La ciberanimación que se configura desde el campo teórico que hemos analizado cobra sentido y se desarrolla en el ciberespacio a través de la cultura digital. Una cultura digital que se genera a partir de las representaciones sociales de la Sociedad Red y que se concreta a través de las relaciones sociales, las identidades y la producción cultural.

El producto cultural como creación social se nos presenta desde una doble perspectiva. La primera la constituye la percepción material funcionalista de la cultura analógica que lo presenta como obra de arte, evento cultural, contenedor o proyecto de intervención que comparte una lectura identitaria y significativa que le da sentido en el seno de la vida cotidiana de las comunidades territoriales de referencia.

Desde la perspectiva de la cultura digital, el producto cultural pierde esa dimensión material que le proporcionaba el soporte, necesario e imprescindible: lienzo, libro, disco o película, para dar paso a un nuevo soporte digital, totalmente inmaterial que navega por la Red en forma de bits facilitados por impulsos eléctricos. En la cultura digital el producto pierde su función predominante para dar paso a la creación y la comunicación como factor determinante de las dinámicas socioculturales.

En la cultura analógica las dinámicas de animación/gestión habían puesto el acento en convertir la creación cultural en un

producto material, haciendo énfasis en los procesos de producción, distribución, difusión y marketing, y proponiendo la democratización cultural como fórmula para el acceso de los ciudadanos a un producto que, necesitado de una inversión de capital que asegurara su producción y distribución, estaba sometido a las dinámicas propias del mercado. La cultura analógica es fundamentalmente una cultura del producto y en consecuencia una cultura del trueque y del acceso mediado por el consumo, los contenedores y los soportes que materializan la creación.

Por contra, en la cultura digital, las dinámicas de animación/gestión ponen el acento en la creación cultural, en la capacidad de los creadores de acceso a la Red, la conectividad como fórmula para la gestión de la información, el contacto y la interacción, en el intercambio, la interactividad y la creación colectiva mediante procesos colaborativos facilitados por la conectividad y la estructura comunicativa que permiten las redes sociales que se estructuran a partir de la Red de redes. La cultura digital es fundamentalmente una cultura de la creación, del intercambio y de la comunicación.

Mientras que la cultura analógica es una cultura centrada en el consumo donde tienen un papel clave los procesos de marketing, capitalización y gestión, la cultura digital es fundamentalmente una cultura centrada en la participación, la cooperación y el intercambio. En ella adquieren un papel clave los procesos de la conectividad, la narrativa hipertextual, la interactividad y los constructos colaborativos, así como la autoría y la creación colectiva.

En la cultura digital, la cultura deja progresivamente de ser un bien de consumo susceptible de las dinámicas de mercado para

devenir un constructo colectivo, fruto del encuentro de las inquietudes, intereses e identidades individuales que, a través de un proceso dialógico de autoría colaborativa, crean representaciones, identidades y constructos culturales multimedia que adquieren significación en la medida que responden a las expectativas, demandas e inquietudes de los individuos y las cibercomunidades de referencia.

En la cultura digital las cibercomunidades optimizan en la Red las dinámicas creativas e identitarias de las diferentes comunidades humanas que se estructuran desde puntos de encuentro y conectividad que poseen una doble dimensión, la dimensión virtual (inmaterial, global) y la dimensión física (material y local).

En la sociedad digital la cultura se nos presenta como un constructo colectivo, constructo intercultural que incluye las distintas identidades individuales, así como las representaciones colectivas que la interacción de estas individualidades es capaz de generar, y que se desarrolla a través de dinámicas participativas, de intercambio solidario, de cooperación y de interactividad.

En la cultura digital el protagonismo lo tienen los ciudadanos que se convierten en actores de las diferentes dinámicas identitarias, creativas y comunicativas que interactúan en el universo comunitario. En el contexto de la cibercultura los diferentes actores se definen como agentes mediadores, facilitadores del encuentro y de la comunicación, actores que colaboran, de forma participativa, en la optimización de las dinámicas creativas, comunicativas y de la construcción de las identidades colectivas de la comunidad.

Si bien desde la perspectiva de la actividad económica tienen todavía sentido los procesos de producción y distribución

de bienes culturales de carácter material, desde la perspectiva de las dinámicas del desarrollo cultural y la consolidación de identidades comunitarias son los procesos creativos, colaborativos y interactivos los que dan sentido a las dinámicas socioculturales de las comunidades glocales en el ciberespacio.

1.6. La animación sociocultural, precedente analógico de la ciberanimación

La animación sociocultural en cuanto práctica social tiene una trayectoria contrastada en la cultura analógica y la modernidad. Fruto de la representación que de la ciudadanía hace la Ilustración se estructura como una praxis comunitaria de participación social y creación de identidades colectivas. Fruto también del liberalismo decimonónico y de los ideales de la Escuela Nueva la animación sociocultural se ha desarrollado en cuanto práctica analógica a través de los que hemos denominado paradigmas de las identidades obreras y de las identidades nacionales.

Con la generalización de Internet y las redes sociales, y con la universalización de las representaciones propias de la sociedad digital, surge y se desarrolla la ciberanimación como la praxis propia del paradigma de las identidades comunitarias en el ciberespacio.

De esta manera la ciberanimación se nos presenta como la evolución natural de la animación sociocultural como consecuencia y en coherencia con las nuevas representaciones sociales propias de la netmodernidad y la sociedad digitalizada.

Es por ello que encontramos en la animación sociocultural el precedente analógico de la ciberanimación concebida como la práctica digital de la animación en cuanto fórmula y dinámicas

necesarias en los procesos de creación de estructuras y redes de construcción y consolidación de comunidades sociales en el ciberespacio.

1.6.1. De los paradigmas analógicos de la animación sociocultural

La animación sociocultural se estructura como una acción educativa no formal, de carácter intencional y sistémico, que tiene como objeto el desarrollo de los individuos y las colectividades con el fin de estructurar redes de convivencia, cooperación y desarrollo comunitario.

Basada en los principios de la Ilustración y la netmodernidad, la animación se ha ido configurando a través de dos modelos de intervención que denominaremos paradigmas analógicos de la intervención sociocultural. Estos paradigmas ya presentados en el capítulo uno y que ahora vamos a desarrollar son:

1) **El paradigma de las identidades obreras.** Es el que fundamenta y da forma a las diferentes prácticas socioculturales del siglo XIX y primeras décadas del siglo XX. Se trata de un modelo caracterizado por la búsqueda por parte de la clase obrera industrial de una identidad colectiva que la identifique como clase social y le posibilite vías de liberación y promoción social a través de la cultura, la alfabetización y el desarrollo de los valores de la ciudadanía.

Como instituciones y movimientos sociales propios de este paradigma podemos encontrar los patronatos obreros, las casas del pueblo, los casinos libertarios o las universidades populares, así como algunas acciones e iniciativas tomadas por la Institución

Libre de Enseñanza en España o el movimiento de la Escuela Nueva en Europa y América.

2) **El paradigma de las identidades nacionales.** Es el que condiciona la intervención sociocultural durante gran parte del siglo XX. Tras las dos Guerras Mundiales, la necesidad de construir las identidades de las nuevas naciones emergentes, la urgencia de la reconstrucción de la sociedad europea de la posguerra, fundamentan una intervención sociocultural basada en el desarrollo de las identidades locales y nacionales y, a partir de ellas, la estructuración de un tejido social que permita el desarrollo de la Sociedad del Bienestar.

Como instituciones y movimientos sociales propios de este paradigma podemos encontrar, los tres primeros en Francia, el CEMEA (de tendencia comunista), Leo Lagrange (de tendencia socialista) y Peuple et Culture, de gran influencia en Europa y América Latina; los diferentes movimientos de la Educación Popular (la Escuela Nueva y el movimiento de la Escuela Cooperativa) o los movimientos por la Educación Popular que siguen los principios pedagógicos de Paulo Freire en América Latina y Europa.

En España, debido a los años de la dictadura franquista, el protagonismo de la intervención sociocultural lo van a tener los movimientos educativos nacionalistas catalanes y vascos: Esplai, catalán, y Edex, en Euskadi.

1.6.2. El paradigma digital de la ciberanimación

El proceso de transición de la Sociedad de la Información a la Sociedad del Conocimiento, en las últimas décadas del siglo XX y comienzos del XXI, va a provocar una profunda crisis en todos los

sectores sociales. La animación sociocultural no va a ser ajena a esta nueva realidad. La Sociedad del Conocimiento provoca una profunda crisis en el campo de la animación y configura un nuevo paradigma acorde a este nuevo contexto caracterizado por la cibercultura y la Sociedad Red.

Este nuevo paradigma va a estar caracterizado por las **identidades múltiples en el ciberespacio**, construidas a partir de las concepciones del “no lugar” y el “no tiempo”, unas nuevas coordenadas espacio-temporales que van a condicionar una nueva narrativa, unas nuevas imágenes referenciales para la interpretación de la realidad, un nuevo modelo de comunicación y un nuevo modelo de construcción de redes y comunidades sociales.

Este nuevo paradigma, fundamentado en las tecnologías de la comunicación digital y caracterizado por la creación de redes de interactividad en el ciberespacio, es el que va a dar lugar a la ciberanimación como praxis digitalizada de la animación sociocultural.

Según Castells (2010: 393-411), son los actores y movimientos sociales que trabajan “...*por la construcción de una nueva conciencia ecológica*” o en la “*búsqueda de una globalización justa*”, los que están interviniendo como nuevos agentes de cambio y organización social en el paradigma sociocultural de la sociedad digital.

1.7. De la animación cibercultural a la ciberanimación

Veamos cuáles son las características que diferencian de forma determinante los viejos paradigmas analógicos, ligados al

concepto de la animación sociocultural, del nuevo paradigma digital, ligado al fenómeno de la ciberanimación.

Para ello vamos a fijar nuestra atención en la evolución de factores tales como: las coordenadas espacio-temporales para la intervención y la acción sociocultural, las tecnologías empleadas, la génesis y la legitimación de la acción sociocultural, las identidades proyectadas sobre cada uno de los paradigmas, las dinámicas para la participación, las finalidades de los procesos y proyectos, las estructuras y los procesos de comunicación sobre los que se fundamentan sus prácticas, los lenguajes utilizados, las estructuras de poder que generan, el tipo de trabajo colectivo que se estructura, así como los roles desempeñados por los distintos agentes intervinientes en los diferentes procesos.

Podemos afirmar que la animación sociocultural se estructura a partir de un paradigma de intervención analógico, en el cual unos agentes promotores dirigen la acción de un grupo o colectivo ciudadano para que, mediante un proceso de participación controlado, poder alcanzar unos objetivos prefijados para el desarrollo individual y colectivo y el cambio social en busca de un modelo de desarrollo social sostenible.

Mientras que la ciberanimación surge de un paradigma digital de acción en red en el cual los individuos se convierten en agentes promotores de cooperación, organización y trabajo colaborativo para, de forma aleatoria y circunstancial, a partir de unas identidades compartidas y unas situaciones vivenciales problematizadoras, generar acciones de identificación, estructuración de cibercomunidades, cambio social y desarrollo sostenible.

Pero, antes de continuar nuestro discurso, vamos a analizar uno a uno cada uno de los factores que configuran cada uno de los

paradigmas que sustentan el viejo modelo analógico de la animación sociocultural frente a las nuevas prácticas digitales de la ciberanimación. Vamos pues a analizar esta evolución a través de todas y cada una de sus características:

a) Espacios para la intervención/acción

En primer lugar observamos cómo la animación sociocultural se estructura desde espacios determinados y concretos: el barrio, la localidad, la asociación, un equipamiento; trabajando sobre unas coordenadas espacio-temporales claramente determinadas. La animación necesita de espacios físicos y momentos determinados para realizar su intervención.

Por su parte la ciberanimación utiliza espacios virtuales, “*no lugares*”, para la comunicación en red (mensajes de móvil, foros y chats, webs 2.0), espacios virtuales no ligados a un lugar ni a tiempos concretos que se estructuran a partir de comunicaciones interactivas y estructuras virtuales donde adquiere una gran importancia la conectividad, la empatía y los intereses comunes para la acción sociocultural en red.

b) Tecnologías de la intervención

Desde el punto de vista tecnológico la animación sociocultural pertenece a un mundo analógico, donde el soporte físico para la comunicación es determinante. Incluso si se utilizan las tecnologías para la comunicación estas están ligadas a un soporte físico de referencia, están mediatizadas igualmente por el establecimiento de contactos bidireccionales y por el establecimiento de la llamada, quedando la conexión mediatizada por la velocidad de transmisión de la información.

Por su parte la ciberanimación pertenece al universo digital, donde el soporte queda sustituido por la misma tecnología de la Red. El contacto y la comunicación se vuelven multidimensionales e interactivos mientras que la velocidad y el volumen de transmisión de la información pasa de ser un determinante a ser un factor facilitador de la comunicación.

c) Modelo de intervención

La animación sociocultural supone un modelo de intervención paternalista en el cual un agente institucional o individual, un educador sociocultural, conoce la realidad y aquello que va a beneficiar el desarrollo de individuos y colectivos, generando un proyecto de intervención, más o menos participativo, a través del cual marcará los objetivos y el camino a seguir por los individuos receptores de su programa para alcanzar las metas propuestas de desarrollo individual y colectivo.

Por su parte en la ciberanimación prima un modelo de acción interactiva mediada por agentes y líderes sociales en el ciberespacio, un modelo de activismo social interactivo, mediante el cual los individuos, guiados por sus propias inquietudes y a través de la comunicación interactiva en red, establecen sus objetivos y procesos de desarrollo individual y colectivo, generando sus propios modelos de acción social.

d) Génesis y justificación de la intervención

La animación sociocultural se sustenta en la legitimidad que le ofrecen los grandes relatos para la interpretación de la realidad, el sentido de nuestra existencia, el objeto de nuestras vidas, la función de las comunidades humanas. Todo ello está explicado y justificado a partir de los grandes relatos que históricamente han

servido de base para la interpretación del universo de relaciones y estructuras sociales, y que a modo de grandes valores han justificado y orientado la intervención social.

Pero la ciberanimación, fruto de la ausencia de relatos de la netmodernidad, se organiza en un mundo donde los relatos han perdido su valor universal para quedar relegados al mundo de las subjetividades y quedar relativizados como fórmulas de interpretación de la realidad social. La ciberanimación se concibe desde la teoría del caos y los fractales, teorías que cuestionan y relativizan las teorías científicas de interpretación unívoca de la realidad, y que al tiempo que admiten múltiples visiones de la realidad, ven en las reacciones causales y en la aleatoriedad la interpretación de las dinámicas de organización, estructuración y acción social.

e) Comunidades y desarrollo

La animación sociocultural se articula desde comunidades territoriales de convivencia o coexistencia. En ellas es fundamental la convivencia, los vínculos interpersonales y la existencia de un espacio físico de referencia con el cual se identifican los ciudadanos. Quintana Cabanas (1991) dice que la comunidad *“es un grupo social natural de tipo secundario y el lugar apropiado para establecer las genuinas relaciones sociales”*. La animación sociocultural se organiza y estructura sobre un territorio, una cultura, un grupo humano anclado a un territorio y una comunicación de tipo sincrónico. En este sentido el desarrollo comunitario está directamente relacionado con proyectos y servicios anclados a un territorio y una cultura local.

Por su parte la ciberanimación se articula sobre comunidades virtuales en red donde lo fundamental no es el

espacio y la convivencia en el día a día, sino la comunión de inquietudes, la comunicación interactiva y la cooperación en red. Es por ello que las cibercomunidades se estructuran a partir de grupos de afinidades e identidades compartidas, en espacios digitales desterritorializados, en “no lugares” y a partir de una comunicación diacrónica. Como afirma Delante (2005): “*La comunidad virtual se asemeja más a la comunidad posmoderna más allá de la unidad y en la que una nueva clase de individualismo ha surgido en torno a realidades efímeras y a relaciones sociales desmasificadas*”. Así la ciberanimación entiende el desarrollo comunitario como un desarrollo global, intercultural, desterritorializado, solidario y colaborativo.

f) Las identidades

Desde la óptica de las identidades individuales y colectivas, la animación sociocultural se estructura sobre las identidades locales y nacionales, identidades que dan sentido, cohesionan las colectividades, guían y fortalecen las dinámicas de la intervención.

La ciberanimación, por su parte, se fundamenta sobre unas identidades culturales múltiples, desligada de aspectos tradicionales, históricos y nacionales, originadas y desarrolladas a partir del mestizaje y el encuentro intercultural, con una dimensión glocal y donde las identidades individuales se convierten en la base para la génesis y la estructuración de identidades colectivas múltiples y compartidas.

g) Participación y dinámicas colectivas

La animación sociocultural organiza la participación de los ciudadanos a través de dinámicas grupales que, fruto de su acción,

van creando estructuras institucionales de opinión, toma de decisión y gestión de los asuntos colectivos. La participación aquí queda canalizada y mediatizada por las dinámicas grupales y por sus moderadores.

La ciberanimación no genera estructuras de participación sino que canaliza una participación individual que se desarrolla, de forma espontánea, a partir de intereses individuales que son compartidos de forma interactiva.

h) Finalidad

La animación sociocultural tiene muy claramente definidos sus objetivos de desarrollo social comunitario y cambio social, en miras al advenimiento de una sociedad donde el desarrollo humano, la justicia y el bienestar social alcancen las máximas cotas posibles. Por su parte, la ciberanimación, fruto de la netmodernidad y la Sociedad del Conocimiento, relativiza sus finalidades para ponerlas en función de los procesos de colaboración espontáneos que se producen a través de la comunicación interactiva, una colaboración que tiene como características la solidaridad y la sostenibilidad.

i) Creación de estructuras y sistemas

La animación sociocultural, fruto de la modernidad, tiende a la creación de estructuras y sistemas culturales. Fruto de una intervención generada y guiada por los agentes animadores, la animación institucionaliza procesos y estructuras sociales dando lugar a sistemas y subsistemas culturales que estructuran la dinámica sociocultural.

Pero la ciberanimación, fruto de la netmodernidad, no tiende a la institucionalización de los colectivos y las dinámicas

sociales sino que va creando, de forma aleatoria, una cibercultura generada a partir de las múltiples relaciones interactivas que propicia la comunicación en red.

j) Lenguajes

La animación sociocultural, aún utilizando diversos lenguajes (oral, escrito, icónico, gestual), no deja de generar un lenguaje audiovisual, construido a partir de la yuxtaposición de lenguajes, ofreciendo una estructura redundante del discurso verboicónico.

Por su parte, la ciberanimación, fruto de las potencialidades que le ofrecen las nuevas tecnologías digitales, es capaz de generar nuevos discursos basados en la convergencia de medios y lenguajes digitales, creando nuevas unidades lingüísticas a partir de la integración sinérgica de múltiples lenguajes, medios y terminales.

k) La palabra de los ciudadanos

La animación sociocultural, heredera de la tradición iniciada por las metodologías de la pedagogía social, uno de cuyos principales analistas y teóricos fue Paulo Freire, pretende dar la palabra a los ciudadanos. Como afirma Freire, pretende que los ciudadanos pasen de ser objetos de la historia a ser sujetos activos capaces de decir su palabra y participar así en el debate y la dinámica sociocultural.

La ciberanimación, por su parte, puede ir mucho más allá, aprovechando las potencialidades comunicativas de las redes descentralizadas y multiformes, las herramientas tecnológicas para la comunicación y la interactividad. Los ciudadanos son ya dueños de su propia palabra, adquirirla no es un proceso a alcanzar, es una

realidad a asumir. Con ella se hacen visibles y se representan en la Sociedad Red.

l) Tipo de trabajo y acción sociocultural

La animación sociocultural se desarrolla a partir del trabajo grupal, fruto de un modelo de organización colectivo, una dinámica grupal de trabajo, una distribución de tareas y funciones en el seno de los grupos y los colectivos sociales. El trabajo colectivo se concibe como la suma de los esfuerzos y potencialidades que cada una de las individualidades aporta al grupo.

La ciberanimación supera este concepto de tarea colectiva para hacer del trabajo colaborativo su herramienta de desarrollo y liberación. El trabajo colaborativo entendido como una síntesis del esfuerzo colectivo de los miembros de la comunidad, en el que todos colaboran de forma solidaria en las distintas tareas que componen el trabajo de la colectividad para alcanzar unos objetivos comunes.

m) Estructuras de poder

Desde la perspectiva de la génesis y estructuración de poderes sociales, la animación sociocultural se estructura como un mecanismo de poder, fruto de su tendencia a la institucionalización y de sus finalidades teleológicas. La animación se convierte, por si misma, en un instrumento de poder y control social.

Mientras que la ciberanimación, fruto de la descentralización y la individualización, tiende a la creación de redes o grupos inteligentes que se estructuran de forma autónoma convirtiéndose en grupos de acción social y política que se

construyen como “micropoderes” que participan en el debate social, en la confluencia dialéctica con otros agentes detentadores de poder social.

n) Tipo de discurso

El tipo de discurso clásico, basado en los tres elementos narrativos de planteamiento, nudo y desenlace, estructura una lectura de tipo lineal que ha sido objeto de la narrativa oral y escrita durante muchos siglos. Ese es el tipo de discurso que utiliza y del que se hace eco la animación sociocultural.

La ciberanimación, fruto de las posibilidades narrativas que ofrece el hipertexto y los lenguajes multimedia, así como la estructura de las redes descentralizadas, ha generado un nuevo tipo de discurso hipertextual, no lineal sino estructurado de forma helicoidal y ramificada, rompiendo las estructuras clásicas y creando una nueva forma de lectura y un nuevo tipo de lector hipertextual.

o) La autoría del discurso

Para la animación sociocultural, el discurso es un discurso lineal completamente estructurado y generado por las instituciones y agentes intervinientes. Un proceso que cuenta con la participación grupal de los ciudadanos que, de forma gradual, van asumiendo su acceso al discurso institucional.

Pero, para la ciberanimación la autoría del discurso es una autoría compartida. Fruto de las potencialidades de la comunicación interactiva y el trabajo colaborativo, el discurso de la ciberanimación deviene un discurso de autoría comunitaria.

p) Punto de partida

Como hemos visto hasta este momento, la animación sociocultural genera un proceso dirigido por las instituciones y los agentes animadores que tiene como objetivo promover en los ciudadanos y ciudadanas la autonomía y la autogestión como logros alcanzados por los participantes en el proceso grupal generado por la animación.

Sin embargo, la ciberanimación parte de la autonomía y la autogestión de los individuos para, a partir de sus individualidades y aprovechando la estructura en red y la interactividad, encontrar puntos de convergencia y acción solidaria.

q) Función de animadoras y animadores

En la animación sociocultural las animadoras y los animadores, agentes promotores de los procesos de intervención, tienen la función de generar, guiar, conducir y evaluar los procesos de participación y desarrollo de los diferentes proyectos.

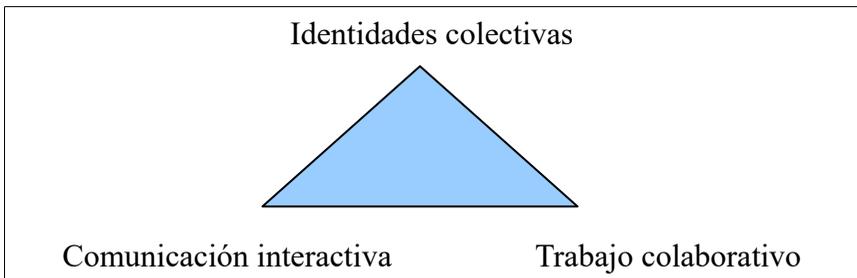
En la ciberanimación, puesto que los agentes promotores y generadores de la acción son los propios ciudadanos, las animadoras y los animadores ciberculturales devienen agentes mediadores cuya función es la de facilitar recursos tecnológicos y formativos así como nexos de encuentro que posibiliten la comunicación interactiva y el trabajo colaborativo.

1.8. La ciberanimación como dinámica de la cultura digital

La ciberanimación, en cuanto práctica sociocultural y dinámica de estructuración del tejido social y la cohesión de los subsistemas de la vida colectiva, se estructura sobre las coordenadas de la identidad compartida, la participación igualitaria en la

organización y la toma de decisión de la vida comunitaria y, consecuentemente, en una comunicación horizontal basada en los principios de la igualdad, negación de los dogmatismos y proselitismos, la tolerancia, la escucha activa y la empatía.

En el contexto del ciberespacio, lugar que posibilita la potenciación de las capacidades comunicacionales, expresivas, organizativas y el impacto de la acción sociocultural de los individuos y sus organizaciones, éste se nos presenta como un nuevo espacio de libertad y de construcción de representaciones sociales más igualitarias que, por otra parte, presenta múltiples restricciones y posibilidades para la creación de nuevos monopolios y totalitarismos.



Cuadro n° 3. Coordenadas de las dinámicas socioculturales

Estas dinámicas de la cultura digital a partir de las que se estructura la ciberanimación tienen como coordenadas propias sobre las que se genera su acción las siguientes:

1.8.1. Identidades colectivas en el ciberespacio

La identidad se presenta como una representación elaborada conjuntamente por un grupo o colectivo humano. La identidad se va estructurando a partir de entornos comunes, vivencias compartidas y análisis convergentes de la experiencia vital, pero son también inquietudes e intereses compartidos, respuestas colectivas a situaciones vitales sentidas como problemáticas o amenazadoras las que van generando las identidades individuales y sociales. La creación de identidades necesita de un grado suficiente de diallecticidad, en cuanto lectura dialógica de la realidad, análisis e interpretación convergente de la experiencia vital. Las identidades colectivas son elementos necesarios aunque no suficientes para la cohesión de las redes sociales. Las identidades colectivas refuerzan la autoestima, crean sentimientos de pertenencia y generan una representación original del bienestar colectivo de cada comunidad.

En el entorno comunicacional y de estructuración social que constituye el ciberespacio, las cibercomunidades se estructuran a partir de la creación y el desarrollo de elementos de identidad colectiva. Las cibercomunidades, antes que estructurarse sobre un software cooperativo se basan en la percepción de una identidad comunitaria. Ello nos lleva a concluir que, a la hora de estructurar las cibercomunidades, priman las identidades compartidas sobre el encuentro casual en el ciberespacio, el software novedoso o los contextos virtuales. Las cibercomunidades no parten de contextos compartidos en la Red, ni de software de sencillo acceso y manejo, sino de fuertes identidades compartidas, “*identidades culturales múltiples*” como afirma Lévy (2007), que son el factor primario clave para la

implementación de cibercomunidades capaces de generar dinámicas socioculturales en el ciberespacio aprovechando las posibilidades de las nuevas tecnologías y del software interactivo.

Turkle (1997) analiza cómo el ciberespacio condiciona la representación de la realidad vital. Es la tecnología la que condiciona nuestra visión del mundo y las relaciones que establecemos en el universo virtual. Como afirma Turkle: “*Las tecnologías de la vida cotidiana alteran nuestra manera de ver el mundo*”.

En conclusión en un mundo interconectado en red, que ha creado múltiples representaciones sociales fundamentadas en las coordenadas espacio-temporales que generan las tecnologías digitales, las identidades múltiples, compartidas en la Red, se constituyen en elemento generador de dinámicas socioculturales, dinámicas no sólo generadoras de cibercomunidades, sino necesarias para la cohesión del tejido social y la sostenibilidad de los sistemas socioculturales.

1.8.2. La comunicación interactiva

La interactividad se presenta como una superación de los modelos de comunicación unidireccionales, modelos bancarios, tal y como los define Freire, en los que el emisor emite contenidos sobre un receptor pasivo que los recibe de forma acrítica a modo de depósito que el emisor realiza sobre la persona del receptor.

Desde una perspectiva comunicacional, la superación del modelo bancario de la comunicación supone la opción por una comunicación bidireccional e interactiva, tal y como plantea el modelo EMEREC (Émetteur-Récepteur). El modelo EMEREC supone una transgresión de los modelos comunicativos

tradicionales donde los roles de emisor y receptor están claramente definidos y diferenciados, para superarlos mediante un modelo de comunicación horizontal, entre iguales, en los que los ciudadanos puedan intercambiar los roles de emisor y receptor, convirtiéndose simultáneamente en receptores y productores de mensajes en una red de tipo descentralizado e interactiva. El modelo EMEREC configura una comunicación democrática, no dogmática, no manipulativa, tolerante, respetuosa y basada en los principios del diálogo y la escucha activa.

La comunicación interactiva lleva implícita la existencia de sujetos emisores que asumen su palabra en la comunidad red y que son capaces de expresar ideas, sensaciones y sentimientos al tiempo que producir sus propios mensajes en el universo virtual y someterse a un intercambio dialógico en los diferentes entornos virtuales en los que están inmersos.

La comunicación interactiva implica:

- La **autoría**, como capacidad de generar, estructurar, producir y compartir sus propios mensajes multimedia en la comunidad red.
- La **libertad de expresión**, en cuanto capacidad de comunicarse superando los condicionantes y contradicciones de tipo cultural, ideológico, económico y tecnológico, para poder expresarse libremente y participar así de los procesos del debate social.
- La **dialogicidad**, como capacidad de compartir la reflexión crítica, la objetivación de la realidad y las visiones múltiples superándolas mediante un proceso de diálogo problematizador y decodificador de la realidad. Descodificación necesaria para superar las visiones estereotipadas, los dogmatismos y las diversas visiones excesivamente subjetivizadas de la realidad.

1.8.3. El trabajo colaborativo y las redes sociales

Las tecnologías digitales de la comunicación ofrecen la posibilidad de poner en marcha proyectos y acciones descentralizadas, desterritorializadas, asincrónicas y aleatorias, facilitando así una comunicación horizontal e interactiva y un trabajo colaborativo orientado por intereses comunes y por la confluencia de intenciones convergentes en una misma plataforma virtual.

El trabajo colaborativo, por otra parte, se convierte en el distintivo de una acción cibercultural de carácter comunitario, una acción caracterizada por la interactividad, la confluencia de intereses e identidades múltiples, la cooperación y el desarrollo de proyectos solidarios de forma cooperativa.

El trabajo colaborativo supone una superación del trabajo en grupo. El trabajo en grupo se basa en la asincronía, la distribución de tareas, los roles diferenciados y unos resultados que son fruto de la suma de las tareas de los diferentes miembros. Por su parte el trabajo colaborativo se fundamenta en la sincronía, la responsabilidad de todos y cada uno de los componentes del grupo en una tarea colectiva y en una relación horizontal e interactiva donde los resultados finales son, más que la suma de las tareas de los miembros del grupo, la síntesis del esfuerzo común.

En el trabajo colaborativo los diferentes miembros de la cibercomunidad trabajan conjuntamente sobre objetivos comunes realizando tareas convergentes que van configurando el resultado final de forma solidaria, estructurando su presencia en el ciberespacio (discurso e imagen), siguiendo la fórmula de la autoría colectiva.

Con los planteamientos del trabajo colaborativo vemos cómo la ciberanimación asume plenamente los postulados de este tipo de trabajo facilitado por las potencialidades que el ciberespacio ofrece para la interactividad y la estructuración de redes sociales virtuales que, de forma solidaria y cooperativa, asumen la metodología del trabajo colaborativo como forma de compartir y canalizar sus inquietudes, proyectos y acciones solidarias.

2

LAS COORDENADAS DE LA CIBERANIMACIÓN**2.1. El ciberespacio, la participación y las representaciones identitarias**

La ciberanimación, en cuanto práctica socio-educativa de la sociedad digital se estructura en el ciberespacio como contexto para la interacción, la interactividad y la generación de representaciones identitarias.

Estas representaciones se generan a partir de una relación dialógica entre los individuos y entre estos y las colectividades sociales. Una relación que se plasma a través de las dinámicas de participación generadas por la misma identificación de los individuos con los intereses e inquietudes colectivos que dan forma a las representaciones identitarias compartidas y que se materializa en la participación de estos en el debate social, en sus procesos de análisis, búsqueda de alternativas y toma de decisión y que configuran las dinámicas de creación de redes solidarias, estructuración del tejido social y, en definitiva, en la gestión de una democracia participativa.

Son estos tres factores, el ciberespacio como contexto de referencia, la participación en red como fórmula de organización social y las representaciones identitarias como mecanismo de cohesión social, los que constituyen las coordenadas sobre las que

se desarrollan las dinámicas de la ciberanimación. Coordinadas de carácter primario que vamos a analizar en el presente capítulo.

2.2. El ciberespacio ecosistema de referencia sociocultural

En una sociedad donde las tecnologías digitales se están generalizando, condicionando no sólo los sistemas de gestión y comunicación individual y colectivo, sino también los mecanismos de representación social que dan significado a las formas de relación, interactividad, creación del conocimiento y estructuración de las colectividades humanas, el ciberespacio surge como algo más que una simple interconexión entre máquinas y sistemas de gestión de la información. El ciberespacio se nos presenta como un espacio virtual para la relación, la creación de representaciones y la estructuración del tejido social. Ya sea que nos acerquemos a él como el lugar para la práctica de las libertades, la creación y la construcción de una nueva democracia, como si nos referimos a él desde visiones mucho más críticas viéndolo como un espacio etéreo virtual, lugar para la evasión y para el control social, la realidad es que el ciberespacio se nos presenta como un lugar de interacción que ejerce un impacto cada vez más decisivo sobre las dinámicas socioculturales de estructuración y cohesión social.

El ciberespacio es ante todo un espacio para la conectividad de individuos y colectivos sociales, mucho más allá que la pura conexión de máquinas en un espacio virtual.

Como proclama Perry Barlow en la Declaración de la Independencia del ciberespacio (en Aparici 2010: 14): *“El ciberespacio está formado por transacciones, relaciones y pensamientos en sí mismo, que se extiende como una quieta ola*

en la telaraña de nuestras comunicaciones. Nuestro mundo está a la vez en todas partes y en ninguna parte, pero no está donde viven los cuerpos”.

El ciberespacio genera nuevas representaciones compartidas de la realidad social que dan lugar a nuevas identidades culturales. Estas nuevas identidades condicionan una nueva cultura, la cibercultura, que tal y como veíamos en el capítulo dos, se nos presenta como una proyección y una consecuencia directa de las múltiples interrelaciones virtuales y vivenciales que se producen en el ciberespacio.

Las sociedades humanas tradicionales se estructuran y organizan en respuesta a sus coordenadas espacio-temporales. El tiempo marca la secuencia de los acontecimientos, las ideas y su representación mientras que el espacio se convierte en el eje vertebrador de los lazos de interacción y estructuración de las comunidades humanas.

Tiempo y espacio se estructuran como las coordenadas de referencia de la percepción humana, a partir de la cual se generan los procesos de representación e interacción que condicionan la vida cotidiana.

Hawking y Mlodinow (2006: 63) señalan cómo: “...no es posible hablar de acontecimientos en el universo sin las nociones de espacio y tiempo...”

El tiempo y el espacio constituyen los pilares básicos para la creación y desarrollo de las identidades históricas y territoriales que se convierten en los lazos de unión, vertebración y desarrollo de las comunidades sociales tradicionales.

Debray (2001) muestra que el ser humano vive inmerso en su medio ambiente vital, su biosfera, al tiempo que, en cuanto ser en relación y comunicación mediada, vive igualmente inserto en

una mediosfera fruto de la acción de los medios de comunicación social. Este autor apunta que: *“Una mediosfera es un sistema dinámico de ecosistemas (complejos) reorganizados por y en torno a un medio de comunicación dominante (simple), generalmente el más reciente”*, Debray (2001: 130). E igualmente señala cómo: *“Una mediosfera no es ni más ni menos totalitaria que una biosfera dentro del reino de los seres vivos. Puede albergar multitud de ecosistemas o micromedios culturales”*, Debray (2001: 69)

En la misma dirección Castells (2010: 82) hace hincapié en la importancia del espacio en la Sociedad Red. Castells diferencia entre espacios de flujos de carácter global y espacios de lugares de carácter local. Ambos tipos de espacios se nos presentan como necesarios y constituyentes de los ecosistemas de referencia humanos. Así Castells puntualiza: *“Puesto que el espacio en la sociedad red se configura en torno a la oposición entre el espacio de flujos (global) y el espacio de lugares (local), la estructura espacial de nuestra sociedad es una gran fuente de estructuración de las relaciones de poder.”* (2010: 82)

Asimismo, al analizar el espacio antropológico, Augé (2008) diferencia entre los *“lugares”* y los *“no lugares”*. Este autor distingue entre los *“lugares”*, caracterizados por ser *“lugar de identidad, relacional e histórico”*, (Augé, 2008: 83) y aquellos que no responden a estas características y que define como *“no lugares”*. Para este autor los no lugares son los espacios propios de la sobremodernidad: aeropuertos, centros comerciales, parques de ocio, centros de comunicaciones, que se nos presentan como nuevos lugares carentes de historia e identidad.

Desde el punto de vista sociocultural podemos considerar como lugares: los barrios, la calle, los centros de ocio, los

espacios asociativos y de difusión cultural, los centros educativos o el propio entorno familiar, mientras que en la relación de no lugares hemos de considerar los espacios virtuales para la conectividad y la interacción.

Augé concibe al individuo como un viajero en el tiempo y el espacio, un viajero que encuentra su espacio en el “no lugar”. En este sentido afirma que: “*El espacio del viajero sería, así, el arquetipo del no lugar*” (Augé, 2008: 91), un espacio neutro que “...no crea ni identidad singular ni relación, sino soledad y similitud.” (Augé, 2008: 07)

No obstante estos “no lugares”, de carácter neutro, carentes de la capacidad de crear relaciones identitarias son capaces, a su vez, de generar solidaridades efímeras compartidas ante la vivencia de una misma situación de soledad: “...*el no lugar es el que crea la identidad compartida de los pasajeros, de la clientela o de los conductores del domingo*”. (Augé, 2008: 104) Así el “individuo sobremoderno”, según Augé, es presentado como un constante viajero en un espacio virtual carente de referencias identitarias, pero en continua búsqueda de solidaridades compartidas, que, aunque efímeras y sujetas a la aleatoriedad propia de la relatividad, contribuyan a crear las representaciones y las identidades colectivas necesarias para la fijación de las coordenadas precisas de estructuración y cohesión de las comunidades humanas.

En la sociedad digital, denominada también por algunos autores como Sociedad del Conocimiento o Sociedad Red, caracterizada por la generalización y la interconexión de las tecnologías digitales, la convergencia mediática y las narrativas multimedia e hipertextuales, las coordenadas espacio-tiempo se nos presentan a través del concepto de ciberespacio, como una

nueva dialéctica “lugar-no lugar”, necesaria para la creación de nuevas representaciones capaces de generar identidades sociales y procesos de solidaridad colectiva.

El ciberespacio se nos muestra como un nuevo ecosistema de interacción virtual a través de la Red propiciado por las tecnologías digitales como reflejo de ellas y en constante dialéctica con el ecosistema de nuestras múltiples relaciones e interacciones sociales. Un espacio y un tiempo real caracterizado por su multidimensionalidad, por sus múltiples interacciones, por la aceleración y por la asincronía.

Así el ciberespacio como lugar, o tal vez como “*no lugar*” en el sentido que le da Augé (1993), se configura como espacio múltiple y multidimensional para la identificación, interacción y la interactividad. Un espacio que combina lugares virtuales con los llamados espacios reales para configurar las representaciones espacio-temporales de las sociedades netmodernas digitalizadas. Desde la perspectiva de Augé (2008) el ciberespacio puede ser observado como el lugar propio del viajero virtual. El individuo, viajando en solitario en el ciberespacio, va navegando por sucesivos “*no lugares*”, carentes de identidad histórica y territorial, que le permiten confrontar y compartir situaciones de soledad y crear afinidades compartidas capaces de generar dinámicas socioculturales identitarias y solidarias.

Frente a esta perspectiva, otros autores, entre ellos Lessig (2003), ven en el ciberespacio el lugar propicio para engendrar nuevas maneras de interactuar, generando la posibilidad de comunicarse y de asociarse de un modo nunca visto anteriormente.

No obstante este mismo autor admite cierta contradicción al afirmar: “*Abandonado a su suerte, el ciberespacio se*

convertirá en una herramienta de control perfecta.” (Lessig, 2009: 35), señalando al código como el garante o el represor de las libertades individuales y colectivas en el espacio digital. En este sentido Lessig (2009: 74) afirma: “Que el ciberespacio sea o no regulable depende de su arquitectura”. Un poco más adelante puntualiza: “Un código diferente determina una regulabilidad diferente de las redes. La regulabilidad se halla, por lo tanto, en función del diseño”. (Lessig, 2009: 77)

Esta aparente contradicción la explica de alguna manera Castells (2010: 550) cuando afirma que el poder en el ciberespacio lo detentan “*los programadores y los enlaces*”, en cuanto que actores que, en connivencia con el poder político y económico, detentan el poder de controlar y ahogar la libertad de expresión y organización en la sociedad red; mientras que el contrapoder, o capacidad de promover y mantener “*terrenos comunales*” para la libertad, la cooperación y la organización social, la detentan las “*redes de resistencia y cambio social*”. (2010: 550-552)

Es esta posibilidad de establecer terrenos comunales en un ciberespacio en el que interactúan las sinergias provenientes de los espacios virtuales o de flujos con las pertenecientes a los espacios reales o locales la que favorece la ciberanimación como acción de los movimientos y los actores sociales en red con la finalidad de generar identidades y lazos de organización y cohesión de un tejido sociocultural colaborativo.

2.2.1. El ciberespacio y los “no lugares”

Augé (2008) analiza los espacios propios de la sociedad que denomina como “*sobremodernidad*” definiéndolos como “*no*

lugares”. Para este autor los no lugares se definen como espacios para la circulación, son lugares carentes de una identidad histórica y territorial que les identifique en el imaginario colectivo: “*Los no lugares son tanto las instalaciones necesarias para la circulación acelerada de personas y bienes como los medios de transporte mismos o los grandes centros comerciales, o también los campos de tránsito prolongado donde se estacionan los refugiados del planeta.*” (Augé, 2008: 41)

Para Augé, la concepción del no lugar designa dos realidades diferentes que hacen referencia no solamente a los espacios sino también a las relaciones puntuales, efímeras y contractuales que los individuos establecen con esos “no lugares”. En este sentido afirma: “*Se ve claramente que por no lugar designamos dos realidades complementarias pero distintas: los espacios constituidos con relación a ciertos fines (transporte, comercio, ocio), y la relación que los individuos mantienen con esos espacios.*” (Augé, 2008: 98)

Apunta Augé cómo “*los no lugares mediatizan todo un conjunto de relaciones consigo mismo*”, al mismo tiempo que crean “*la contractualidad solitaria*”. (Augé, 2008: 98). Los no lugares se convierten en espacios útiles y necesarios para los individuos, quienes los utilizan de forma pragmática al tiempo que, desde el anonimato, establecen relaciones, en principio solitarias e interesadas; pero, al mismo tiempo, al establecer relaciones contractuales, crean vínculos efímeros pero sólidos mientras se convierten en usuarios de esos no lugares.

No obstante, al presentar los no lugares como los espacios de la sobremodernidad, Augé (2008) incide en que la separación entre “el lugar” y el “no lugar” no supone una brecha radical y dicotómica, más bien se trata de una frontera transitable y que,

como veremos más adelante, acabamos sobrepasando. En este aspecto el autor afirma: *“El lugar y el no lugar son más bien polaridades falsas: el primero no queda nunca completamente borrado y el segundo no se cumple nunca totalmente: son palimpsestos donde se reinscribe sin cesar el juego intrincado de la identidad y la relación.”* (Augé, 2008: 84)

Augé insiste en que: *“los espacios, los lugares y los no lugares se entrelazan, se interpenetran”*. Por otra parte, como parece lógico: *“El retorno al lugar es el recurso de aquel que frecuenta los no lugares.”* (2008: 110). El retorno al lugar es el retorno a la identidad y a la cohesión solidaria, al espacio simbolizado, al espacio que se convierte en significativo para los individuos y las comunidades.

Los lugares tienen como rasgos comunes la identidad compartida, el establecimiento de relaciones solidarias y la creación de una historia colectiva. El lugar es un espacio de representación a través del cual mujeres y hombres comparten imaginarios colectivos y dan significado a vivencias comunes. El lugar en cuanto sistema de representación *“permite dar forma a las categorías de la identidad y de la alteridad”*. (Augé, 2008: 44) Se constituyen, de esta manera, como espacios de *“reconocimiento más que de conocimiento”*. (Augé, 2008: 39)

El ciberespacio se nos presenta como un “no lugar”, desde el punto de vista tecnológico, carente de un soporte físico que lo identifique con un tiempo y un lugar determinado. Desde la perspectiva individual se configura como un espacio del anonimato, de la distorsión de las identidades sociales, de género y etnia, y desde el punto de vista sociocultural carente de una identidad, una historia y un territorio. Pero al mismo tiempo el ciberespacio, en cuanto lugar para la comunicación, se convierte

en un espacio para la relación, para la creación de representaciones compartidas, para la generación de identidades, para el desarrollo de nuevas solidaridades y para la interactividad. En definitiva, el ciberespacio adquiere la capacidad de traspasar la frontera de los “no lugares” y convertir las cibercomunidades en “lugares”, espacios donde la soledad y la identidad individual adquieren significado con la estructuración de lazos y relaciones de alteridad e identidad colectiva. Unos espacios donde el encuentro, el intercambio solidario, la construcción de significados colaborativos y la cooperación se hacen posibles aportando elementos y posibilidades de estructuración social, creación de comunidades sociales y desarrollo de redes de sostenibilidad.

Las aportaciones de Augé (2008) inciden todavía más en la visión del ciberespacio como lugar de lugares, como confluencia de escenarios sociales y espacios de representación, como intersección entre lugares virtuales y lugares físicos.

2.2.2. El ciberespacio, un espacio comunitario

Lessig (2009) distingue entre Internet, que no es más que un medio de comunicación y, en este sentido sujeto a las leyes y los parámetros de la comunicación de masas, y el ciberespacio, entendido como un lugar virtual, vinculado a una serie de lugares físicos. Aún más, Lessig nos aporta que: *“El ciberespacio no es un sólo lugar, sino muchos.”* (Lessig, 2009: 148). Así el ciberespacio como lugar, o tal vez como *“no lugar”* en el sentido que le da Augé (1993), se configura como espacio múltiple y multidimensional para la identificación, interacción y la interactividad. Un espacio que combina lugares virtuales con los

llamados espacios reales para configurar las representaciones espacio-temporales de las sociedades posmodernas digitalizadas.

Esta multidimensionalidad del ciberespacio es la que da pie a los diversos posicionamientos capaces de presentarlo como el entorno adecuado para la vivencia de las libertades humanas, la realización de los individuos e incluso la práctica de una nueva democracia solidaria y distributiva, junto a visiones más pesimistas que lo presentan como un espacio para el control social, la uniformización y el pensamiento único.

Podemos afirmar que el ciberespacio es un lugar multiforme que se constituye como un espacio de significación en el que se combinan espacios sensoriales con lugares generados a partir de las vivencias afectivas y emocionales.

Nos encontramos pues ante un espacio virtual que se va construyendo en el ciberespacio fruto de significaciones múltiples, de la interactividad, de las aportaciones colaborativas y que tiene su referencia en un espacio real, el de las interacciones humanas, el análisis crítico, la dialogicidad, la recreación y el desarrollo individual y colectivo.

Lévy (2008) incide sobre la multiplicidad de los espacios de significación mostrando cómo los seres humanos vivimos espacios “*heterogéneos y entrelazados*”, coincidiendo con autores como Lessig (2009) cuando define el ciberespacio como un espacio de espacios, de múltiples dimensiones físicas y virtuales, sensoriales y emotivas, fruto del devenir y la interacción de los colectivos humanos.

Desde la perspectiva del ciberespacio como espacio del saber, entendido como inteligencia colectiva (Rheingold, 2004), como saber o conocimiento compartido en la Red de forma interactiva y colaborativa, se configura el ciberespacio como

espacio de espacios, lugar de la virtualidad, pero también espacio para la interacción, la comunicación, la identificación, la construcción de representaciones colectivas y la estructuración de ciber-comunidades inteligentes.

El ciberespacio se nos presenta como un lugar de significación, espacio virtual y vivencial, espacio del saber, de la construcción de representaciones y significados, contexto propio de la tecnología de la comunicación dominante, en el que individuos y colectividades interactúan, establecen lazos colaborativos, definen y afianzan identidades, construyen redes sociales de solidaridad y cooperación al tiempo que generan dinámicas socioculturales de cohesión y desarrollo de las comunidades humanas.

El ciberespacio se presenta como un lugar para la dialogicidad, la creación de redes sociales, el debate social, la creación de cibercomunidades y, en último término para la construcción de una sociedad solidaria e igualitaria.

El ciberespacio se nos presenta como un contexto público, de libre acceso, lugar para la interacción y la creación de estructuras comunitarias. El ciberespacio en cuanto contexto comunitario adquiere las características que condicionan los espacios de lo público en las sociedades democráticas. Mayans (2003), citado en Aparici (2010: 163), señala cómo *“El ciberespacio no es una red de ordenadores, sino el resultado de la actividad social de los usuarios de los ordenadores conectados entre sí que se reparten -desigualmente, eso sí- por todo el mundo. Por tanto, el ciberespacio es sociedad y no puede ser otra cosa que sociedad”*.

Esta perspectiva del ciberespacio como actividad humana que genera y facilita las dinámicas de estructuración del

entramado sociocultural y, en consecuencia, de la creación de un tejido social comunitario, es recogida por diversos autores constituyendo una perspectiva de análisis del ciberespacio como espacio público para la expresión, el debate social, la toma de decisión y en definitiva, para la práctica de las dinámicas comunitarias que las sociedades democráticas ponen en funcionamiento para asegurar unas estructuras sociales justas e inclusivas.

Esta visión del ciberespacio como espacio público de gestión de las dinámicas comunitarias es observada por Trejo (en Aparici, 2010: 164) en tres grandes temas o dinámicas socioculturales.

Para el autor, estos tres grandes temas son:

“...su función como intermediaria entre el poder político y los ciudadanos, el desarrollo de zonas virtuales que reproducen y crean nuevas formas de socialización, y los recursos que ofrece para que la gente se apropie de los más variados contenidos así como para la difusión de sus propias creaciones.”

Son estas tres funciones las que contribuyen a configurar el ciberespacio como un lugar para la práctica y la optimización de las dinámicas socioculturales que configuran una sociedad democrática.

En primer lugar la función de intermediar y favorecer en el debate social, la participación ciudadana y la toma de decisiones comunitarias. En segundo lugar la de crear redes y estructuras de organización social democráticas y sostenibles. Y, finalmente, la de favorecer la visibilidad de los colectivos y las minorías sociales así como facilitar la autoría colectiva y la libertad de expresión.

En este sentido, si para el desarrollo de estructuras comunitarias justas e inclusivas es necesario la praxis democrática

de vivencias interculturales, participativas e interactivas en las diversas comunidades humanas, es también fundamental que el ciberespacio se constituya como lugar de lo comunitario de manera que facilite las dinámicas de conectividad, difusión de la información, intercambio y autoría colectiva que las comunidades humanas necesitan para su pleno desarrollo democrático.

Es así que el ciberespacio se nos presenta como un lugar público de libre acceso, garante de las libertades, participativo y facilitador del debate social y la toma de decisión colectiva.

El ciberespacio se nos presenta, pues, como algo más que una mera tecnología para el contacto y la comunicación. Se nos presenta como un contexto para la representación de la sociedad democrática, para la gestión de sus dinámicas y como garante de una sociedad justa e inclusiva.

El ciberespacio como lugar para la gestión de lo público y lo comunitario posibilita la aparición de un nuevo rol social, el del ciudadano ciber-solidario, el ciudadano Internet según autores. Este nuevo rol social supone asumir la actitud de la ciudadanía en los nuevos escenarios digitales. En este sentido, Osuna (en Aparici, 2010: 141) señala que: *“O’Reilly defiende también que la Web 2.0 que se está gestando no es una mera tecnología, sino una actitud de la ciudadanía ante nuevos escenarios digitales con una ética de colaboración implícita.”*

Esta actitud ciudadana supone, por una parte, utilizar la Red como plataforma para ejercer actividades políticas y comunitarias, participando de esta manera en el debate social y la toma de decisión. Por otra parte, supone asumir una actitud cívica de participación social y compromiso con el devenir de la comunidad.

En este último sentido Cremades (2007) hace referencia a los ciudadanos Internet en cuanto ciudadanos que asumen de forma activa el rol cívico en el ciberespacio participando así en los procesos de debate y estructuración de las redes sociales.

Y, de esta manera, el ciberespacio se afianza cada vez más como un contexto comunitario que se construye a partir de unas estructuras de conexión y comunicación que respetan y asumen su función como lugar público, espacio de todos, contexto inclusivo y no excluyente, así como unas actitudes cívicas y democráticas que facilitan el debate social, el empoderamiento y la toma de decisiones participativas necesarias para la gestión de una sociedad democrática.

Esta concepción del ciberespacio como contexto público y participativo va más allá del software y de las tecnologías, y está directamente relacionada con factores como la conectividad, la creación de representaciones colectivas y la autogestión de organizaciones sociales inteligentes para el desarrollo democrático y sostenible. Esta visión la fundamenta Lévy (2004) cuando al hacer referencia a la inteligencia colectiva y las comunidades inteligentes afirma que: *“El ciberespacio cooperativo debe ser concebido como un verdadero servicio público.”*

2.2.3. Las leyes del ciberespacio

El carácter multiforme que posee el ciberespacio da lugar a una diversidad de interpretaciones acerca de su función como mediador en las dinámicas sociales, representaciones que nos presentan visiones contradictorias acerca de las dinámicas socioculturales que en el ciberespacio se entrecruzan.

Lessig (1998)², señala que la construcción de la arquitectura del ciberespacio y, en consecuencia, su función como contexto de las dinámicas socioculturales, se debate entre una visión excesivamente optimista que presenta el ciberespacio como un contexto propio para el ejercicio de las libertades, la ciudadanía y la democracia, estereotipado como: “...lugar en el que los individuos están, inherentemente, libres del control de los poderes soberanos del espacio real”, y una visión más realista según la cual el ciberespacio está regulado, como fenómeno de índole sociocultural, por una serie de restricciones fruto de la interacción de las distintas dinámicas sociales y culturales y no únicamente por las restricciones provenientes de los poderes públicos y la legislación vigente.

Lessig (2009) analiza las leyes que rigen el ciberespacio en cuanto a espacio virtual generado a partir de la conectividad en Red. Este autor desmonta la visión estereotipada del ciberespacio como espacio desregulado, de relaciones libres y no sometidas a restricciones ni trabas de índole cultural, identitaria o de control por el estado y los monopolios económicos. Más bien Lessig presenta el ciberespacio como un espacio altamente regulable, en este sentido afirma: “*Es más, estoy convencido de que bajo la arquitectura que emergerá, el ciberespacio será el espacio más regulable que jamás haya conocido el ser humano.*” (Lessig, 2009: 74)

Para Lessig, al igual que el espacio real se encuentra organizado y estructurado a partir de elementos arquitectónicos,

² Lessig, Lawrence (1998): *Las leyes del ciberespacio*. En: <http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/segundo/modulos/audiencias-y-nuevos-medios/ciberesp.htm> (6/03/11)

económicos, culturales y políticos, el ciberespacio, se encuentra regulado por estos cuatro elementos:

- El **código**, en cuanto estructura que da forma y condiciona las relaciones en el ciberespacio: software y protocolos constituyen el primer elemento regulador.
- El **mercado**, con sus leyes propias de la oferta y la demanda, con el establecimiento de monopolios, con su política de precios, constituye el segundo elemento regulador del espacio digital.
- La **norma**, en cuanto que normas sociales emanadas de la tradición, la cultura, las identidades y los movimientos sociales se presenta como el tercer elemento regulador.
- Finalmente **la ley**, en cuanto regulación por parte de los estados de los derechos y deberes de los internautas se convierte en el cuarto y último de los elementos reguladores del ciberespacio.

Este autor apunta que el ciberespacio se encuentra en un momento de transformación. Pese a encontrarse fuertemente regulado, su regulación es más compleja que la del espacio real, y esto es así porque el ciberespacio es un lugar del anonimato, de la ocultación de las identidades, una ocultación que está facilitada por las características del código que lo configura. *“Tal y como lo conocemos ahora, el ciberespacio es un espacio menos regulable que el espacio real.”* No obstante, Lessig constata que: *“La arquitectura está pasando de ser una arquitectura de libertad a una de control, y esto es así porque las dinámicas del ciberespacio se mueven entre los polos de la libertad y la autoría desregulada, y el control del mismo por parte de los estados y los monopolios económicos”*. *“Mientras los ideólogos prometen una libertad eterna incorporada en la misma arquitectura de la red,*

técnicos y políticos están trabajando juntos para cambiar esa arquitectura, para dismantelar esta arquitectura de libertad.” (Lessig, 1998)

Así mismo, Lessig (2009) señala que: “*El código es la ley y la regulación del ciberespacio*”. En la medida que los diferentes actores en el ciberespacio sean capaces de conjugar esas cuatro restricciones para construir un espacio propio para la expresión, la interactividad y la participación, el ciberespacio se estructurará como un lugar para el respeto de las individualidades y la nueva democracia digital.

Este autor señala tres áreas en controversia sobre las que los diferentes actores: usuarios e investigadores, mercado y estado, han de ponerse de acuerdo y llegar a un equilibrio que permita el ejercicio de la libertad y la seguridad. Estas tres áreas de interacción son:

a) La **propiedad intelectual**, como equilibrio entre la creación, la producción, la distribución de ideas y creaciones, y el derecho de los ciudadanos a la apropiación, la recreación, el intercambio y la difusión de ideas y creaciones en un espacio colectivo, conjugando el justo pago por un trabajo creativo y los usos públicos de las creaciones socioculturales.

b) La **privacidad**, como derecho inalienable a la individualidad en equilibrio con los mecanismos de conectividad e intercambio que introducen las redes sociales.

χ) La **libertad de expresión** como derecho individual y colectivo a la visibilidad, a la participación social, al debate y a la toma de decisión colectiva.

El código se presenta pues como el principal elemento regulador del ciberespacio. El código es el factor que condiciona la arquitectura del espacio virtual de forma que éste pueda constituirse en un instrumento de libertad, expresión y potenciación de los derechos y libertades individuales y colectivos o, en su defecto, se convierta en un instrumento para la vigilancia, el control y la negación de las libertades democráticas. Es por este motivo que la naturaleza del código y la posibilidad o no de crear monopolios de poder capaces de imponer un código determinado se convierte en un factor fundamental para el mantenimiento y la defensa de las libertades básicas en el ciberespacio.

En este sentido, Castells (2010: 551) señala como el poder en el ciberespacio está representado por los programadores y los enlaces, en cuanto detentan el control del código, al tiempo que representan los intereses de los monopolios económicos presentes en el mercado digital. Mientras que son los diferentes agentes sociales, líderes ciudadanos, movimientos sociales y comunidades de prácticas los que detentan la posibilidad de romper esos mecanismos de poder y ejercer un contrapoder *“reprogramando las redes”*, conectando individualidades y conservando, de esta manera, los espacios comunales para la interactividad, espacios comunales que no son más que *“...las redes de comunicación que Internet ha hecho posible”*.

Es por este motivo que tanto Lessig como Stallman, que en 1985 creó la Fundación para el Software Libre, entre otros defensores de la libertad de acción en el ciberespacio, abogan por un software libre y un código abierto como garantes de la democracia y de las libertades individuales y colectivas, de manera que se haga posible el mantenimiento de esos espacios comunales para la comunicación y la cooperación.

La Fundación para el Software Libre defiende los siguientes principios: (Stallman, 2004)

 El usuario tiene libertad para ejecutar el programa, con cualquier propósito.

 El usuario tiene libertad para modificar el programa, para adaptarlo a sus necesidades. Ello significa tener acceso al código fuente.

 El usuario tiene libertad para redistribuir copias, tanto gratis como a cambio de un canon.

 El usuario tiene libertad para distribuir versiones modificadas del programa, de tal manera que la comunidad pueda beneficiarse con sus mejoras.

2.3. Las identidades en el ciberespacio

Las representaciones identitarias son las que contribuyen a dar forma y cohesionar las dinámicas colaborativas en una cibercomunidad. Como hemos analizado en el capítulo dos, la construcción de representaciones identitarias compartidas múltiples e interculturales es uno de los elementos constituyentes del cuerpo teórico de la ciberanimación. Las representaciones identitarias son necesarias para generar dinámicas comunitarias básicas puesto que es la confluencia de intereses e inquietudes el punto de encuentro para generar dinámicas de interacción en red al tiempo que la creación de nuevas identidades compartidas se convierte en el resultado de la acción solidaria y dialógica de los miembros de una cibercomunidad, que de esta forma consolidan y refuerzan los lazos de construcción y perpetuación de las cibercomunidades. Es por ello que para poder elaborar una teoría y definir las prácticas de la ciberanimación es necesario analizar

cuáles son las dinámicas identitarias que se proyectan en el ciberespacio así como conocer cuáles son los mecanismos de creación y consolidación de representaciones identitarias en la Red.

Desde su primera obra “El segundo yo” (1984), Turkle ha analizado cómo los distintos usuarios generan representaciones identitarias con las que hacerse presentes en la Red, y cómo éstos interactúan en el espacio digital a través de las identidades generadas. Los estudios de esta autora han constituido durante años una referencia inevitable a la hora de comprender las dinámicas identitarias propias del ciberespacio.

Turkle (1997)³ analiza en qué medida el ciberespacio condiciona la representación de la realidad. La tecnología condiciona nuestra visión del mundo y de las relaciones que establecemos, tanto en el universo virtual como en los entornos más cotidianos. Como afirma Turkle: “*Las tecnologías de la vida cotidiana alteran nuestra manera de ver el mundo*”.

Para Turkle, el ciberespacio se nos presenta como un espacio del anonimato donde los individuos se esconden tras la máquina, generando y eligiendo su propia identidad, que puede ser real o ficticia, a través de la cual deciden establecer lazos de comunicación en el universo virtual. Cada individuo, usuario del ciberespacio, puede decidir y crear su propia identidad, identidad que le va a permitir interactuar y comunicarse en la Red desde un posicionamiento individual, elegido por él mismo, adoptando un rol virtual liberado de condicionantes socioculturales. De esta manera cada uno de los usuarios de la Red genera su propia identidad en cuanto a edad, género, etnia y posicionamientos

³Turkle, Sherry (2011): *Identidades en el ciberespacio*. En <http://biblioweb.sindominio.net/telematica/mud.html> (21/07/11)

culturales y vitales.

Para analizar la construcción de la identidad en Internet Turkle se fija en los MUD: *“En los MUD (siglas de multiuser dungeons o multiuser domains), participantes de todo el mundo, cada uno con su aparato individual, forman colectivos conectados, comunidades que sólo existen en el ordenador. Los MUD son realidades virtuales sociales, en las que participan cientos de miles de personas”*. (Turkle, 1997)

Es a partir del anonimato que los individuos crean unas identidades descentralizadas, no condicionadas socialmente y con un carácter multiforme: *“El anonimato de los MUD (sólo se conoce al usuario por el nombre que asigna a sus personajes) deja mucho espacio para que los individuos expresen aspectos inexplorados de sí mismos”*. Estos aspectos relacionados con la autoestima, los sentimientos más íntimos, los valores y creencias, pueden expresarse en la Red libres de prejuicios socioculturales.

Los participantes pueden decidir y asumir su propia personalidad, suplantarla o crear una nueva identidad. En este sentido Turkle analiza este tipo de juegos para poder entender las identidades en el ciberespacio, llegando a la conclusión de que: *“Los juegos ofrecen oportunidades incomparables para jugar con la propia identidad y «probar» otras nuevas”*.

Pero, como también explica Turkle, la construcción de la identidad personal va mucho más allá, pues afecta no sólo a la construcción de un personaje sino sobre todo a la construcción de las propias historias personales en la Red: *“Al participar en ellos, los jugadores no sólo se convierten en autores de un texto, sino en autores de sí mismos, construyendo sus personalidades mediante la interacción social”*.

Este juego de identidades tiene su proyección en el espacio de las relaciones socioculturales pues provoca nuevas representaciones con las que afrontar las dinámicas sociales, nuevas representaciones ante las cuales mujeres y hombres se han de repositonar: *“Además, al interferir con nuestras ideas tradicionales sobre la identidad y la autenticidad, el ciberespacio pone a prueba nuestro concepto de la responsabilidad”*.

Turkle apunta como nos encontramos ante una nueva época marcada por una nueva cultura de la comunicación basada en la representación de estas identidades en el ciberespacio: *“Los MUD son objetos para pensar en la personalidad en una cultura de simulación. Sus habitantes son los pioneros de nuestra época”*.

Esta visión tradicional de las identidades en Internet, presente en los primeros años de desarrollo de la Red, ha ido evolucionando con los años y a través del desarrollo de las herramientas interactivas y de la apropiación de Internet por parte de los usuarios.

Más recientemente, la generalización de las redes sociales y en concreto de aquellas que hacen hincapié en la representación de la propia identidad en el ciberespacio: MySpace, Twitter, Tuenti o Facebook, han demostrado cómo los individuos proyectan una identidad en la Red que combina sus deseos de intimidad, sus identidades multiformes y la búsqueda de una comunicación interpersonal como base para la interacción, la relación y la creación de estructuras más sólidas de intercambio y cooperación. A partir de la búsqueda de la afirmación de la autoestima individual, los usuarios de la Red proyectan sus identidades estructurando múltiples lazos de relación y socialización.

2.3.1. De las identidades locales a la interculturalidad

Las identidades locales son factores de cohesión social, adaptación e inserción en el entorno sociocultural. Las identidades locales son a la vez constitutivas del sentimiento de pertenencia que ofrece una seguridad y estabilidad emocional a los individuos al sentirse parte de una comunidad, al tiempo que se constituyen en motor de las dinámicas socioculturales capaces de generar tejido social y una unidad de acción en cuanto grupo social.

Como señala Zallo (2000)⁴: *“La identidad cultural, el sentido de pertinencia y diferencia, es un factor subjetivo principal en el perfil de las sociedades modernas... Es la autopercepción del Nosotros como comunidad y como agente y la percepción de los otros.”*

Para este autor, las identidades son fruto de la historia y el entorno vital, pero: *“también la suma de las identidades internas y la conformidad básica de un cierto horizonte a compartir”*.

Las identidades son los elementos vertebradores de las comunidades locales, comunidades que para Zallo *“...se estructuran alrededor de las representaciones y la gestión de sus problemas cotidianos”*.

Podemos afirmar que las identidades locales se estructuran a partir de:

- a) Una historia y un entorno vital compartido.
- b) La suma de las identidades internas que se estructuran alrededor de las representaciones de la realidad vital compartida.
- c) Unas imágenes y representaciones colectivas.

⁴En Zallo, Ramon (2000): *La construcció d'un nou espai de comunicació*. Idees 8-2000. UOC. Barcelona

- d) Una gestión compartida de los conflictos de la vida cotidiana.
- e) Un proyecto vital de futuro común.

Estos elementos, de índole cultural y económica, configuran las identidades locales como mecanismos de identificación y pertenencia a una colectividad con unas dinámicas socioculturales propias y compartidas.

Las identidades locales son un elemento necesario para la creación de una conciencia crítica, el compromiso, la participación y la iniciativa en la creación del tejido social así como en la potenciación de los proyectos de desarrollo de las diversas comunidades humanas.

Como contrapartida, en situaciones límite la identidad local puede convertirse en elemento de autodefensa, enfrentamiento entre colectivos sociales, grupos étnicos o comunidades indígenas con el peligro de generar procesos de exclusión, intolerancia y racismo.

Desde la óptica de la economía globalizada y su filosofía de mercado, las identidades locales se presentan como elementos perturbadores tendentes a la fragmentación de mercados, el consumo crítico y racional, y a la potenciación de los productos locales en detrimento de los globalizados y, en definitiva, a un descenso en el consumo y en la creación de riqueza.

Como afirma Merino Fernández (2009: 65), las identidades responden a fenómenos individuales que confluyen en dinámicas colectivas. Para este autor: *“La identidad cultural siempre debe ser un proceso de aprendizaje y toma de decisiones”*. Sin negar la influencia de factores como las raíces territoriales, étnicas, religiosas o lingüísticas, las identidades se producen por procesos de aprendizaje, reflexión sobre la realidad,

representación de la misma y toma de decisiones, de carácter personal, que configuran el autoconcepto y la autoestima individual al tiempo que consolidan lazos de solidaridad y cohesión colectiva. Las identidades culturales se construyen a partir de decisiones autónomas de los individuos que, en la búsqueda de la consolidación de su propia autoestima, construyen representaciones y creaciones, de carácter individual, con las que dar significado e interpretar sus vivencias más cotidianas. Y, en la medida que convergen con otras identidades y constructos individuales, conformar representaciones y creaciones colectivas que configuran la cultura como fenómeno de identidad común, y la creación cultural como expresión de las representaciones compartidas de la realidad con una dimensión múltiple e intercultural.

El ciberespacio, en tanto que posibilita una globalización de las redes de comunicación, multiplicando los contactos, diversificando las redes de interacción y desterritorializando las estructuras comunicativas, que se nos presentan desde una nueva dimensión como no lugares para la comunicación, genera una cibercultura interactiva y globalizada que se nos ofrece como un nuevo espacio global para la creación de identidades de carácter universal y múltiple.

Es por ello que, mientras unos autores y colectivos sociales abogan por un nuevo orden internacional que tenga en cuenta las identidades locales, las economías regionales y los productos manufacturados en consonancia con una identidad local, otros autores abogan por compaginar de forma responsable la economía globalizada con los mercados y las identidades locales, las culturas nacionales e indígenas, como fórmula para la estabilidad

sociocultural y el desarrollo sostenible, es la llamada economía glocal.

Zallo (2000) señala que: *“No podemos olvidar tampoco que, paralelamente al fenómeno de la globalización, aunque en menor grado, los fenómenos de la localización y la descentralización son también tendencias fuertes”*, abogando claramente por una cultura y una economía globalizada que sea capaz de respetar, integrar y desarrollar los elementos de las culturas y las identidades locales de cada uno de los pueblos y las colectividades que participan de los procesos socioculturales de la sociedad globalizada.

2.3.2 Las identidades netmodernas, identidades “glocales”

Por otra parte García Canclini (1995)⁵, señala la diferencia entre las identidades modernas y las posmodernas. Según este autor: *“Las identidades modernas eran territoriales y casi siempre monolingüísticas”*, mientras que *“las identidades posmodernas son transterritoriales y multilingüísticas”*.

Con la generalización de Internet y la cultura digital aparece el concepto de netmodernidad como paradigma que caracteriza las representaciones sociales de la cultura digital. En consecuencia podemos hablar de unas identidades netmodernas. (Osuna, 2009)

Unas identidades netmodernas que se caracterizan por:

⁵ García Canclini, Néstor (1995): *Consumidores-y-ciudadanos*. En: http://coleccion.educ.ar/coleccion/CD18/contenidos/informacion/marco/pdf/canclini_introduccion.pdf

- a) Una representación globalizada e intercultural de la realidad social.
- b) La conectividad como modelo de interacción en el ciberespacio.
- c) La confluencia de intereses e inquietudes en el espacio digital.
- d) El ciberactivismo y la autoría colectiva y múltiple.
- f) La interactividad como modelo de comunicación horizontal entre iguales.
- g) La acción social asincrónica y colaborativa.

Así, a la hora de concebir las identidades culturales en la sociedad digital hemos de tener en cuenta esta doble visión que estos autores apuntan. La coexistencia en una misma comunidad de identidades modernas ligadas a la lengua, la tradición y el territorio con identidades globalizadas, desterritorializadas, interculturales, sustentadas sobre nuevas afinidades, nuevos vínculos de interés, sobre fenómenos mediáticos ligados a las modas y a las nuevas tecnologías de consumo cultural, así como en nuevas formas de interactividad que establecen nuevos vínculos y solidaridades en la Red.

Estos fenómenos nos ayudan a comprender tanto la identidad global como la identidad local y su interacción en tanto que identidades locales como fórmula más adaptada a la realidad sociocultural de la Sociedad del Conocimiento.

Como aporta Lévy (2004: 159): *“El ciberespacio representa una especie de objetivación tecnológica del espacio común de significación de la Humanidad, una actualización del espacio virtual que supone el lenguaje y la cultura.”* Es por ello que este autor, desde la óptica de las identidades, aboga por *“... una formación política cooperativa, favorable a las identidades*

culturales múltiples, regionales o de cualquier otro tipo". (Lévy, 2004: 167)

Estas identidades culturales múltiples, sin obviar los fenómenos de localización de los que hablaba Zallo, se estructuran a partir de los fenómenos de cohesión e identificación que configuran las comunidades virtuales como espacios desterritorializados de cooperación e interactividad generadores de una nueva ciudadanía.

Las identidades locales son factores de cohesión social, adaptación e inserción en el entorno sociocultural. Las identidades locales son a la vez constitutivas del sentimiento de pertenencia que ofrece una seguridad y estabilidad emocional a los individuos al sentirse parte de una comunidad, al tiempo que se constituyen en motor de las dinámicas socioculturales capaces de generar tejido social y una unidad de acción en cuanto grupo social.

Conviviendo con ellas las identidades culturales múltiples se estructuran como factores de convivencia, interculturalidad, intercomunicación e interactividad, como elementos claves para el desarrollo de dinámicas de creación de una ciudadanía global solidaria, tolerante y cooperativa, de una conciencia social globalizada.

La confluencia de las identidades locales y las identidades múltiples genera las llamadas identidades glocales que se nos presentan como factores de cohesión social y de desarrollo sostenible de las diferentes comunidades humanas.

Estas identidades glocales aprovechan las potencialidades del ciberespacio como lugar de conexión, intercambio e interactividad para proyectar sobre los espacios vitales acciones solidarias que, basadas en la consolidación de lazos de pertenencia, consoliden las identidades individuales y locales al

tiempo que desarrollan una identidad intercultural global que se fundamenta sobre la tolerancia, el respeto y la comprensión de los derechos individuales y locales, la solidaridad, la cooperación y la sostenibilidad como elementos constituyentes de una identidad universalizada.

2.4. La participación en el ciberespacio

La participación social es una exigencia democrática, no hay nada que justifique unas estructuras de comunicación y organización social no participativas. En la sociedad digitalizada la participación se ha convertido en el eje central de la cibercultura. La conectividad en red, el intercambio de información, el intercambio de archivos, la misma cultura del software libre, han contribuido a crear una nueva cultura de la participación en la que la creación y la producción cultural han pasado de ser un bien de consumo a ser un bien compartido en red de forma colaborativa, tal y como siguiendo a Adell hemos explicado en el capítulo dos del presente estudio.

La participación no supone una obligación para los ciudadanos pero, perseverando el derecho a la individualidad, se convierte en una premisa indispensable para el establecimiento de la comunicación y la generación de redes sociales en el ciberespacio. Es esta premisa participativa la que posibilita una nueva cultura de la democracia digital.

La participación social permite la construcción colaborativa de estructuras sociales solidarias. La estructuración de un tejido social sostenible se fundamenta en actitudes y prácticas participativas que faciliten procesos de desarrollo

sociocultural cooperativos fundamentados en la coautoría de acciones de transformación social.

La participación se fundamenta sobre representaciones compartidas de la realidad creadas y consolidadas a través de un análisis crítico de la vida cotidiana. La participación se concreta en acciones tales como:

a) Aportar las ideas, opiniones, sentimientos e inquietudes individuales a la comunidad social.

b) Tomar parte del debate social de una forma activa, crítica y dialógica.

c) Participar de la toma de decisiones de una forma libre, autónoma y creativa como consecuencia del debate y del análisis crítico de la realidad.

d) Asumir de forma responsable los riesgos de cada una de las decisiones adoptadas de forma colaborativa.

e) Realizar un seguimiento de las decisiones colectivas adoptadas, asumiendo sus consecuencias, cumpliendo los acuerdos e identificándose con ellos, incluso en el caso de no haberlos defendido en los procesos de toma de decisión.

En este sentido la participación se convierte en una actitud activa de compromiso e identificación con los procesos colaborativos de estructuración de las cibercomunidades.

Desde el punto de vista de la participación, las cibercomunidades se estructuran a partir de:

– Un **espacio de comunicación** que permita establecer el contacto necesario para generar procesos participativos: foros, web 2.0 o redes sociales son algunos de estos espacios que posibilitan la participación en el ciberespacio.

- La **capacidad de compartir libremente datos y archivos multimedia** en red. En este sentido es fundamental la capacidad del servidor y las características de los terminales para facilitar este tipo de intercambio, factores como el ancho de banda, la velocidad de transferencia de datos o la memoria de almacenamiento y transferencia, entre otros, van a ser variables tecnológicas que condicionan la participación.
- La **posibilidad de hacerse visible en la Red**, mediante la edición de textos multimedia con los que los individuos y las colectividades sociales se hacen presentes en el ciberespacio rompiendo los estereotipos sociales y creando su propia representación en el espacio virtual. En este sentido la web 2.0 y los lenguajes y software que permiten la autoedición van a ser factores determinantes que facilitan la participación.
- La **posibilidad de participar en foros de debate y toma de decisión** tanto desde el punto de vista micros social que supone el debate que genera el propio entorno web, como a nivel macrosocial en el debate sobre las finalidades y el devenir de las cibercomunidades sociales. En este sentido factores tales como la arquitectura del ciberespacio, el software utilizado, la accesibilidad a los entornos digitales son elementos que posibilitan la participación y que son posibilitados por los diseñadores de software y los webmaster como agentes de decisión política sobre la estructura y función de los espacios digitales.
- La **capacidad de crear proyectos colaborativos**, proyectos en los que los distintos actores trabajen sobre los mismos objetivos colectivos, en los que los miembros de la cibercomunidad puedan aportar su creatividad individual a una producción común, proyectos en que la autoría se produce de forma cooperativa, tanto

en su proceso de análisis, creación e identificación como con el texto multimedia final resultante. De esta manera la existencia y accesibilidad a un software colaborativo que permita la creación cooperativa en red es fundamental para asegurar este nivel de participación.

Desde la óptica de las herramientas digitales (código y software), la participación se genera y posibilita a través de múltiples herramientas. Foros, chats, multiconferencias, muros de contactos y noticias, herramientas de intercambio de archivos, páginas de autoedición, software colaborativo, entre otros, son los instrumentos digitales que utilizan habitualmente las redes sociales y las cibercomunidades para facilitar la participación social.

Ferrés (en Aparici, 2010: 251) desarrolla los principios de la cultura participativa en red de la que habla Jenkins (2008) estableciendo siete niveles de participación.

En primer lugar nos habla de unos niveles primarios de participación, para Ferrés estos primeros niveles son:

1º ***“La participación mediante el juego de interferencias”***, como juego de interacciones entre agentes emisores y receptores mediatizados por las tecnologías de la comunicación.

2º ***“La participación emocional”***, en cuanto encuentro afectivo, proyección de la individualidad y *“liberación emotiva”*.

3º ***“La participación inconsciente”***, se encuentra en la convergencia de los elementos racionales elaborados y los irracionales mucho más intuitivos e identitarios.

Por su parte, como niveles más complejos o superiores de la participación este autor nos describe los siguientes:

4º ***“Participación mediante la interactividad tecnológica”***, en un proceso emerec (J. Cloutier, 1975) en el que los distintos agentes intercambian los roles de emisor y receptor en una relación horizontal de igual a igual.

5º ***“La participación mediante la relación”***, propia de las redes sociales, fundamentado en un flujo constante de relaciones sobre la base del “conectar y compartir”.

6º ***“La participación en la construcción de la inteligencia colectiva”***, en cuanto creación de un saber compartido mediante comunidades de conocimiento que generan el saber de forma colaborativa.

7º ***“La participación para la transformación del entorno”***, en cuanto toma de conciencia y compromiso vital con la realidad social (Freire).

Si bien todos los estadios de la participación que hemos ido analizando son propios y constituyentes de la vida democrática y solidaria de las organizaciones sociales, son estos últimos estadios los que contribuyen a generar las dinámicas socioculturales necesarias para la construcción de un tejido social y el desarrollo de las comunidades humanas constituyendo la base necesaria para la implantación de la ciberdemocracia.

2.4.1. Ciberdemocracia

La generalización de las tecnologías de la comunicación y su uso como tecnología doméstica para el intercambio, la búsqueda de información, la expresión de ideas y opiniones, la gestión de procesos administrativos o la participación en foros de debate y decisión, suponen la aparición de un nuevo paradigma para

entender y estructurar la participación ciudadana y el gobierno de lo local.

Las tecnologías de la comunicación, el uso individualizado del ordenador y la conexión en red permiten pensar en un nuevo paradigma para la participación ciudadana y la democracia, un nuevo paradigma donde la democracia directa y la participación de todos y cada uno de los ciudadanos y ciudadanas sea una realidad.

García Canclini (1995)⁶ afirma que una de las características de la nueva escena sociocultural que la Sociedad del Conocimiento pone de manifiesto es: *“El pasaje del ciudadano como representante de una opinión pública al ciudadano como consumidor interesado en disfrutar de una cierta calidad de vida.”*

Este fenómeno da lugar a una nueva concepción de la ciudadanía. Ante la concepción moderna del ciudadano que posee lo necesario en una sociedad en la que *“El valor simbólico de consumir “lo nuestro” estaba sostenido por una racionalidad económica”*, se pasa en la sociedad posmoderna de la economía globalizada al concepto de un nuevo ciudadano que intenta poseer lo deseable, en una nueva lógica socioeconómica donde el individuo trata de combinar: *“lo pragmático y lo disfrutable”*.

Este fenómeno da lugar a un nuevo concepto de ciudadanía en la que *“ser ciudadano no tiene que ver sólo con los derechos reconocidos por los aparatos estatales a quienes nacieron en un territorio, sino también con las prácticas sociales y culturales que dan sentido de pertenencia”*.

⁶García Canclini, Néstor (1995): *Consumidores y ciudadanos*. En: http://coleccion.educ.ar/coleccion/CD18/contenidos/informacion/marco/pdf/canclini_introduccion.pdf

Esta nueva ciudadanía no depende únicamente, como la definió la modernidad, de la existencia de un sistema de derechos y deberes que estructuran la vida comunitaria y que identifican al individuo como ciudadano activo, sino que es definida, en términos posmodernos como un posicionamiento del individuo en relación a los bienes materiales e inmateriales que genera la comunidad. Este posicionamiento de individuos y grupos supone el surgimiento de una nueva cultura que redefine lo público y lo privado estableciendo nuevos espacios para la toma de postura activa en el entramado ciudadano. Supone una nueva forma de adquirir la ciudadanía, una nueva cultura donde el consumo se convierte en una nueva forma de reflexión crítica y apropiación reflexiva de la realidad.

Bajo la concepción de que *“Consumir es hacer más inteligible un mundo donde lo sólido se evapora”* (García Canclini, 1995), el consumo se presenta como una nueva forma de acceso a la ciudadanía consciente. No obstante, para este autor, para poder identificar consumo con ciudadanía es necesario que se cumplan estos tres requisitos:

- a) *“Una oferta vasta y diversificada de bienes y mensajes representativos de la variedad internacional de los mercados, de acceso fácil y equitativo para las mayorías.*
- b) *Información multidireccional y confiable acerca de la calidad de los productos, con control efectivamente ejercido por parte de los consumidores y capacidad de refutar las pretensiones y seducciones de la propaganda.*
- c) *Participación democrática de los principales sectores de la sociedad civil en las decisiones del orden material, simbólico, jurídico y político donde se organizan los consumos”.*

De esta manera el consumo abandona la concepción simplista de actividad compulsiva, irresponsable y alienante, para ser concebido como una acción ciudadana crítica, responsable y organizada, de control, organización y apropiación ordenada de los recursos, bienes y servicios de una comunidad local en el marco de una economía globalizada. Una acción ciudadana que se fundamenta en la información multidireccional y la participación democrática, y que supone una toma de postura por la participación activa en la distribución de bienes y recursos para el desarrollo socioeconómico.

Evidentemente, esta concepción de la ciudadanía supone tanto un replanteamiento y reposicionamiento de los espacios públicos y privados como una nueva ética de mercado que prime el desarrollo comunitario y la sostenibilidad como elementos reguladores de las dinámicas comerciales.

Lévy (2004: 10), al definir la ciberdemocracia a partir de la creación de nuevos espacios públicos basados en la transparencia informativa, la cultura de la diversidad y la ética de la conciencia colectiva, señala cómo *“La ciberdemocracia planetaria que está surgiendo encuentra igualmente su modo de expresión en el consumo consciente y en la inversión social responsable, es decir, en el control directo de la economía por parte de los ciudadanos, algo que la transparencia característica del ciberespacio comienza a hacer posible”*. Este autor reafirma la función social del mercado como elemento democratizador cuando afirma que *“...los fines cívicos o políticos pueden ejercerse por mediación del mercado”* (Lévy, 2004: 122), abogando por un modelo responsable, sostenible y consciente aplicado al mercado de los bienes de consumo, al mercado de inversión y al mercado de trabajo. En este sentido, el autor nos

habla de la ética de la conciencia colectiva que define los nuevos espacios públicos que estructura la ciberdemocracia, conciencia colectiva que se fundamenta en la transparencia digital que las estructuras comunicacionales de la Sociedad Red permiten. De esta manera concluye: *“Cuanta más transparencia tengan los mercados –es decir, cuanto más carácter virtual tengan-, de más poder dispondremos. En esto consiste la nueva esfera de diálogo de los hombres, un lugar en el que se mezclan el espacio público y el mercado.”* (Lévy, 2004: 126)

Podemos concluir, junto a García Canclini (1995), que: *“Vincular el consumo con la ciudadanía requiere ensayar una reubicación del mercado en la sociedad, intentar la reconquista imaginativa de los espacios públicos, del interés por lo público. Así el consumo se mostrará como un lugar de valor cognitivo, útil para pensar y actuar significativa, renovadoramente, en la vida social”.*

En la misma perspectiva de la búsqueda de una participación cívica y sociopolítica de los ciudadanos, Mota (2005) ha analizado el uso de las tecnologías digitales y las potencialidades del ciberespacio para el desarrollo de nuevos modelos de democracia participativa en la gestión de las políticas locales. En la introducción del estudio el profesor Martins afirma: *“Son estas promesas de un paraíso participativo, unas más que otras, que ejerce un nuevo ciudadano como producto de una nueva praxis democrática, ayudada por las nuevas tecnologías de la información.”* (Martins en Mota, 2005: 11)

Castells (2001: 388-389), a partir de su análisis de la sociedad de la comunicación y el conocimiento, señala tres tendencias que considera fundamentales para el desarrollo de una nueva política de democratización de la vida social:

- La primera es la recreación del universo y la identidad local: *“En muchas sociedades de todo el mundo, la democracia local parece florecer, por lo menos en términos relativos a la democracia política nacional”*.
- La segunda tendencia la constituye la *“oportunidad que ofrece la comunicación electrónica para incrementar la participación política y la comunicación horizontal entre los ciudadanos”*.
- La tercera tendencia es *“el desarrollo de una política simbólica y de movilización en torno a causas no políticas...”*

Va a ser la generalización de canales digitales para la conectividad, la información, la comunicación y la gestión de datos, así como la posibilidad de una participación ciudadana directa y universalizada a través de la Red, la que va a estructurar este nuevo paradigma para la democracia local directa. Un paradigma que, si bien en estos momentos todavía está en ciernes como utopía de un nuevo *“paraíso participativo”*, está ya implementándose a través de prácticas como:

- a) La gestión digital de procesos y expedientes administrativos.
- b) La mejora de la democracia participativa.
- c) La democracia directa, a través de foros, la opinión o el voto digital.
- d) La práctica del llamado e-government, en cuanto a mecanismos de comunicación bidireccional, acceso a la información, gestión de procesos e incluso de participación en el debate político.

No obstante, si bien es cierto que las tecnologías están abriendo vías para una nueva concepción de la participación y el gobierno local, no es menos cierto que el desarrollo de la democracia pasa por generar representaciones colectivas de lo

público, de la solidaridad, de la inclusión social y de la comunidad, representaciones que generen actitudes de tolerancia, participación y acción social colaborativas que están en la base de las prácticas de una democracia social participativa e inclusiva. De igual modo la generalización y la accesibilidad a la información, la comprensión de los fenómenos sociales y en consecuencia el conocimiento de los factores y dinámicas que configuran la realidad sociocultural son elementos constitutivos de la calidad de nuestros sistemas de participación democrática (Innerarity, 2011). El acceso generalizado al conocimiento, el análisis crítico, la capacidad de manejar los datos necesarios para una participación libre y consecuente en el debate y la toma de decisión social son elementos imprescindibles para la consolidación de las estructuras democráticas de participación y gestión de la vida comunitaria.

2.4.2. Conectivismo y autoorganización social

El conectivismo en cuanto capacidad de los individuos y las colectividades de estar en contacto permanente, de acceder a la información y al debate social, superando los condicionantes espacio-temporales y los monopolios informativos, es una de las características de la sociedad netmoderna que facilita el acceso de los individuos a la información, al debate, a la toma de decisión y a la acción colaborativa, optimizando de esta manera las dinámicas de participación necesarias para la práctica de una auténtica democracia participativa, solidaria e inclusiva. El conectivismo se convierte así en el garante tecnológico de las posibilidades que la Red ofrece para el desarrollo de la ciberdemocracia: *“El conectivismo es la integración de principios*

explorados por las teorías del caos, redes, complejidad y autoorganización.” (Siemens, G., en Aparici, 2010: 84)

El conectivismo parte de una opción individual, una voluntad de acceso a la Red. Pero el conectivismo también presupone unas condiciones tecnológicas que aseguren el contacto y la interacción.

A partir de esta voluntad individual y esas condiciones tecnológicas, el conectivismo se estructura sobre unas situaciones “problematizadoras” compartidas, unos intereses e inquietudes comunes y una voluntad de autoorganización que se alimenta de dinámicas interactivas de debate, análisis y toma de decisiones.

Siemens esgrime, entre otros, como principios del conectivismo (en Aparici, 2010: 85):

“El aprendizaje y el conocimiento dependen de la diversidad de opiniones.

El aprendizaje es un proceso de conectar nodos o fuentes de información especializados.

La capacidad de saber más es más crítica que aquello que se sabe en un momento dado.

La toma de decisiones es, en sí misma, un proceso de aprendizaje.”

Desde el punto de vista de las organizaciones el conectivismo genera dinámicas de autoorganización social y estructuración del tejido ciudadano, dinámicas que siguen flujos aleatorios e interconectados que estructuran y desarrollan redes sociales a partir de situaciones vitales problematizadoras, generando el debate social, el análisis crítico colaborativo y la toma de decisiones participativas que contribuyen a generar un tejido social solidario y cooperativo.

La conectividad se fundamenta en el establecimiento de nodos de comunicación, es optimizada por las tecnologías digitales y se desarrolla a partir del dialogo, el análisis y la toma de decisiones críticas que suponen acciones de aprendizaje, conocimiento y autoorganización social.

El conectivismo configura los mecanismos de comunicación y organización social en el siglo XXI, como afirma Aparici (2010: 34): *“A partir de este nuevo siglo, los individuos forman redes, se organizan, articulan movimientos y acciones desde el ciberespacio a los espacios reales y dentro del propio ciberespacio.”*

En el último año la generalización de las redes sociales y las terminales móviles, en la mayoría de los casos el smartphone, pero también la tablet o la PSP, han revolucionado la forma de conectar a los ciudadanos y de gestionar los flujos de información. Como afirma Kirkpatrick (2011: 395): *«Facebook está cambiando nuestro concepto de comunidad, tanto a nivel local como a nivel planetario». «...apunta a un movimiento hacia un tipo de conectividad universal»*. Esta afirmación la podemos hacer extensiva a otras redes sociales, Twitter, Tuenti, Youtube..., así como al uso de las terminales móviles multimedia.

Uno de los principales cambios que introduce esta nueva perspectiva de las redes sociales es la presencia de los factores identitarios. Si en un primer momento Internet favorecía la creación de identidades ficticias que ocultaban nuestro verdadero yo, esta nueva concepción de la interactividad en red hace necesaria la identificación de los usuarios. El usuario necesita hacerse visible en la Red a partir de un mínimo de rasgos identitarios que le van a permitir el contacto y la interacción posterior. Otra de las características de esta nueva generación de

redes comunicativas es la transparencia y la veracidad como factores que estructuran una comunicación más horizontal en la que el usuario pasa a ser productor, editor y distribuidor de contenidos. Como aporta Kirkpatrick (2011: 397) «...*el intercambio y la transparencia se estaban convirtiendo en elementos inherentes a la experiencia moderna.*»

No obstante estas redes sociales funcionan y generan flujos comunicativos cuando se produce lo que Kirkpatrick (2011: 17) denomina como el efecto Facebook: «*El efecto Facebook ocurre cuando el servicio pone en contacto a las personas de manera a menudo inesperada, sobre una experiencia, un interés, un problema o una causa común.*». Es entonces cuando confluyen estos elementos identitarios o de representación compartida, cuando «*el programa Facebook convierte la información en viral*». Este fenómeno lo recoge también Nuñez (2011) al hablar de la estrategia del pingüino en cuanto fenómeno aleatorio que genera dinámicas comunicativas y de acción a partir de la confluencia casual de problemáticas, inquietudes e intereses comunes en la Red.

De esta manera podemos observar cómo la confluencia de representaciones sociales e identidades individuales se convierte en el motor para un encuentro en la Red de intereses, inquietudes y propuestas de actuación, encuentro que, optimizado por unas posibilidades de conectividad global, deslocalizada e instantánea, permite una relación interactiva que se está convirtiendo en un nuevo poder ciudadano y de alguna manera en la base para una nueva democracia.

Este fenómeno lo recoge Kirkpatrick (2011: 393) cuando afirma: «*En definitiva, la visión de Mark Zuckerberg consiste en dotar de poder al individuo*». Y para ello las redes sociales lo que

pueden hacer es: «...aportar herramientas a las personas para permitirles comunicarse de manera más eficiente y prosperar en un mundo en el que cada vez nos rodea más información».

Esta nueva realidad comunicativa se ha hecho patente en las revoluciones del norte de África o en las movilizaciones del 15M en España donde la conectividad, el flujo de la información, la generalización de los foros de debate y las propuestas colaborativas en red se han hecho posibles gracias al acceso generalizado a las redes sociales y a la conectividad permanente facilitada por el uso de terminales móviles.

Podemos afirmar que tanto la generalización de las redes sociales como el uso de los terminales móviles supone una nueva representación de la conectividad y las dinámicas comunicativas en red.

Las redes sociales conectan individuos, interconectan redes locales y globales para una comunicación universalizada, crean lazos de credibilidad, fiabilidad e identificación, permitiendo optimizar y seleccionar la información a partir de un auténtico maremágnum de flujos de información y datos.

Pero las redes sociales, unidas al efecto deslocalizador de los terminales móviles que permiten una emisión, recepción y distribución de flujos de información *in situ* y en tiempo real, han dado lugar a un nuevo paradigma comunicacional caracterizado por:

a) La localización permanente de los cibernautas, localización *in situ* y en tiempo real que permite una conectividad y una interactividad instantánea y deslocalizada, en contraposición a la deslocalización y las desconexiones temporales que suponían las terminales fijas, incluido el ordenador portátil.

- b) Asegurar la conectividad en todo momento y lugar, permitiendo así una interacción y una acción solidaria ininterrumpida.
- c) Permitir un acceso privilegiado a la información, facilitando una selección individualizada de fuentes, canales y datos. Igualmente esta individualización de las opciones de flujo y acceso a la información posibilita un contraste de la información recibida incrementando las tasas de fiabilidad y veracidad en el acceso a los datos.
- d) Igualmente facilita una interactividad instantánea «punto a punto», la participación en tiempo real en el debate, en la toma de decisión y en la acción colectiva.

Estas características de este nuevo paradigma de la participación y el activismo social en el ciberespacio han sido asumidas por los diferentes agentes sociales, organizaciones e individuos, que progresivamente, y de una manera generalizada, incluyen en sus espacios web la conexión con las distintas redes sociales, de manera que estas faciliten y optimicen los flujos de información, los espacios para el debate y la acción social colaborativa.

2.4.3. De las redes sociales a las comunidades inteligentes

Las redes sociales se presentan como paradigma de estructuración del tejido social en la sociedad digital. Las redes sociales se definen como estructuras compuestas de nodos unidos por ciertas relaciones e interdependientes a varios niveles. Las redes sociales se estructuran en Internet a partir de un software específico y unas plataformas virtuales *on-line* que permiten el desarrollo de una serie de funciones comunicativas concretas. Las redes sociales aseguran una conectividad mediatizada por los nodos o enlaces entre redes, conectividad que facilita a su vez un flujo de

información globalizado y en tiempo real. La estructura de las redes sociales asegura la conexión fática entre individuos y colectividades, una conexión necesaria para el establecimiento de la comunicación y la posterior estructuración de cibercomunidades solidarias y comprometidas con el desarrollo y la sostenibilidad del sistema. No obstante, esta conexión primaria no asegura la estructuración y desarrollo de las cibercomunidades. Son elementos ajenos al software y los lenguajes digitalizados los que se constituyen en elementos de cohesión de estas comunidades. Son factores mucho más sólidos, relacionados con la expresión individual y colectiva, con la empatía y la alteridad, con el desarrollo y cohesión de identidades colectivas, con la dialogicidad, con el desarrollo de la autoestima y los sentimientos de pertenencia, con la participación y la toma de decisiones colaborativas, los que contribuyen, de una manera más decisiva, a consolidar las dinámicas de desarrollo de las estructuras cibercomunitarias tan necesarias para la estructuración del tejido social y para el desarrollo de una sociedad democrática y sostenible.

Las redes sociales según Cierco (en Aparici, 2010: 20):

- *“Permiten dinamizar las organizaciones.*
- *Se comparten ideas e iniciativas y se genera un nuevo conocimiento.*
- *Se establecen nuevas relaciones horizontales entre diferentes estamentos o departamentos.*
- *Se generan sinergias en tiempo real y se favorece la participación.*
- *No son foros.*
- *Permiten compartir todo tipo de archivos.*

- *Se pueden establecer relaciones de complicidad”.*

Igualmente este autor afirma: *“Las redes sociales te permiten que una organización sea más inteligente y aprenda de sus usuarios.”*

Las redes sociales aseguran una conectividad global y globalizada que pone en relación a los individuos y a las organizaciones optimizando la versatilidad, la facilidad de acceso y la capacidad de intercambio de archivos multimedia. Estas características de las redes sociales, unidas a la convergencia de medios y la multiplicación y versatilidad de las terminales móviles para el acceso a la Red, se ponen al servicio de los individuos y las organizaciones para optimizar las dinámicas de participación, intercambio y colaboración de manera que rentabilicen su acción para presentarse en el entorno sociocultural como organizaciones sociales inteligentes.

Las redes sociales se nos presentan como comunidades inteligentes tal y como las define Lévy (2004) cuando hace referencia a la inteligencia colectiva como saber compartido y a las comunidades inteligentes como comunidades sociales capaces de detentar y desarrollar ese saber en beneficio de la democracia y el desarrollo humano.

Lévy (2004) explica cómo la inteligencia colectiva: *“Es una inteligencia repartida en todas partes, valorizada constantemente, coordinada en tiempo real, que conduce a una movilización efectiva de las competencias.”* Por su parte, este mismo autor, define la comunidad inteligente como *“la nueva figura de la sociedad democrática”*. Afirmando que *“La comunidad inteligente tiene por finalidad su propio crecimiento,*

*su densificación, su extensión, su regreso a sí y su apertura al mundo”.*⁷

La comunidad inteligente se nos presenta como un modelo de organización social colaborativa propiciada por el ciberespacio y que permite formas colectivas de organización democrática y de desarrollo de comunidades justas, inclusivas y sostenibles.

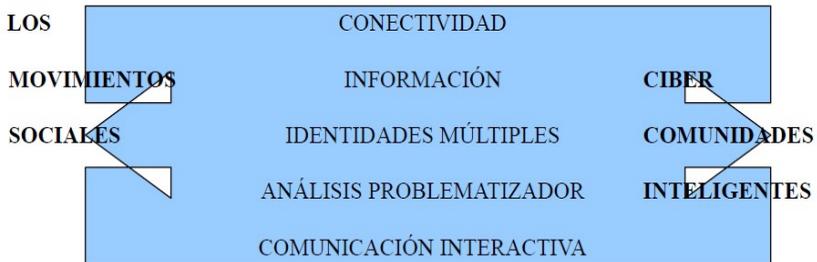
Valley, en el prólogo de Rheingold (2004: 13), define las multitudes inteligentes como: “...*grupos de personas que emprenden movilizaciones colectivas, políticas, sociales, económicas, gracias a que un nuevo medio de comunicación posibilita otros modos de organización...*”. Un poco más adelante Rheingold (2004: 18) afirma: “*Las multitudes inteligentes están formadas por personas capaces de actuar conjuntamente aunque no se conozcan*”.

Las multitudes inteligentes se estructuran pues como nuevos movimientos sociales que, de forma puntual más o menos estable, se autoorganizan como respuesta a una situación o acontecimiento social, vivenciado por el colectivo como problematizador, o a partir de intereses e inquietudes colectivas asumidas y desarrolladas como identidades comunes.

Pero también los movimientos sociales organizados, que son capaces de aprovechar y optimizar las potencialidades de conectividad, difusión de la información, desarrollo de identidades múltiples compartidas, análisis y respuesta colaborativa ante estímulos problematizadores convergentes y una comunicación multidireccional e interactiva, adquieren la capacidad de convertirse en cibercomunidades sociales de carácter inteligente.

⁷Lévy, Pierre (2004): *La inteligencia colectiva*,

<http://inteligencia colectiva.bvsalud.org/channel.php?lang=es&channel=8>; (06/03/11)



Cuadro 4: La transformación de los movimientos sociales en cibercomunidades inteligentes

Estas cibercomunidades inteligentes se estructuran a partir de las siguientes características:

- a) Utilizan la Red como medio de comunicación y organización.
- b) Fundamentan su acción a partir de una representación colectiva de la realidad social.
- c) Generan su intervención a través de unas identidades múltiples que se constituyen en el motor para su participación en el debate social.
- d) Utilizan la reciprocidad y la cooperación que les facilita la Red para generar proyectos de acción solidarios e interactivos.
- e) Se convierten en autores de contenido a través de discursos multimedia que se hacen presentes en el debate social.
- f) Se convierten en micropoderes cuya acción tiene un impacto directo en las dinámicas socioculturales de la comunidad.
- g) Son motores de desarrollo sostenible a través de la puesta en acción de sus objetivos y proyectos.

La Red se nos presenta como un entorno idóneo para la optimización y el impacto de la acción de los colectivos y las cibercomunidades inteligentes que asumen la cultura digital y se autoorganizan para la interconexión, la expresión y la visibilidad social, el debate y la participación en las dinámicas socioculturales comunitarias.

Tras la ruptura y la mutación que las tecnologías digitales producen sobre las coordenadas espacio-temporales de interacción, comunicación e identificación con los proyectos comunitarios, la Red se convierte en el entorno idóneo para el encuentro de individualidades, inquietudes, identidades y demandas colectivas, para la problematización de la realidad social, para el debate y la toma de decisión, así como para el desarrollo de proyectos colaborativos de estructuración de comunidades sociales solidarias, inclusivas y sostenibles.

La Red se convierte en el medio privilegiado para la estructuración de amplias redes de ciudadanía, para la interconexión de los distintos colectivos y movimientos sociales, para la creación de identidades compartidas, para el desarrollo de proyectos de cooperación, para la estructuración de acciones y movimientos sociales inteligentes capaces de intervenir en un mundo y una cultura globalizados, estando en disposición de conectar las culturas y las identidades locales con las dinámicas globalizadoras necesarias para la generación de proyectos solidarios de desarrollo y sostenibilidad.

Así como en la última década del siglo XX Rossel (1990) afirmaba que la tarea fundamental de la animación sociocultural era la búsqueda de puntos de encuentro y la creación de sinergias entre las redes sociales blandas: grupos informales, casinos, asociaciones vecinales, asociaciones culturales, con las redes

sociales de amplio espectro: movimientos sociales, sindicatos, partidos políticos, organizaciones no gubernamentales, grupos antisistema, etc., en la segunda década del siglo XXI en el contexto de la sociedad digital, la misión de la ciberanimación cobra sentido al utilizar la Red para potenciar el encuentro y la interactividad entre las comunidades virtuales primarias (foros de intereses, foros de afinidades, bloggers, webs 2.0, sustentadas por colectivos profesionales o de intereses y afinidades coincidentes) con las redes virtuales de amplio espectro (entornos de los movimientos sociales, económicos y políticos). De esta manera la ciberanimación se nos presenta como una acción mediadora en el ciberespacio que promueve la interconexión de redes actuando como nodo de conexión y facilitando, al mismo tiempo, el desarrollo de las identidades, la participación y la comunicación global.

Los movimientos sociales cumplen funciones relacionadas con la estructuración de las comunidades socioculturales. No obstante para poder desarrollar cibercomunidades inteligentes que sean capaces de optimizar las potencialidades del ciberespacio, para generar procesos de cohesión y desarrollo sociocultural, es necesario que este tipo de estructuras sociales sean capaces de pasar de unos primeros estadios relacionales caracterizados por la conectividad y la interacción a estados más complejos que permitan el análisis colectivo de la realidad social, la toma de decisión y la elaboración de respuestas colaborativas de desarrollo sociocultural.

3

CONTEXTOS, ACTORES Y ESTRATEGIAS DE LA CIBERANIMACIÓN

3.1. La ciberanimación y las dinámicas comunitarias

Es en el ciberespacio donde toma forma la ciberanimación en cuanto confluencia de dinámicas comunitarias tendentes a la cohesión y la estabilidad de los sistemas socioculturales.

No obstante, como hemos ido explicando en los capítulos dos y tres del presente trabajo, desde la perspectiva de la ciberanimación como praxis sociocultural y educativa, son las prácticas de la comunicación interactiva en el ciberespacio que están en sintonía con la idea de la creación de un tejido social comunitario, solidario y sostenible las que van a definir esta práctica digital.

En el presente capítulo vamos a analizar los diferentes elementos que dan forma y estructura a las diferentes prácticas de la ciberanimación.

Es, desde estos planteamientos, que podemos encontrar en el ciberespacio los distintos tipos de lugares, agentes y estrategias susceptibles de generar y optimizar las dinámicas propias de la ciberanimación.

Partiendo del ciberespacio como ecosistema de referencia tal y como hemos desarrollado en el capítulo tres, y tras analizar

cómo los distintos “no lugares” se configuran en la Red, a partir de la confluencia de factores identitarios y situaciones vitales representadas como problematizadoras por los diferentes usuarios, vamos a presentar y analizar cuáles son los distintos actores que intervienen en el ciberespacio desde la perspectiva de la ciberanimación y cuáles son las estrategias que éstos utilizan para la gestión de sus dinámicas comunitarias en estos contextos de intervención.

Entendemos la ciberanimación como una práctica de la acción social que se estructura en el ciberespacio y que tiene como objetivo la mejora de las condiciones sociales mediante el cambio en las representaciones colectivas y las actitudes individuales en las dinámicas de búsqueda de unas estructuras sociales más justas, democráticas y sostenibles.

Una práctica social y comunitaria que da lugar a una serie de dinámicas de interacción que se generan y estructuran a partir de unas identidades múltiples compartidas y de una problematización de las situaciones vitales a través del diálogo y del análisis crítico de la realidad.

Es desde estas premisas que la ciberanimación genera una serie de dinámicas socioculturales tendentes al cambio y la transformación de las condiciones de vida que se concretan a en la acción colaborativa de unos actores sociales y la praxis de unas estrategias específicas de actuación que son las que vamos a desarrollar en el presente capítulo.

3.2. Un precedente: El movimiento zapatista, su acción e impacto en el ciberespacio

A la hora de presentar la praxis y las dinámicas propias de la ciberanimación vamos a considerar como un precedente significativo la práctica de la militancia activa que el movimiento zapatista ha creado y que, desde hace algunos años, se ha convertido en un punto de inflexión y referencia para la acción de los movimientos sociales en el ciberespacio.

El movimiento zapatista se presenta como un movimiento activo de lucha por una sociedad más justa e igualitaria, una sociedad socialista arraigada en el entorno de Chiapas (México). A partir de unas condiciones sociales y económicas que afectan a una región muy concreta del Planeta, el movimiento zapatista ha generado unas estrategias de lucha y cambio social que ha hecho presente en el ciberespacio no sólo con el objetivo de conectar e informar a las distintas comunidades locales de Chiapas sino de constituirse en una plataforma para expresar la voz y la imagen de los colectivos campesinos con los que participar en el debate social local, y hacerse visibles en el debate social globalizado generando, de esta manera, adhesiones y actitudes militantes de colaboración en todo el mundo a través de su presencia y su acción en la Red.

El Ejército Zapatista de Liberación Nacional es un ejemplo claro de cómo un movimiento que lucha por sus derechos utiliza la Red como elemento de cohesión, fuente de información y creación de lazos colaborativos de adhesión y acción solidaria. Aunque en los últimos tiempos algunos autores ponen a Al Qaeda (Castells, 2006), la primavera árabe o el movimiento del 15M como ejemplo de organización de la lucha en Red, y mucho

más recientemente se ha hablado del poder de Internet para la organización y la acción de los nuevos movimientos revolucionarios, el propio Castells al referirse a estos movimientos afirma: *“Por eso yo las llamo wikirrevoluciones, movimientos sociales autogenerados y autoorganizados, que se basan en redes horizontales de comunicación y confianza entre la gente, que empiezan en Twitter y Facebook y acaban en la calle y, cuando es necesario, en las barricadas, como en los tiempos heroicos. Pero para pasar a las barricadas hay que pasar por la Red. Estas son las revoluciones de nuestro tiempo, protagonizadas por jóvenes con los medios propios de su generación, las redes sociales.”*⁸

No obstante, nosotros hemos elegido el movimiento zapatista por varios motivos: en primer lugar porque ha sido el primer movimiento social y político que ha utilizado Internet para la difusión y ejecución de las distintas acciones de su lucha de liberación; en segundo lugar porque se trata de una lucha de autodeterminación y desarrollo nacional que va unida a la lucha por un nuevo orden social; en tercer lugar por su capacidad de generar simpatías, adhesiones y colaboraciones en todo el mundo a partir de movimientos y personalidades de pensamiento progresista y socialista, y en último lugar por la larga experiencia y eficacia en la utilización de la Red para autoorganizarse y crear estructuras colaborativas y de adhesión y acción colectiva.

En la página web del Ejército Zapatista de Liberación Nacional: <http://www.ezln.org.mx/> es dónde encontramos el ejemplo de las funciones, estructura y eficacia comunicativa de su participación a la Red.

⁸En *Twitterrevolución*. El País Semanal, nº 1.798 de 13 de marzo de 2011. Pág. 44

La página se estructura a partir de dos puertas de entrada, la primera da acceso a la Sexta, Enlace Zapatista, mientras que la segunda da acceso a la llamada Zeztainternazional, donde se accede a la estructura de apoyo y participación desde el resto del Mundo.

El Enlace Zapatista se estructura como un foro de información y debate, ofreciendo información sobre las actividades de la organización, noticias, convocatorias y contactos, comentarios, accesos a contacto con la organización.

Por su parte el acceso por el enlace de la Zeztainternazional, además de una información detallada de “quiénes somos, lo que queremos y como lo vamos a hacer”, es decir de la filiación, objetivos y metodología de la organización, ofrece también la posibilidad de realizar la adhesión en red, foro de debate, denuncias, propuestas, información de actividades, contacto y enlaces con otras estructuras y medios para la resistencia internacional, entre ellos el enlace con Radio Insurgente, Revista Rebeldía o la Red de apoyo al movimiento en todo el Mundo.

Son varios los elementos de la organización zapatista en red que nos resultan de interés. En primer lugar la defensa de las identidades locales campesinas e indígenas, en segundo lugar la concepción global de un problema local, como el movimiento considera que la lucha por las identidades indígenas y locales no es sólo un problema del entorno de Chiapas en México, sino que se trata de un problema globalizado provocado por el imperialismo, el neoliberalismo y la globalización económica; en tercer lugar el carácter participativo que el movimiento tiene, en tanto búsqueda colectiva y colaborativa de formas y canales de autoría colectiva para hacerse visibles, para expresar su palabra,

crear su propia representación sociocultural, sus identidades culturales e individuales, y en último lugar la eficacia en el uso de la Red para participar del debate social, analizar la realidad, tomar decisiones transformadoras, alcanzar adhesiones, internacionalizar la lucha y cooperar en una lucha por la liberación local que se considera y se representa como un problema de las colectividades locales de todo el mundo.

En estas características de la acción del movimiento zapatista en la Red podemos encontrar el germen de la acción social en el ciberespacio así como identificar las distintas coordenadas de la ciberanimación analizadas en el capítulo 3 del presente estudio.

Coordenadas que van a dar forma a los distintos espacios en los que se va a desarrollar la acción y las estrategias de los diferentes actores de la ciberanimación tal y como vamos a desarrollar en los siguientes apartados.

3.3. La contextos de la ciberanimación

La ciberanimación se nos presenta como el paradigma de la acción sociocultural en el contexto digital. Tal y como hemos analizado en el capítulo tres, el ciberespacio se convierte en el ecosistema de referencia para la acción de los diferentes actores del ámbito de la ciberanimación. El ciberespacio genera en un primer momento “no lugares” carentes de identidad y soportados por el software y la arquitectura de la Red. Es a partir de la confluencia sobre estos no lugares de intereses comunes y situaciones vitales representadas como problematizadoras por parte de los distintos usuarios que estos “no lugares” devienen

espacios de significación al dotarse de unas identidades múltiples y convergentes.

De esta manera al evolucionar esos “no lugares” hacia espacios de significación e identidad se nos presentan como lugares virtuales susceptibles de generar dinámicas de encuentro, debate social, toma de decisión colectiva, interactividad, co-autoría y acción social colaborativa.

Es en este momento que esos “no lugares” se estructuran como contextos propios de la ciberanimación en cuanto que devienen el ámbito idóneo para la acción de los distintos actores individuales y comunitarios que promueven y optimizan las dinámicas de la ciberanimación.

Surge así una praxis comunitaria de solidaridad social y creación de redes colaborativas que tiene como objetivo un cambio en las representaciones colectivas y en las actitudes individuales con vistas a la transformación de las estructuras sociales en redes comunitarias más justas, distributivas y sostenibles.

Como consecuencia nos vamos a encontrar ante una serie de redes interactivas que aprovechan Internet y la cultura digital para, optimizando las posibilidades de la tecnología (la conectividad, el hipertexto, la convergencia de medios y lenguajes, la interactividad, el trabajo colaborativo y la autoría colectiva), generar y desarrollar dinámicas identitarias tendentes a la creación de cibercomunidades que, actuando en el ciberespacio, sean capaces de estar presentes en las dinámicas del debate y la toma de decisión en las diversas instituciones y comunidades sociales.

La ciberanimación va a utilizar como herramientas de conectividad y comunicación interactiva aquellas que le

proporciona tanto la estructura como el código y los diferentes softwares de la Red. No obstante, tal y como hemos ido analizando en los capítulos anteriores, no es el software el que genera los procesos de la ciberanimación. Son las dinámicas socioculturales de la comunidad y fundamentalmente las dinámicas identitarias y problematizadoras, las que aprovechan las potencialidades y el impacto del ciberespacio para optimizar procesos de desarrollo comunitario y estructuración de redes sociales que se generan y gestionan a través de estructuras comunicativas horizontales y descentralizadas, herramientas interactivas para el debate y la toma de decisión y espacios digitales para la expresión multimedia y la acción colaborativa.

Si bien, como consecuencia de estas observaciones, no podemos afirmar que existan softwares y herramientas propias de la ciberanimación, sí que podemos encontrar en la Red ejemplos concretos de contextos virtuales que, respondiendo ante todo a dinámicas identitarias y situaciones vivenciales “problematizadoras”, son capaces de generar espacios de conectividad, redes de comunicación y cooperación y como consecuencia de ellos dinámicas de estructuración cibercomunitaria.

Es por ello que vamos a realizar un breve recorrido por una serie de espacios digitales fijándonos prioritariamente en cómo son capaces de estructurar dinámicas comunitarias de ciberanimación y prestando nuestra atención, en un segundo momento, a cuáles son las herramientas digitales que utilizan y cuáles son las funciones que éstas prestan en las dinámicas comunitarias.

Estos contextos digitales vamos a clasificarlos según el tipo de web o interface que presentan que en último término,

como veremos a continuación, responde a las características del código digital que sustenta cada uno de los entornos web.

Entre estas herramientas y espacios que vamos a analizar en la medida que contribuyen a estructurar dinámicas propias de la ciberanimación en el espacio digital, vamos a considerar las siguientes:

Webs 1.0 que, superando las limitaciones que les impone su arquitectura, desde el punto de vista del código y el software utilizado, se presentan en el ciberespacio con la intención explícita de crear una cibercomunidad, generando espacios virtuales para la participación, la toma de decisión, la interactividad y el trabajo colaborativo.

Modelo de web basado en el lenguaje html que puede incorporar animaciones sencillas tipo flash. Esta web es considerada como una herramienta de tipo primitivo. Se trata de una web de carácter informativo y unidireccional. No obstante, en los últimos tiempos, conectada a través de hipervínculos a herramientas de las web 2.0 o de las redes sociales (formularios, foros, canales de noticias, paneles y murales de intercambio de información), puede ser un instrumento útil para las cibercomunidades que cuentan con escasos recursos tecnológicos y una clara visión de las dinámicas propias de los procesos de desarrollo cibercomunitario.

Web 2.0. Un modelo de web basado en lenguajes php que permite la creación de entornos virtuales más dinámicos que posibilitan nuevas prácticas participativas en la Red. La web 2.0 está constituida por el universo de los blogs y por las páginas web creadas con el lenguaje php que permiten la autoedición por parte de sus usuarios. La posibilidad de editar textos, editar comentarios, participar en foros o intercambiar archivos

multimedia son algunas de las características principales de la web 2.0.

Web social o redes sociales. Las webs sociales aprovechan las posibilidades de la web 2.0 para crear estructuras comunicativas generalizadas basadas en la idea de la conectividad global. La red social multiplica las posibilidades de conectividad e intercambio de información. A partir de las posibilidades de un software y una arquitectura de edición compleja, de la capacidad de almacenamiento y procesamiento de datos, ofrece una estructura mediática supranacional (facebook, twitter...) para la conectividad, la difusión de la información, el intercambio y la comunicación múltiple y descentralizada. La red social permite la posibilidad de estructurar grupos sociales en el ciberespacio a través de unas herramientas basadas en el intercambio de datos, mediante foros, murales, canales de noticias e intercambio de archivos, todo ello utilizando diversos lenguajes: texto, sonido e imagen, así como el contacto y el intercambio de identidades individuales y colectivas en un mismo contexto comunicacional.

Bien a través de una comunicación privada persona a persona, como una comunicación pública a las masas de usuarios registrados, a partir de las opciones de conectividad decididas por cada usuario, la red social se convierte en un instrumento rápido y versátil para la comunicación interpersonal al tiempo que se presenta como un poderoso medio de comunicación de masas.

Es el caso de redes como twitter, tuenti o facebook capaces de generar grupos, colectivos o comunidades en red en la medida que son capaces de generar identidades compartidas y canalizar las inquietudes individuales y colectivas ante situaciones problematizadoras de la vida cotidiana y el debate social.

La web semántica. La web semántica es una extensión de la web 2.0 que introduce en la web textos multimedia así como contenidos añadidos a través de la convergencia de lenguajes: (texto, sonido e imagen) y medios (radio, televisión, telefonía móvil, pc, tablet...). La conexión a través de hipervínculos permite una ramificación y una estructura abierta de los procesos comunicativos y de participación, y la conexión con un gestor de datos permite la organización y el tratamiento de la información digitalizada. La web semántica o web 3.0 añade contenidos multimedia y una capacidad de gestión inteligente de la información a las capacidades de estructuración de las cibercomunidades que ofrece la web 2.0.

La web semántica ofrece una función añadida a la web 2.0 o incluso al resto de las herramientas anteriormente descritas. Esta función añadida se encuentra en la capacidad de rastreo semántico de la red y la gestión de datos que ofrece a cada uno de sus usuarios la capacidad de acceder de forma personalizada a los contenidos y datos específicos según sus intereses y demandas de búsqueda.

Los ejemplos más claros de la web semántica son las aplicaciones son [RSS](#) y [FOAF](#)

- *“RSS es un vocabulario RDF basado en XML que permite la catalogación de información (noticias y eventos) de tal manera que sea posible encontrar información precisa adaptada a las preferencias de los usuarios.”*
- *“FOAF es un proyecto de Web Semántica, que permite crear páginas web para describir personas, vínculos entre ellos, y cosas que hacen y crean. Se trata de un vocabulario RDF, que permite*

tener disponible información personal de forma sencilla y simplificada para que pueda ser procesada, compartida y reutilizada.”⁹

Podemos resumir este apartado enumerando herramientas específicas que contribuyen a desarrollar y optimizar los diferentes contextos digitales: web 1.0, web 2.0, blogs, redes sociales y webs semánticas, y que podemos definir como contextos útiles de la ciberanimación en la medida que se nos presentan como ámbitos específicos para la interactividad y la colaboración en las diferentes dinámicas socioculturales presentes en la Red.

Desde el punto de vista de las herramientas, si bien la gestión de las dinámicas de la ciberanimación no es una cuestión de las herramientas puestas en escena sino de la confluencia de identidades, el debate y la co-autoría, podemos finalizar este apartado haciendo una breve enumeración de las diferentes herramientas presentes en los contextos de la ciberanimación y de la función sociocultural que cumplen en los diversos contextos cibercomunitarios. Estas herramientas útiles para las dinámicas de la ciberanimación son:

- Los chats y foros de debate que posibilitan el contacto, el debate, la elaboración de alternativas y la toma de decisión entre los miembros de la cibercomunidad.
- Las videoconferencias y multiconferencias que facilitan la comunicación desterritorializada, la participación, el análisis crítico, el debate, la toma de decisión y el trabajo colaborativo.

⁹En: <http://www.w3c.es/divulgacion/guiasbreves/websemantica#ejemplo>
(16/03/11)

- Los canales de noticias y murales de información que facilitan la gestión de datos, la elaboración de conocimientos específicos, la transparencia informativa y la accesibilidad a los procesos participativos y de identificación colectiva.
- Los canales de vídeo y audio que facilitan el intercambio de archivos multimedia, la descodificación de la realidad, la creación de representaciones individuales y colectivas, la autoría colaborativa y la visibilidad de los colectivos sociales en el ciberespacio.
- Los instrumentos para el intercambio de archivos y documentos, vía ftp u otros sistemas de intercambio, que facilitan las dinámicas colaborativas y la cultura de la participación comunitaria.
- Las páginas de autoedición propias de la web 2.0 que facilitan la libertad de expresión, la visibilidad social, la expresión de las identidades individuales y colectivas, la participación social y la autoría colectiva.
- Por último, las herramientas colaborativas, propias de las redes sociales y las webs semánticas que facilitan el trabajo colaborativo, la toma de decisión transformadora, la acción social solidaria y la práctica de proyectos colaborativos en red.

3.3.1. Los entornos virtuales de la ciberanimación

Un entorno sociocultural está constituido por un conjunto de elementos bióticos: actores sociales, líderes, “ciudadanos Internet”, organizaciones e instituciones sociales y unos elementos abióticos: condiciones materiales, recursos, estrategias y herramientas comunicativas, que interactúan configurando una representación compartida de la realidad. Un entorno sociocultural

se configura a partir de un espacio real o virtual compartido, una red de relaciones interactivas y unas vivencias experimentadas y sentidas como comunes que configuran una identidad individual y colectiva.

La creación de entornos socioculturales es fundamental para afianzar y desarrollar el sentido de pertenencia, la autoestima individual, los sentimientos y la afectividad, la identidad cultural, la dialécticidad entendida como la interacción entre los individuos y su medio vital, la objetivación de la realidad social y finalmente la construcción de una representación colectiva necesaria para asegurar los procesos de cohesión social, creación de redes solidarias, desarrollo individual y colectivo.

Como habíamos analizado en el capítulo tres, el ciberespacio en cuanto contexto para la ciberanimación es un lugar idóneo para la creación, gestión y desarrollo de espacios socioculturales. Espacios que se generan a partir de la conectividad en cuanto confluencia de individualidades, intereses, inquietudes e identidades en un mismo “no lugar”, desterritorializado pero que adquiere una identidad propia como “lugar” para el debate y la interactividad en la medida que confluyen esos factores identitarios.

Esa generación de lugares identitarios en el ciberespacio constituye un ámbito privilegiado para la dialécticidad, el debate, la toma de conciencia y la acción social colaborativa transformadora de la realidad sociocultural mediante la creación de “micropoderes” y la presencia en el debate social (Cremades 2007).

Estos lugares del ciberespacio susceptibles de optimizar dinámicas comunitarias de animación sociocultural responden a las siguientes características:

- a) Poseen una **identidad propia** inclusiva que provoca dinámicas de adhesión y cohesión interna, identidad que se hace presente de forma más o menos explícita en el entorno digital.
- b) Identifican **situaciones vitales problematizadoras** a partir del conflicto, las inquietudes o los intereses compartidos en la Red.
- c) Poseen una **intención clara de crear una cibercomunidad** conectada a otras redes sociales de forma solidaria y colaborativa.
- d) Utilizan **dinámicas públicas y accesibles** de participación en el intercambio de información, el debate social y la toma de decisión.
- e) Generan **proyectos colaborativos** en red de mejora de las condiciones de vida colectivas y desarrollo social sostenible.

Estas cinco características van a ser determinantes a la hora de delimitar la praxis de la ciberanimación en el universo digital. No obstante, vamos a considerar como factores convergentes que contribuyen a dinamizar y optimizar las dinámicas de la cultura digital otra serie de características específicas de la representación sociocultural que genera el ciberespacio y la sociedad digital tales como:

- a) La **conectividad** como [conjunto de] mecanismos de interconexión, confluencia de identidades y representaciones, información e intercambio de experiencias, inquietudes y aspiraciones solidarias.
- b) La **convergencia de medios**, pantallas y terminales móviles como soporte para una comunicación interactiva.
- c) La **convergencia de lenguajes** multimedia facilitadora de la expresión y la comunicación.
- d) La **co-autoría** de textos hipermedia como fórmula para la visibilidad y una presencia no estereotipada en la Red.

e) La **creación de identidades** y mecanismos de identificación colectivas como base para la acción solidaria y el impacto sobre las comunidades sociales.

En el ciberespacio estos entornos socioculturales se presentan como entornos virtuales, espacios que se generan a partir de la iniciativa de unos agentes individuales o colectivos, líderes sociales, webmasters, bloggers, usuarios de redes sociales..., que generan su actuación a partir de problemáticas o necesidades individuales o comunitarias, de inquietudes e identidades compartidas o desde proyectos socioculturales mucho más elaborados.

Es a partir de esta inquietud o motivación generadora que comienza a actuar el software como herramienta específica que da forma a la estructura comunicativa de la cibercomunidad. Esta estructura, que Lessig (1998)¹⁰ denomina arquitectura, no es neutral como él mismo afirma: *“En el mundo del ciberespacio, la elección de una arquitectura es tan importante como la elección de una constitución. Básicamente, el código del ciberespacio es su constitución. Establece los términos en los que la gente accede al mismo; establece las reglas, controla nuestras conductas”*.

Es por ello que desde la óptica de la ciberanimación no todo software vale. Aun siendo conscientes de que el software es un elemento efímero y en constante evolución, la ciberanimación se basa en una arquitectura que posibilite la participación, la interactividad y la autoría compartida, que facilite la libre expresión multimedia, la toma de la palabra y la visibilidad de los individuos y las colectividades en el ciberespacio, que esté

¹⁰ Lessig, Lawrence (1998): *Las leyes del ciberespacio*. En: <http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/segundo/modulos/audiencias-y-nuevos-medios/ciberesp.htm> (6/03/11)

ausente de dogmatismos y de tecnologías de control no democráticas. En cualquier caso, como afirma Lessig (1998): *“Debemos garantizar que los diferentes tipos de control que hemos incorporado en la democracia constitucional se incluyen también en la regulación de esta constitución, del código”*.

Asegurada la fuerza generadora y una arquitectura cibercomunitaria e interactiva, las características que configuran un entorno virtual cibercultural son:

- a) La capacidad de generar y desarrollar cibercomunidades inteligentes.
- b) La capacidad de participar de forma real en el debate social creando “micropoderes” a partir de la sinergia de inquietudes y acciones convergentes.
- c) La capacidad de generar y desarrollar proyectos cooperativos y solidarios en el ciberespacio.
- d) La posibilidad de que los individuos y las comunidades asuman y expresen su propia palabra, expresando así su sentir, sus inquietudes e identidades.
- e) La posibilidad de que individuos y comunidades se hagan visibles en el ciberespacio a través de la palabra y de la representación de su propia imagen como colectivo social, aprovechando la convergencia de medios y lenguajes para expresarse de forma multimedia.
- f) La capacidad de aprovechar las posibilidades interactivas del ciberespacio como medio de comunicación para promover y generar un tejido social solidario.

Desde una perspectiva metodológica algunas de las herramientas que un espacio para la ciberanimación debe poner en práctica son:

- a) Herramientas para la dialogicidad, el debate y la comunicación multidireccional e interactiva.
- b) Herramientas para la expresión y la autoría colectiva a través de la creación colaborativa de textos y discursos que expresen las opiniones, inquietudes e identidad de la cibercomunidad.
- c) Herramientas para la expresión multimedia, la creación de imágenes y representaciones corporativas propias de la cibercomunidad.
- d) Herramientas para la participación, la generación y valoración de alternativas y para la toma de decisión.

3.4. Actores de la ciberanimación

Tradicionalmente los actores o agentes de la animación han sido considerados como aquellas personas e instituciones que, de una forma consciente y sistematizada, o bien de forma espontánea y aleatoria, intervienen en los procesos dialógicos y participativos del debate social, provocando, con su actuación, la codificación y descodificación de las representaciones sociales, la lectura crítica de las vivencias colectivas, la participación social, la creación de afinidades e identidades, la toma de postura, la acción social transformadora y la creación y consolidación del tejido social de las comunidades locales.

Educadores, animadores, interventores sociocomunitarios así como instituciones públicas, iglesias y asociaciones de muy diversa índole han compartido con la familia y otros agentes informales esta función generadora de los procesos de la animación sociocultural.

Pero la Sociedad de la Comunicación, la cultura digital y el ciberespacio han dado lugar a una nueva generación de actores

emergentes que actúan en el entorno sociocultural compartiendo su acción con los agentes tradicionales.

Entre las prácticas de los diferentes actores de la ciberanimación vamos a considerar la acción de los agentes de la acción sociocultural comunitaria que asumen la cultura digital como cultura de la organización utilizando la Red como contexto para la conectividad, la interactividad y la autoría colectiva desde modelos de comunicación horizontales y multidireccionales según el modelo EMEREC (Cloutier, 1975), donde los diferentes usuarios se convierten en agentes ciberanimadores en un proceso de producción colectiva donde todos ellos asumen los roles de emisores y receptores en un proceso dialógico y colaborativo de producción de representaciones e identidades colectivas.

Lessig (2009: 193), al diferenciar las tecnologías analógicas de las digitales, señala claramente cómo: *“Mientras que el código de la tecnología de copia analógica implicaba que la copia siempre sería una versión degradada del original, el código de las tecnologías digitales implica que la copia puede ser idéntica a la original.”*

Nosotros vamos a considerar esta diferenciación que hace Lessig, pero vamos a ir un poco más allá en nuestro análisis. Vamos a utilizar el término de praxis digital o ciberanimación para referirnos a la acción de múltiples actores sociales en el ciberespacio que utilizan la conectividad, la convergencia de medios y lenguajes, la interactividad, la co-autoría de textos hipermedia y el trabajo colaborativo, junto a una arquitectura (software) que posibilita la participación, el debate social y la toma de decisión para la creación de cibercomunidades que, haciéndose visibles en la Red a través de la palabra y la imagen

social, participan en el debate sociocultural con la finalidad de crear dinámicas comunitarias de cohesión social y sostenibilidad. En este sentido, y desde la perspectiva de los agentes que intervienen en las diversas dinámicas en el ciberespacio, Lessig (2009: 40) nos habla de tres generaciones de agentes intervinientes en la arquitectura del ciberespacio. La primera generación la componen los investigadores y hackers que actuaron “*colaborando para construir una red*”; la segunda generación ha sido generada por el comercio, los agentes económicos y sus estrategias específicas: marketing y penetración en nuevos mercados, mientras que la tercera generación la constituye el Estado, a partir de su función de control, regulación y vigilancia del sistema.

Si bien esta clasificación nos sirve, en un primer momento, para acercarnos al conocimiento e identificación de los diversos actores que interactúan en la Red, para poder analizar, de una forma más precisa, los diferentes agentes de la ciberanimación, es necesario prestar atención a elementos tales como la función que estos agentes cumplen en las dinámicas interactivas o en la consolidación de los fenómenos identitarios en el seno de las diferentes comunidades socioculturales que se estructuran en la Red.

Osuna (en Aparici, 2010: 144), al referirse a los distintos agentes que interactúan en los diversos escenarios virtuales, los clasifica entre interactuantes, “*...participantes activos en las redes de comunicación*” e interactuados, “*...simples consumidores de los productos que otros ponen en Internet.*”

Desde esta perspectiva, los diferentes agentes de la ciberanimación se nos presentan como agentes interactuantes, con una sensibilidad social en cuanto “*ciudadanos Internet*” que

actúan en la Red como mediadores o generadores de dinámicas socioculturales de organización y cohesión de las comunidades sociales a partir de la problematización de la realidad, la interactividad, la participación en el debate y la toma de decisión social, así como la creación de representaciones e identidades colectivas.

Si bien las dinámicas socioculturales dependen de la acción, muchas veces casual, de los diversos individuos y colectivos, de la interacción de las diversas estrategias de actuación y de la creación de sinergias entre los colectivos sociales y las instituciones públicas o ciudadanas, la realidad es que la acción de los actores de la ciberanimación se convierte en una acción mediadora, en ocasiones determinante, pero en la mayoría de ellas fundamental para la potenciación y optimización de las dinámicas socioculturales de las cibercomunidades y, en consecuencia, para la estructuración de un tejido social solidario y democrático que cumpla las funciones de cohesión y regulación social.

A partir de estas premisas vamos a clasificar a los actores de la acción cibercultural entre aquellos que intervienen en el ciberespacio de forma institucional y sistémica, aquellos que intervienen de forma casual y asistemática y aquellos que actúan desde las premisas y las leyes del mercado.

Para ello vamos a prestar una atención especial a cómo este tipo de actores aprovecha y optimiza los elementos identitarios, la problematización de la realidad, los mandatos institucionales y asociativos o las leyes del mercado para la optimización y creación de las comunidades que configuran y estructuran el tejido social.

Van a ser estos elementos, y fundamentalmente los que hacen referencia a la utilización de factores identitarios y la intención de crear cibercomunidades, los que van a servirnos para delimitar la función de los diferentes agentes de la ciberanimación.

Nos encontraremos con actores que actúan a partir de identidades fuertes, claramente definidas y explicitadas, identidades transparentes y, de alguna manera, asumidas por los miembros de las comunidades. Junto a ellos nos vamos a encontrar con actores que actúan desde elementos identitarios más débiles, generados a partir de inquietudes o situaciones problematizadoras que van a ir creciendo y generando identidades más sólidas a través de las dinámicas interactivas de la ciberanimación.

En el primer grupo, que vamos a denominar **actores institucionales**, se encuentran los agentes que, perteneciendo o actuando bajo el mandato de una institución pública de carácter administrativo o no gubernamental, asociación o colectivo organizado, actúan optimizando la identidad, las inquietudes e intereses de la institución generadora del proceso de ciberanimación, aprovechando las dinámicas propias de unas identidades aceptadas, unas representaciones compartidas y la adhesión o militancia como fórmulas para la acción comunitaria.

En el segundo grupo, que vamos a denominar el de los **actores ocasionales**, se encuentran ciudadanos y profesionales, líderes sociales, dinamizadores y mediadores de las dinámicas de la conectividad y la comunicación interactiva, que actúan a partir de una inquietud social o una situación problematizadora concreta, una concepción cívica y solidaria de lo comunitario y una

capacidad de generar procesos interactivos susceptibles de hacerse visibles en el debate social de forma puntual o perdurable.

El tercer grupo es el que vamos a denominar como **actores económicos**. Son agentes al servicio de empresas de la cultura, la moda y el tiempo libre, multinacionales y redes mediáticas que actúan bajo la perspectiva de la rentabilidad del producto, el marketing social y la apertura de nuevos segmentos de mercado, para lo cual definen y planifican valores, actitudes y modos de vida que se identifican con cada uno de los productos optimizados.

Vamos a prestar una atención especial a cómo cada tipo de actores aprovecha y optimiza los elementos identitarios, tanto los que configuran las diferentes cibercomunidades como los que definen una sociedad solidaria y democrática, para la optimización y la creación de las comunidades sociales.

La descripción de cada uno de los actores de la ciberanimación la vamos a realizar atendiendo a características tales como la optimización de los elementos identitarios, la capacidad de problematización de la realidad y su análisis crítico, el seguimiento de un mandato institucional o el seguimiento de las leyes del mercado y, en todos los casos, la clara intención de crear lazos de estructuración comunitaria.

Veamos, pues, cuáles son los actores de las distintas dinámicas de la ciberanimación.

3.4.1. Actores institucionales

Entre los **actores institucionales** vamos a considerar al Estado, a las organizaciones no gubernamentales, los partidos políticos y los sindicatos, las iglesias y confesiones religiosas, las organizaciones

profesionales, entidades cívicas y ciudadanas, así como las asociaciones y grupos de afinidades compartidas.

3.4.1.1. El Estado y las instituciones públicas

El Estado y las instituciones públicas (ayuntamientos y gobiernos locales) intervienen en el ciberespacio para garantizar la democracia del sistema. El Estado aporta como elementos identitarios el bienestar común, el respeto de las libertades individuales y los derechos colectivos, la solidaridad y la justicia distributiva. Como afirma Lessig (2009), son tres las áreas de controversia sobre las que interviene el Estado como elemento regulador del ciberespacio: la propiedad intelectual, la privacidad y la libertad de expresión. Es, pues, a través de la regulación, el control y la vigilancia sobre estas tres áreas que el Estado y sus instituciones ejercen una función reguladora de las dinámicas sociales en el ciberespacio.

El Estado y las instituciones públicas utilizan como elementos identitarios el bienestar común, la actitud ciudadana y la democracia como forma más justa de organización social. Desde el punto de vista de la problematización de la realidad es la sostenibilidad y el desarrollo económico desde las diferentes representaciones: liberales o conservadoras, las que orientan el debate y la participación social.

Desde la perspectiva del mandato institucional es la Constitución de cada Estado y las diferentes leyes que la desarrollan las que orientan la acción institucional.

El objetivo explícito de crear comunidades se hace patente con la intención de cohesionar las colectividades locales y nacionales fortaleciendo las señas de identidad, la inclusión de

todos y cada uno de los ciudadanos así como unos servicios públicos compartidos.

En los últimos años todas las administraciones estatales y locales han puesto a disposición de los ciudadanos entornos digitales para la difusión y gestión de los servicios públicos para la información y, en algunos casos, para la participación y el debate con el objetivo de optimizar la prestación de los servicios públicos e incluso con la búsqueda de fórmulas para el e-gobierno o la democracia total. (Mota, 2005)

3.4.1.2. Organizaciones no gubernamentales

Las organizaciones no gubernamentales intervienen en el ciberespacio para optimizar y difundir los fines y acciones formulados en cada uno de sus proyectos generadores. Las ONG generan su acción en el ciberespacio a partir de sus propias señas de identidad, las cuales utilizan como elementos de identificación, coherencia en sus acciones y adhesión de sus militantes, así como para crear vínculos identitarios con los usuarios reales o potenciales de sus espacios digitales. A partir de esta premisa identitaria, las ONG intervienen en la Red optimizando las dinámicas de cohesión y adhesión a sus finalidades, difusión y optimización de sus acciones, consecución de nuevas adhesiones y actitudes militantes o generando y potenciando proyectos colaborativos en red.

Los elementos identitarios están condicionados por los fines y las acciones de la organización así como los modelos de representación social que la organización genera. La situación problematizadora está en la razón de ser de este tipo de entidades, concretándola en cada uno de sus proyectos específicos y

consiguiendo una mayor implicación ante situaciones extraordinarias: terremotos, catástrofes naturales o campañas específicas. Son los fines y objetivos de la propia ONG los que condicionan las características de su acción que pretende claramente la creación de una comunidad de adherentes, militantes y simpatizantes que compartan una misma representación de la realidad, y de esta manera son capaces de intervenir o apoyar acciones solidarias.

3.4.1.3. Partidos políticos y sindicatos

Partidos políticos y sindicatos estructuran espacios virtuales generados a partir de una identidad sociopolítica, de clase o colectivo social, claramente definida y explicitada. Es por ello que los usuarios de estos espacios virtuales son generalmente militantes o simpatizantes de la organización con lazos identitarios explícitos y que buscan en el ciberlugar información, mecanismos de adhesión y, en la medida que lo posibilite, la arquitectura democrática del espacio digital, dinámicas interactivas o de participación en proyectos colaborativos.

La problematización de la realidad se estructura a partir de las dinámicas socioeconómicas del debate social y la representación de la realidad política que la organización ha generado. El mandato que fundamenta su acción viene determinado por las finalidades de la organización y su función sociopolítica en el contexto del debate social. Estas organizaciones crean entornos comunitarios en red consecuentes con su representación de la realidad y su posicionamiento sociopolítico.

3.4.1.4. Iglesias y confesiones religiosas

En el caso de las iglesias y las confesiones religiosas, éstas suelen utilizar los entornos digitales como elementos paralelos y complementarios a las dinámicas presenciales: celebraciones o grupos de encuentro y formación. El contacto directo con sus feligreses y simpatizantes así como la formación en los dogmas propios de la organización, la difusión de sus actividades y posicionamientos sociales son las dinámicas utilizadas prioritariamente en sus entornos digitales.

En este tipo de organizaciones los elementos identitarios están marcados por las creencias de cada una de las Iglesias o confesiones condicionando la representación de la realidad social que va a orientar la visión y el posicionamiento colectivo ante los diversos temas propios de la organización y el debate social. El mandato que guía su actuación es consecuencia directa de la fe o creencias de la organización, así como de un carácter proselitista que les lleva a la búsqueda de nuevas adhesiones y a la consolidación de las ya existentes. La creación de comunidades es un objetivo prioritario, fundamentalmente en los entornos vivenciales pero también en los entornos digitales.

3.4.1.5. Entidades cívicas y ciudadanas

Las entidades cívicas y ciudadanas generan su acción desde una visión propia y característica de la vida comunitaria. Es esta visión comunitaria junto a las señas de identidad de un territorio concreto o comunidad local y una serie de situaciones problematizadoras, directamente relacionadas con la vida comunitaria, las que se convierten en motor de la acción cibercultural en este tipo de

organizaciones. En el ciberespacio nos encontramos ya con entidades ciudadanas virtuales, sin referencia a un espacio físico local, de acción global y globalizadora. En todos los casos el grado de identificación de los usuarios es variable, oscilando entre un mínimo nivel de identificación ligado a aspectos territoriales o a la presencia de situaciones problematizadoras concretas hasta la militancia activa a partir de una identificación con los ideales de la cultura cívica y comunitaria que sustenta la organización. El mandato que genera la intervención es su actitud cívica y ciudadana así como la defensa de los entornos vivenciales y la sostenibilidad sociocultural. La capacidad de generar cibercomunidades va a depender de las dinámicas interactivas y participativas que, tanto la cultura de la organización como la arquitectura del espacio digital, sean capaces de promover.

3.4.1.6. Asociaciones, organizaciones profesionales y grupos de afinidades compartidas

En este segundo grupo nos encontramos con la acción solidaria de entidades, asociaciones y colectivos que, no poseyendo un sistema identitario tan sólido, comparten representaciones sociales a partir de aficiones, inquietudes, intereses sociales y profesionales que les permite crear plataformas digitales compartidas a través de las cuales generar acciones solidarias que, a partir de estas inquietudes e interacciones, irán creando unas representaciones colectivas más solidas, unos vínculos relacionales y una comunicación interactiva y, en la medida en que ello se produzca, serán capaces de emprender proyectos comunes de carácter colaborativo.

3.4.1.7. Movimientos ecologistas y grupos antiglobalización

Actores emergentes en el nuevo paradigma de las identidades en el ciberespacio. Actores sociales que comienzan a tener un papel determinante en el “*proceso de cambio social del nuevo espacio público*” (Castells, 2010: 397). Según este autor son los actores ecologistas y los actores antiglobalización o “*en búsqueda de una globalización justa*” los que están asumiendo el rol de agentes de cambio social y construcción de redes comunitarias desde dinámicas participativas y no paternalistas.

Este tipo de actores actúan desde elementos identitarios ligados a la sostenibilidad, la defensa del medio ambiente, la justicia distributiva y un equilibrio socioeconómico global. La situación problematizadora que genera su acción es el análisis de las condiciones de vida sobre el Planeta y una representación compartida de la sostenibilidad sobre el mismo, el cambio y el desarrollo social. Su mandato es de carácter ético fundamentado en la justicia y el reparto equitativo de bienes y servicios, y su finalidad es la creación de entornos comunitarios militantes y comprometidos con el cambio social y la sostenibilidad globalizada, contexto comunitario que se estructura y desarrolla a partir de los entornos digitales y que se concreta y optimiza en entornos de carácter glocal.

3.4.2. Actores individuales

Entre los **actores individuales** vamos a considerar aquellos agentes no institucionales que actúan de forma más o menos permanente ante realidades problematizadoras muy concretas que captan su atención y motivan su intervención. Es el caso de los

líderes y mediadores sociales, el de los hactivistas, investigadores y hackers, y el de los agentes coyunturales y efímeros que se movilizan ante situaciones vivenciales específicas.

3.4.2.1. Hactivistas

Los hactivistas son agentes que actúan en la Red de una manera “sostenida” con “*intención de efectuar un cambio de índole social o política, usualmente dirigida a favor de una postura particular dentro de una disputa o controversia*”.¹¹

Los hactivistas generan su acción a partir de una representación muy particular de la realidad social. Esta visión personal, unida a inquietudes e intereses muy concretos va a generar y motivar su intervención en el ciberespacio. Va a ser la confluencia de estas representaciones individuales la que va a dar lugar a nuevas representaciones compartidas que, al convertirse en representaciones colectivas, van a estructurar elementos identitarios capaces de sustentar y cohesionar dinámicas de cambio social en el ciberespacio. Estas dinámicas van a generar comunidades de acción en función de factores casuales y aleatorios, fruto de la teoría del caos, en la medida que representaciones, identidades o situaciones problematizadoras adquieran la fuerza suficiente para generar sinergias de actuación.

3.4.2.2. Investigadores y hackers

Investigadores y hackers intervienen en la Red a partir de hipótesis de trabajo o intereses específicos generados por la cultura de los fans (Jenkins 2009), por dinámicas aleatorias o

¹¹En <http://es.wikipedia.org/wiki/Activismo>; (11/03/11)

como respuesta a situaciones problematizadoras específicas. Su acción, que en un principio surge con un nivel muy bajo de identificación colectiva, puede generar elementos identitarios más sólidos fruto de la coincidencia de intereses e inquietudes, la colaboración en objetivos y tareas comunes y la interactividad generada a través de las dinámicas ciberculturales puestas de manifiesto. Las situaciones problematizadoras que genera su acción están relacionadas con la conectividad y la seguridad en la Red. Los problemas relacionados con la conectividad, la seguridad y la defensa de las libertades de expresión y representación en la Red, así como la búsqueda de las condiciones y el software específico que permita una mayor interactividad, son las dinámicas que motivan y generan su acción en el espacio digital. En ocasiones la confluencia de intereses e inquietudes sobre una misma situación problematizadora puede generar cibercomunidades de acción colaborativa.

3.4.2.3. Líderes y mediadores sociales

Cremades (2007: 215) hace referencia a los llamados Ciudadanos Internet a los que define como un colectivo que “...*se caracteriza por utilizar Internet para ejercer actividades políticas en una pluralidad de formas*”. Estos ciudadanos actúan a partir de motivaciones múltiples: profesionales, éticas, personales, benévolas o solidarias, pero siempre con una actitud cívica, creando plataformas que, con independencia de los poderes públicos, económicos e institucionales, ejercen una función mediadora y potenciadora de procesos de dialogicidad, interactividad y estructuración de las dinámicas socioculturales,

aprovechando las potencialidades comunicativas y el impacto del ciberespacio.

Se trata de profesionales inquietos, ciudadanos concienciados, personas solidarias y agentes benévolos que intervienen desde actitudes cívicas y solidarias, actuando como mediadores y generadores de procesos de debate e interactividad, colaborando así a la consolidación de identidades y a la creación de cibercomunidades.

Es esa inquietud por lo social y comunitario la que configura los principales elementos identitarios que sustentan una acción que se fundamenta sobre situaciones problematizadoras directamente relacionadas con las representaciones sociales compartidas, así como por las necesidades y carencias socioculturales que el colectivo experimenta en función de la representación social que comparten sus miembros.

No existe un mandato preciso que fundamente la acción, sino que la intervención social surge de las inquietudes individuales que se convierten en acción colectiva en la medida que se producen dinámicas de coincidencia y sinergia. Es en ese momento que podemos hablar de organización y creación de comunidades digitales que interactúan a partir de la Red.

3.4.2.4. Agentes coyunturales y efímeros

Este grupo de agentes está formado por ciudadanos que se movilizan y organizan ante un problema o reivindicación específico, generalmente de carácter local. Son actores individuales que actúan realizando una función agitadora, mediadora, organizativa y optimizadora de los recursos disponibles para la difusión, organización de la acción

reivindicativa y resolución del problema planteado. Su acción se alimenta del sentimiento de lucha provocado por el problema afrontado, se organiza rápida y eficazmente, y se diluye en cuanto el problema generador ha sido solucionado o sublimado. Este es el caso de las movilizaciones de ciudadanos ante atentados, fraudes electorales, problemas medioambientales o económicos y reivindicaciones ciudadanas. En estos casos la Red es utilizada como un recurso para la difusión del problema, el flujo de información y como soporte de la misma, asegurando la conectividad y el impacto de las acciones presenciales que intentan resolver el problema.

Los elementos identitarios generadores de la acción suelen estar relacionados con situaciones vitales significativas, identidades locales o afectivas, la historia local o factores medioambientales territorializados. La situación problematizadora está, en todos los casos, claramente explicitada y observable siendo el principal factor impulsor de la acción colectiva. El mandato para la actuación está justificado por la confluencia de la acción problematizadora con los elementos identitarios que movilizan la acción individual.

3.4.3. Actores económicos

Entre los agentes económicos vamos a considerar desde los departamentos de control de calidad e I+D de empresas del sector del ocio, la moda, la cultura y las tecnologías educativas, hasta agentes de marketing al servicio de los medios de comunicación y las multinacionales del sector. Son actores cuya función es optimizar y rentabilizar las inversiones de capital realizadas por los agentes económicos, aprovechando las características de la

cultura digital para la creación de fidelidades entre los consumidores, incrementar los índices de penetración de mercado de cada uno de los productos así como ampliar los segmentos de mercado.

3.4.3.1. Investigadores y creadores

Son agentes que ponen sus recursos al servicio de la creación de entornos digitales cada vez más intuitivos y funcionales. Entornos que optimizan y desarrollan las funciones de conectividad, hipertextualidad y comunicación multimedia, eliminando obstáculos materiales y territoriales para la comunicación y el intercambio, contribuyendo, de esta manera, al desarrollo de una cultura digital y una comunicación múltiple, hiperconectada y globalizada. La acción de estos actores intenta buscar o crear condiciones que hagan coincidir los elementos identitarios de cada uno de los colectivos sociales hacia los que se dirigen con los elementos identitarios atribuidos a los distintos productos o creaciones. Las situaciones problematizadoras están constituidas por las diferentes hipótesis de trabajo con las que estos agentes actúan, mientras que el mandato que justifica su acción parte de las demandas de la institución inversora en I+D y en todo caso en los propios principios de investigación y desarrollo. Su acción tiene como objeto la creación de productos de consumo individual y colectivo y en este segundo sentido, de su acción pueden surgir entornos y redes cibercomunitarias.

3.4.3.2. Agentes de marketing

Los agentes de marketing al servicio de las empresas multinacionales del sector socioeducativo, el ocio, el sector lúdico, los videojuegos, juegos en red, la música y la producción audiovisual trabajan para encontrar una convergencia entre las identidades de los jugadores y sus propios productos, contribuyendo a difundir nuevos productos, creando nuevas necesidades y demandas con las que generar una cultura que provoque no sólo el consumo sino la identificación de los consumidores con las características del producto. Agentes que, como afirma Cuadrado (2008), se convierten en auténticos planificadores educativos (no formales) en la medida en que analizan necesidades y demandas, formulan objetivos y estrategias de penetración en nuevos mercados, diseñan nuevas conductas, promueven valores relacionados con el ocio, la cultura, el placer lúdico, la convergencia de juego y aprendizaje, así como la comunicación y la interacción social. Es, a partir de estos elementos identitarios y la creación de situaciones problematizadoras, en la mayoría de los casos ficticia, relacionadas con la creación de necesidades coincidentes con el consumo de los productos promovidos, que estos agentes intervienen en el espacio virtual. Este tipo de agentes actúa desde el mandato de la empresa que los contrata utilizando las leyes del mercado como elemento regulador de su acción. Desde la perspectiva comunitaria este tipo de agentes promueve no sólo una comunidad de usuarios/consumidores sino que, con la creación y promoción de elementos identitarios, pretende también la creación de comunidades de usuarios que se identifiquen con la idiosincrasia y la cultura del producto.

3.4.3.3. Agentes mediáticos

Los agentes mediáticos, al servicio de intereses políticos o económicos, intervienen en el ciberespacio con la intención de crear estados de opinión, participar en el debate social y crear vínculos de adhesión identitaria coincidentes con sus propios intereses socioeconómicos y corporativos.

Desde el punto de vista identitario son las representaciones sociales que detentan y comparten con la audiencia de cada uno de los medios de comunicación los que condicionan las dinámicas comunicativas. Las situaciones problematizadoras desde las que se parte son aquellas que están presentes en el debate social, mientras que el mandato que justifica y motiva su acción está en relación directa con los intereses socio-políticos y económicos del grupo empresarial o institucional que detenta cada uno de los medios. La acción se concibe desde una intención clara y explícita de crear lazos de cohesión comunitaria, la creación y promoción de comunidades sociales con representaciones coincidentes con el colectivo promotor y con una acción colectiva que defienda y justifique esas mismas representaciones.

3.5. Estrategias de la ciberanimación

La ciberanimación posee una serie de elementos metodológicos que comparte con la animación sociocultural en cuanto praxis de la acción social transformadora al tiempo que aprovecha y optimiza los elementos comunicativos y estructurales que posibilitan las tecnologías de la interactividad en red creando, de esta manera, un mapa de elementos metodológicos que podemos

considerar como propios de la ciberanimación.

La metodología la constituyen las estrategias y recursos comunicacionales y organizativos que contribuyen a conseguir los fines de los procesos generados en la acción sociocultural. La metodología se compone de estrategias y recursos de carácter individual, de carácter comunicacional, y estrategias y recursos de índole organizacional.

Las estrategias y recursos individuales constituyen el punto de partida y el motor de la acción colectiva. Estas estrategias responden a funciones primarias tales como la autoestima, la adhesión a los principios y fines que generan la acción, la seguridad o las identidades individuales y colectivas.

Las estrategias y recursos comunicacionales responden a los principios de tolerancia y solidaridad, se fundamentan en una comunicación horizontal de igual a igual, respondiendo a funciones relacionadas con la escucha activa, la dialécticidad, la interactividad y la autoría colectiva.

Las estrategias y recursos organizacionales responden a los principios de igualdad y sostenibilidad y se estructuran en torno a funciones relacionadas con la participación, la toma de decisión, la organización social y el desarrollo sostenible.

Entre las estrategias y recursos individuales encontramos:

3.5.1 La creación de identidades múltiples compartidas

Las estrategias y recursos para la creación de identidades múltiples pasan por la concreción y claridad en los objetivos y finalidades de la cibercomunidad, el análisis dialógico de los elementos definitorios de la identidad colectiva, la puesta en

común de inquietudes e intereses, la expresión de las identidades individuales y la capacidad de compatibilizar identidades individuales con identidades colectivas.

Entre las estrategias y recursos comunicacionales encontramos:

3.5.2. La comunicación interactiva

La comunicación interactiva se fundamenta en una red de carácter horizontal, descentralizada y multiforme. La comunicación interactiva permite que todos los usuarios de la Red puedan expresarse con total libertad de acción y de opinión, eligiendo, de forma autónoma, cuándo y cómo van a participar del proceso de comunicación. La comunicación interactiva supone una Red sin restricciones comunicativas, sin filtros y sin censuras. La comunicación interactiva crea redes de escucha y expresión de las individualidades no dogmáticas, evitando el proselitismo y potenciando la libre expresión de inquietudes, ideas e identidades individuales.

3.5.3. La narrativa multimedia e hipertextual

La narrativa multimedia permite la utilización simultánea de diversos lenguajes: la palabra, el sonido, la imagen, la música, el ruido, el movimiento y el vídeo, permitiendo aportar visiones y matices complementarios de un mismo discurso. Pero la narrativa multimedia no supone la yuxtaposición de lenguajes, la narrativa multimedia crea un nuevo discurso basado en la convergencia de lenguajes, crea nuevas representaciones para la creación de nuevas identidades y para la interpretación dialógica de la realidad. Desde

un punto de vista comunicacional el reto de la narrativa multimedia está en la convergencia real de los diferentes lenguajes tal y como posibilitan las tecnologías digitales.

3.5.4. La autoría colectiva

La autoría colectiva es algo más que crear textos de forma cooperativa. La autoría colectiva supone la praxis de la dialécticidad, el encuentro individual y colectivo, el diálogo y el análisis crítico sobre la realidad vital, el esfuerzo por crear representaciones comunes y finalmente, supone un trabajo colaborativo para la creación de textos multimedia con los que las comunidades y los individuos digan su palabra y se hagan presente en el debate social. Desde un punto de vista metodológico supone una práctica rigurosa de dialécticidad, visibilidad social y trabajo colaborativo.

Entre las estrategias y recursos organizacionales encontramos:

3.5.5 La Convergencia de redes

La convergencia de redes supone un encuentro comunicativo en la Red. En este momento la web constituye un portal de acceso a una serie de recursos digitales que se complementan a través de las redes sociales. Las herramientas propias para el debate, la participación, la toma de decisión y el trabajo colaborativo se complementan cada vez más con las posibilidades de conectividad e interactividad que ofrecen las redes sociales. Las distintas redes se encuentran interconectadas entre sí, más allá de la convergencia de medios y lenguajes, la convergencia de redes supone una

convergencia de identidades individuales y una posibilidad para el encuentro identitario en la Red, para la interactividad y para el desarrollo de proyectos colaborativos. Si la convergencia de medios supone una globalización de la conectividad, la convergencia de redes, en tanto que estrategia comunicativa, supone una globalización del encuentro identitario y un punto de soporte para la colaboración en el espacio digital.

3.5.6. La participación en red

La participación en red está condicionada por el software utilizado y por la arquitectura o estructura de la Red. No obstante, la Red ofrece una posibilidad única para la participación social y democrática. En la Red todos y cada uno de los cibernautas puede intervenir, opinar y crear su discurso, participando, de esta manera, libremente, en el debate social. Como hemos visto anteriormente la ciberanimación crea espacios para la libre participación en el debate social, da opciones a los ciudadanos Internet para crear sus propios cibergrupos de presión, para crear micropoderes que, participando del debate social, puedan participar también de la toma de decisión y de los procesos de creación de colectivos sociales inteligentes.

En este sentido Jenkins (2009: 163), al analizar el mundo de los fans, señala la aparición de una nueva cultura participativa. Esta nueva cultura participativa según este autor está configurada “...en la intersección de tres tendencias:

a) *Las nuevas herramientas y tecnologías permiten a los consumidores archivar, comentar, apropiarse y volver a poner en circulación los contenidos mediáticos...*

b) una gama de subculturas promueven la producción mediática del “hazlo tú mismo”...

c) las tendencias económicas que favorecen los conglomerados mediáticos horizontalmente integrados fomentan el flujo de imágenes, ideas y narraciones a través de múltiples canales mediáticos y demandan tipos más activos de espectadores”.

Son pues estos tres factores los que posibilitan y optimizan nuevas oportunidades y dinámicas para una participación efectiva y democrática en la Red.

3.5.7. Los proyectos colaborativos en red

La puesta en marcha de proyectos colaborativos de carácter solidario y sostenible es la finalidad última de la ciberanimación. Los proyectos colaborativos dan sentido a los procesos y dinámicas de la ciberanimación. Los proyectos colaborativos desarrollan la capacidad de encontrar identidades y objetivos comunes, de generar comunidades humanas desterritorializadas, así como la capacidad de establecer proyectos de trabajo en común. Estos proyectos desarrollan identidades que optimizan dinámicas y luchas indígenas y ciudadanas, que establecen lazos solidarios de cooperación intercultural y que ponen en marcha iniciativas de desarrollo humano sostenible. Desde un punto de vista metodológico la praxis de proyectos colaborativos supone la estructuración de la cibercomunidad desde la perspectiva de la interactividad y la participación en red, la búsqueda de objetivos comunes y la puesta en marcha de procesos dialécticos de trabajo colaborativo capaces de encontrar soluciones comunes a los problemas generadores de la acción social.

4

A MODO DE CONCLUSIÓN**4.1. Acerca de la ciberanimación**

Como hemos ido analizando a lo largo de este trabajo, la ciberanimación es una práctica social mediante la cual los individuos y las comunidades sociales se autoorganizan en la búsqueda de un mundo mejor, una sociedad más justa y distributiva, y una convivencia más solidaria y sostenible. Esta búsqueda la realizan, no sólo desde la participación y la acción directa, sino que la fundamentan en un diálogo interactivo, un análisis crítico y dialógico de la realidad social que conduce a la creación de representaciones comunes e identidades colectivas. Es por ello que podemos hablar de una acción de tipo educativo al tiempo que social, cultural y económica. Una acción que se fundamenta en tres pilares básicos: la creación de representaciones colectivas e identidades compartidas, la participación en el debate social y la toma de decisiones solidarias, la interactividad y la autoría colaborativa de propuestas y acciones de cambio social.

Esta acción sociocultural se ha hecho patente en el mundo analógico a través de espacios físicos de encuentro, interacción y acción colectiva. El mundo analógico necesitaba de espacios físicos para el encuentro de individuos, identidades, intereses y

anhelos comunes. Estos espacios se han concretado en equipamientos, en un primer lugar para el encuentro, más tarde para la interacción y por último para la acción sociocultural. De esta manera patronatos, casinos, casas del pueblo, centros educativos y más adelante, con la institucionalización de la práctica de la animación sociocultural, ludotecas, casas de juventud, casas de cultura, centros de ocio y tiempo libre o centros sociales y comunitarios se habían convertido en los espacios idóneos y necesarios para facilitar el encuentro, como paso previo para una acción sociocultural participativa y solidaria. Igualmente los diferentes programas generados por las dinámicas y proyectos de la animación sociocultural han necesitado de espacios físicos para la concreción de sus acciones y propuestas. Así, el barrio, la localidad, el medio rural, la ciudad, la región o incluso el país entero, en cuanto espacio de la identidad nacional, se convirtieron en los espacios de la acción sociocultural al tiempo que en lugares físicos sobre los que proyectar el impacto de sus acciones y propuestas. De esta manera, programas de democratización cultural, alfabetización de adultos, concientización, educación en el tiempo libre, desarrollo local o desarrollo comunitario se han organizado y proyectado sobre este tipo de espacios físicos.

Por su parte, la ciberanimación, en cuanto que práctica de la sociedad y la cultura digital, se organiza a través de espacios virtuales, espacios no físicos, que no son espacios carentes de identidad, como los “*no lugares*” de los que nos habla Augé (2008), sino espacios de representación colectiva, espacios mentales de representación de la realidad social, espacios de confluencia de intereses, inquietudes e identidades, lugares virtuales, existentes en nuestra mente, que utilizan las potencialidades de conectividad que posibilita el ciberespacio y

que optimizan las redes sociales y la comunicación multidireccional e interactiva que permite la interconexión de redes para estructurar espacios virtuales de identidad colectiva que posibilitan una acción colaborativa y un impacto social transformador de la realidad vital.

Espacios mentales de representación que se caracterizan por la inmediatez y deslocalización en las comunicaciones, por la confianza en las potencialidades de conectividad que proporciona la Red, por una visión glocal de las posibilidades y las limitaciones de la vida humana sobre el Planeta, así como por la confianza en las posibilidades de una acción solidaria y deslocalizada que combine la acción directa en el ciberespacio con la presencia en el debate social y las acciones vivenciales de transformación social.

Del mismo modo, estos espacios virtuales de representación, aprovechan las potencialidades de la Red para poner en uso una serie de herramientas digitales que favorecen y optimizan su acción solidaria. Así, las redes sociales que aseguran la conectividad, el debate y la continuidad en la acción, los foros y chats, con sus diversas variaciones, que permiten el intercambio de opiniones, el debate y la toma de decisión colectiva y, por último, los programas de autoedición y herramientas de autoría colaborativa, que permiten no sólo la creación solidaria de contenidos sino la búsqueda de soluciones y las acciones sociales compartidas, se constituyen como las herramientas fundamentales para estructurar las dinámicas de la ciberanimación.

De esta manera vemos cómo la ciberanimación se nos presenta como una práctica sociocultural presente en el mundo de la cultura digital que tiene como consecuencia la creación de cibercomunidades cohesionadas que reflexionan, analizan y

buscan soluciones colaborativas para la transformación de la realidad social y la puesta en práctica de una democracia real, mucho más auténtica y participativa, una sociedad más justa, solidaria e inclusiva y, en definitiva, en la búsqueda de soluciones de sostenibilidad: sociales, culturales y económicas, que se plasmen en una sociedad más humanizada. Cibercomunidades que se estructuran a partir de:

- a) Una representación colectiva de la realidad social que se convierte en el espacio virtual para la acción sociocultural.
- b) Una conectividad que pone en contacto identidades, intereses e inquietudes a través de la conexión de redes y que, como afirma Nuñez (2011), se fundamenta en las dinámicas de situación, oportunidad y continuidad.
- c) Un debate social entre los miembros de la cibercomunidad que se hace presente e impacta en el debate sociocultural y económico global y local. Debate que se fundamenta sobre herramientas de tipo foros, chats, videoconferencias o herramientas colaborativas, pero que se complementa con encuentros, asambleas y acciones directas en el espacio físico.
- d) Una interactividad que permite una relación dialógica entre sus miembros, un análisis crítico de la realidad y una autoría multimedia, así como el desarrollo de las autoestimas individuales y colectivas al tiempo que consolida y refuerza las identidades compartidas.
- e) Una capacidad de expresión libre y colaborativa que posibilita a los individuos y las colectividades, no solamente participar del debate social, sino, sobretudo, les permite la posibilidad de expresar “*su palabra*” y hacerse “*visibles*” en el ciberespacio.
- f) Por último, una capacidad de elaboración colaborativa de acciones solidarias que posibilitan una acción social

transformadora que se hace visible en el ciberespacio del que aprovecha sus potencialidades y herramientas, pero que, fundamentalmente, se hace presente en las dinámicas y las estructuras del tejido social.

De esta manera podemos concluir que la ciberanimación fundamenta su acción en:

- La **aleatoriedad**. La teoría del caos y los fractales así como la visión postmoderna de la realidad nos aportan que no existen modelos y leyes universales de interpretación y desarrollo de las dinámicas sociales. Es por ello que no podemos afirmar que exista un modelo único de ciberanimación ni un prototipo de espacio digital que genere dinámicas de ciberanimación. Únicamente podemos señalar la existencia de dinámicas, espacios y herramientas que favorecen y optimizan los procesos de la acción cibercultural.
- La **identidad colectiva**. Es la creación de identidades colectivas que se estructuran sobre espacios virtuales de representación y que se desarrolla a partir de la confluencia de sentimientos, vivencias, intereses e inquietudes, las que, unidas a las situaciones vitales experimentadas como problematizadoras y aprovechando las posibilidades de conectividad que posee la Red, se convierten en motor y generador de las dinámicas y procesos de la ciberanimación.
- La **democracia real**, entendida como una democracia participativa que integra, de forma inclusiva, las identidades individuales en los procesos de debate, análisis, toma de decisión e identificación colectiva, y que se concreta en instrumentos y herramientas digitales para el debate, la toma de decisión, la interactividad y el impacto sobre el debate social.

- La **acción social transformadora**, que es una acción directa, no institucionalizada, fruto del debate, el análisis crítico y la elaboración colaborativa de propuestas y proyectos, y que se convierte en una acción colectiva y solidaria presente en el ciberespacio al tiempo que presente también en las dinámicas y estructuras del espacio físico.

4.2. #spanishrevolution, un caso de acción social transformadora que utiliza las dinámicas de la ciberanimación

En la segunda quincena del mes de mayo de 2011, coincidiendo con la campaña electoral de las elecciones municipales y autonómicas del 22 de mayo en España, los medios de comunicación se hicieron eco del autodenominado movimiento del 15-M, movimiento ciudadano por una sociedad diferente basada en los principios de la denominada democracia real.

Pese a que en los primeros momentos se pensó, de forma estereotipada, que se trataba de un movimiento de jóvenes, al margen del sistema, organizados a través de las redes sociales, los primeros análisis y consecuencias nos muestran bastante claramente que se trata de una acción social colaborativa, fruto del debate social y de los nuevos micropoderes generados en el ciberespacio que han sido capaces de interactuar en redes de carácter interactivo y, fruto de la confluencia de los espacios reales y virtuales, generar acciones colaborativas que, optimizadas a través de Internet y los terminales móviles, están siendo capaces de consolidar identidades, consensuar dinámicas de acción y hacerse presentes, de alguna manera, en los procesos de la toma de decisión social.

Este movimiento, en el que confluyen dinámicas y sinergias sociales, culturales, económicas y políticas diversas, si bien va más allá de poder considerarlo un ejemplo de ciberanimación, es una realidad que podemos considerar como movimiento social fruto de las identidades en el cibereespacio y la cultura digital, y en cuanto que optimiza su acción social transformadora a través de la conectividad en la Red, las webs y las redes sociales, un movimiento social capaz de aprovechar las dinámicas y características de la ciberanimación para optimizar y generar representaciones sociales compartidas, acciones colectivas y una toma de decisión colaborativa basada en los principios de la autoría colectiva.

Estas dinámicas y características socioculturales son:

- La existencia de una **situación social problematizadora** y representada colectivamente como tal. En este sentido, la actual crisis económica, la burbuja inmobiliaria, las causas de la liberalización de la economía y el neoliberalismo, la crisis hipotecaria, las quiebras y crisis de la banca privada, los movimientos especulativos, el paro, la degradación del sistema educativo y universitario, la corrupción política o la propia degradación de los sistemas democráticos de representación y participación, constituyen elementos más que suficientes para configurar esta representación problematizadora.
- La existencia de unos **elementos identitarios**, claramente identificados y compartidos de forma solidaria, elementos que se concretan en publicaciones como: *¡Indignaos!*, de Stéphane Hessel, o *Reacciona*, la versión española de la indignación social, que cuenta con textos de intelectuales como: José Luis Sampedro, Mayor Zaragoza o Baltasar Garzón. Igualmente vídeos,

ampliamente difundidos en Youtube como el de movimiento *Visual*, que analiza el movimiento del 15-M con José Luís Sampedro (<http://youtu.be/LOmh3jcV28g>). Pero también otros elementos identitarios como la justicia social distributiva, la inclusión social, la democracia real, el comercio justo o la solidaridad y la cooperación, son elementos identitarios compartidos por los diferentes agentes que participan del movimiento.

- La existencia de unos **actores sociales** generadores de dinámicas de interactividad. Grupos en facebook, twitteros, blogueros o usuarios individuales de la Red, pero también organizaciones como Juventud sin futuro, Asociación de desempleados, No les votes, Plataforma ATTAC, ¡Democracia real YA! o ONGs como Intermón Oxfam, se convierten en agentes generadores y dinamizadores del movimiento 15-M en cuanto dinámica socio-política.

- La existencia de una **conciencia y una representación crítica** de la realidad social generada a partir de procesos formativos, experiencias e itinerarios individuales, así como un importante debate social, y consolidada a través de una interacción dialógica en los foros digitales, blogs y redes sociales que actúan como facilitadoras del debate y la toma de conciencia crítica.

- **La combinación de acciones directas en el espacio real con acciones virtuales** en el espacio digital. La combinación de acciones virtuales y presenciales es una de las características definitorias de las comunidades en el ciberespacio. La Red, a través de las redes sociales, se convierte en una asamblea permanente las 24 horas del día donde surgen opiniones y propuestas, donde se debaten alternativas y donde se toman decisiones; pero, igualmente, se convocan y realizan acciones

presenciales, reuniones previas, una asamblea en el Parque del Retiro el día 2 de mayo que prepararía la convocatoria para el 15M, acciones que confluirían finalmente en las manifestaciones, concentraciones y acampadas en la Puerta del Sol de Madrid y un gran número de plazas de las principales ciudades españolas, y que darían a conocer el movimiento a la sociedad a través de los medios de comunicación y las mismas redes sociales. La organización por comisiones sectoriales que debaten y consensúan propuestas, las asambleas diarias, las asambleas de barrio, se combina con un gran foro permanente en Internet que asegura la conectividad y mantiene el debate vivo.

- **La utilización de Internet y las redes sociales** de una forma dinámica e interactiva, asegurando la conectividad, la difusión de la información, el debate y la participación, la toma de decisión colaborativa, la autoría colectiva y el seguimiento de las acciones y dinámicas presenciales y virtuales. Esta capacidad se ve plasmada en la agilidad y versatilidad para crear grupos en facebook, para la utilización de las redes sociales, para la creación de páginas webs útiles, funcionales y adaptadas a los objetivos y estrategias del movimiento. Así a los grupos en facebook rápidamente se le unen páginas web como <http://www.democraciarealya.es/>, que ofrece herramientas virtuales para la adhesión, las propuestas, el debate en el foro o la promoción de acciones directas. Igualmente la red social de la acampada (<https://n.-l.cc/>), que recoge las distintas propuestas de la acampada de Sol o la página <http://tomalaplaza.net/>, que recoge las distintas adhesiones territoriales al movimiento aportando enlaces para la reflexión o los apoyos, además de recoger la relación de localidades y comunidades locales adheridas al movimiento. La página en facebook Spanish Revolution

(<http://www.facebook.com/SpanishRevolution>) contribuye a la generalización e internacionalización del movimiento. Con el tiempo las webs tomalacalle.net, tomalosbarrios.net o juventudsinfuturo.net, se han convertido en foros para el seguimiento del día a día y las propuestas de un movimiento que ha traspasado ya las fronteras del 15 M.

- La utilización de **estructuras narrativas dinámicas**, ágiles, maleables, multimedia e hipertextuales. La utilización de narrativas dinámicas e hipertextuales que combinan imágenes con textos o documentos en vídeo difundidos a través de Youtube es otra de las características que da agilidad y optimiza los procesos de comunicación, toma de conciencia y adhesión al movimiento del 15-M.

- La utilización de **medios y terminales móviles** muy diversificados, ágiles y adaptables en la línea de la convergencia de medios y dispositivos diversos. En este sentido la utilización de los terminales móviles ha sido un elemento fundamental para asegurar la conectividad y la interactividad dentro de las mismas concentraciones y acampadas realizadas. Asegurar la distribución de la señal de Internet vía wi-fi ha sido uno de los objetivos organizacionales indispensables para asegurar la presencia del movimiento en el ciberespacio y la continuidad de las acampadas.

- **La globalización** de la situación problematizadora, y de la lucha y la acción social transformadora. La globalización del movimiento se realiza a través de las redes sociales que permiten la conectividad sin fronteras, la difusión de las ideas y propuestas a través de la Red, así como la generación de adhesiones allí donde la conectividad y la información coincide con la presencia de usuarios y colectivos sociales con identidades coincidentes, una lectura crítica de la realidad y unas representaciones sociales

compartidas. De esta manera ha sido posible la generalización e internacionalización del movimiento, tanto a otras ciudades españolas como en el resto del mundo, a partir de jóvenes estudiantes españoles que han seguido el movimiento desde ciudades como Bruselas, Londres o Nueva York.

- La utilización de **dinámicas colaborativas** de la autoría colectiva para la toma de decisión y la elaboración de manifiestos, propuestas y acciones colectivas. Igualmente las redes sociales, junto a las asambleas presenciales, constituyen una plataforma útil para la toma de decisión y la autoría colaborativa de manifiestos y documentos colectivos que configuran la identidad colectiva y dan forma a las diferentes acciones. En este sentido la elaboración y publicación del manifiesto ¡Democracia real YA! (http://www.democraciarealya.es/?page_id=88) puede ser un ejemplo de autoría colaborativa.

- La utilización de **medios de comunicación alternativos** como Sol.tv, que retransmitía en directo la acampada de la Puerta del Sol en Madrid, Radio Sol, una de las primeras iniciativas para la difusión del movimiento desde la acampada de la capital de España, o la utilización de la plataforma digital Indymedia, se convierten en espacios de expresión para la visibilidad y la representación del movimiento.

No obstante, se trata de un movimiento del que se han hecho eco ampliamente los medios de comunicación convencionales, aumentando su visibilidad aunque creando también representaciones estereotipadas de esta realidad social. Medios que, a la vez que se hacen eco y difunden este movimiento social, buscan atraer y recuperar audiencias.

Finalmente con la elaboración del Manifiesto, las diferentes acciones puntuales, las concentraciones, marchas, la

convocatoria para el 15 de octubre y, en los últimos días, con la concentración en el Retiro de Madrid de las columnas de Indignados provenientes de toda España, que redefine el movimiento como un gran Foro de debate y propuestas que se articula y optimiza en la Red, pero que se concreta en acciones directas de tipo presencial que tienen como finalidad, hacerse visibles, participar del debate social con sus denuncias, reflexiones, propuestas y acciones, y todo ello con la finalidad de la transformación social hacia estructuras más justas, éticas, igualitarias y en definitiva democráticas, el movimiento se nos presenta como un modelo de dinámicas sociales, económicas y culturales que se optimizan en el ciberespacio siguiendo modelos propios de la ciberanimación en cuanto práctica de la dinamización y transformación sociocultural en la Sociedad Digital.

4.3. La ciberanimación: Una acción sociocultural colaborativa, transformadora de la realidad social

El estudio que hemos realizado nos permite delimitar la ciberanimación como una acción sociocultural interactiva y crítica que, mediante la optimización de las distintas dinámicas comunitarias, permite la elaboración colaborativa de prácticas de autoorganización social que posibilitan una sociedad más libre, justa e inclusiva, basada en los principios de solidaridad, cooperación y sostenibilidad como modelo de desarrollo colectivo.

Una acción cibercultural que pone en comunicación a los individuos y las colectividades a partir de sus inquietudes e ideales que se nos presentan como situaciones vitales

problematizadoras para, a través de la interactividad, generar identidades y representaciones sociales comunes que van a permitir a las cibercomunidades adoptar decisiones y actitudes colaborativas para la organización de redes sociales solidarias.

La ciberanimación es optimizada en el ciberespacio a modo de efecto difusor y multiplicador, respondiendo a las coordenadas de generalización e inmediatez de las dinámicas socioculturales, siempre que confluyan los factores problematizadores e identitarios de la cibercomunidad con unos entornos digitales que permitan el debate, la expresión multimedia y la autoría colectiva.

La ciberanimación genera dinámicas aleatorias de interacción social que se rigen por la teoría del caos y la conectividad social a través de las cuales los individuos van encontrándose, generando redes sociales de comunicación, organización y estructuración social. La ciberanimación genera dinámicas horizontales e interactivas de organización social.

A través de la ciberanimación, las cibercomunidades generan representaciones identitarias, se autoorganizan y toman decisiones colaborativas de sostenibilidad social.

La ciberanimación surge de las situaciones sociales problematizadoras y las representaciones identitarias compartidas, se estructura a partir de la conectividad y genera proyectos colaborativos de expresión, participación y organización social a través de la interactividad, la visibilidad y la autoría colectiva.

La ciberanimación es una dinámica social propia de la cultura digital que se optimiza en el ciberespacio y que se proyecta a partir de acciones compartidas sobre la vida cotidiana de las comunidades humanas.

La ciberanimación se fundamenta sobre el conocimiento compartido en red, el análisis interactivo de la realidad social y la toma de decisión colaborativa.

Desde la perspectiva individual, la ciberanimación se fundamenta en las identidades individuales, la praxis de los derechos a la intimidad, la autonomía, la expresión y la comunicación, la toma de conciencia individual y las decisiones autónomas de cada individuo sobre su destino y su compromiso con la comunidad social.

Desde la perspectiva del código del ciberespacio, la ciberanimación se desarrolla a partir de unas herramientas que:

- a) Integran los diferentes lenguajes expresivos: escrito, oral, sonido, imagen, movimiento, 3D.
- b) Integran recursos para la participación y el debate: foros, chats, sistemas de comunicación punto a punto o redes sociales.
- c) Integran recursos para la autoedición y la autoría colaborativa: web 2.0 y web semántica.
- d) Posibilitan la confluencia de medios y terminales de manera que asegure la conectividad y la inmediatez de la comunicación.
- e) Posibilitan la confluencia de diferentes redes de comunicación en las que se confluye desde herramientas digitales muy diversas y elementos identitarios comunes.

Es desde esta perspectiva que podemos extraer las siguientes conclusiones:

1. El software utilizado no genera procesos de ciberanimación pero colabora en su optimización.
2. La ciberanimación optimiza la eficiencia de las dinámicas socioculturales multiplicando su impacto social.

3. La ciberanimación supone el impacto de las dinámicas socioculturales colaborativas de carácter comunitario en un espacio real/virtual.
4. La ciberanimación es un fenómeno identitario y colaborativo optimizado por la conectividad en el ciberespacio.
5. Son las identidades interculturales compartidas las que dan sentido e impacto a las dinámicas de la ciberanimación.
6. Son las situaciones problematizadoras y su representación colectiva las que generan dinámicas de acción sociocultural en el ciberespacio.
7. El desarrollo de las identidades está favorecido por procesos y dinámicas participativas que favorecen los sentimientos de pertenencia igualitaria.
8. Las dinámicas comunicativas de la ciberanimación son necesariamente interactivas y multimediales.

Si bien, en un primer momento, fruto de la estructura analógica de la web 1.0 y de la inercia que proporciona el paradigma analógico de la acción social, la práctica totalidad de los actores de la animación sociocultural en el ciberespacio utilizan una narrativa y unos vectores analógicos de comunicación, progresivamente, estos actores van incorporando los elementos interactivos, narrativos y de la convergencia digital propios del nuevo paradigma de la acción cibercultural.

Para poder identificar las dinámicas digitales de la ciberanimación en los entornos virtuales de los diferentes actores socioculturales, estos entornos deben cumplir los siguientes parámetros comunicativos:

- a) Asegurar la **conectividad**, permitiendo el acceso libre y universal a todos y cada uno de los internautas/ciudadanos digitales.
- b) Identificar una **identidad corporativa** propia de una representación compartida de la realidad, identidad claramente expresada e identificable en el entorno digital.
- c) Identificar **situaciones problematizadoras** específicas o expresadas a través de inquietudes e intereses comunes. Situaciones generadoras de una relación dialógica interactiva capaz de generar proyectos colaborativos de acción y desarrollo comunitario.
- d) Permitir el **debate y la toma de decisión** a través de herramientas específicas libres y universales: mediante foros, chats, redes sociales o cualquier instrumento digital que tenga estas características.
- e) Posibilitar la **libre expresión** y una representación no estereotipada de la cibercomunidad en el ciberespacio, expresión que se hace visible en la Red a partir del diálogo problematizador y la autoría colectiva.
- f) Posibilitar, mediante las herramientas digitales adecuadas, la ejecución de **proyectos colaborativos** de acción sobre la realidad social, cohesión comunitaria y desarrollo de redes solidarias.
- g) Introducir, de forma cotidiana, en los entornos virtuales la **narrativa hipertextual** y la expresión multimedia.
- h) Facilitar la **convergencia de medios y redes** mediante la convergencia de lenguajes, funciones y herramientas.
- ı) Participar en el debate social, la creación y consolidación de **redes ciudadanas** mediante el impacto de la acción de la comunidad virtual sobre la vida cotidiana y las estructuras sociales básicas.

4.4. Observaciones finales

Como observaciones finales al trabajo que hemos desarrollado podemos realizar las siguientes afirmaciones:

a) La ciberanimación no es fruto del software ni de la arquitectura del ciberespacio, si bien tanto el código como la arquitectura de la Red son elementos facilitadores, dinamizadores y optimizadores de las diferentes dinámicas que genera. La ciberanimación va mucho más allá de los elementos relacionados con el código, las herramientas y los softwares utilizados.

b) No obstante, es necesario constatar la existencia de elementos relacionados con el código que condicionan e imposibilitan las dinámicas de la ciberanimación al tiempo que nos encontramos con otra serie de factores de la arquitectura del ciberespacio y los softwares empleados que facilitan la conectividad, el debate social, la interactividad y la autoría colaborativa. Mientras que una arquitectura democrática facilita la conectividad, la hipertextualidad y la confluencia de lenguajes, medios y redes, nos encontramos también con una serie de herramientas digitales: foros, chats, redes sociales, multiconferencias, grupos de distribución o las herramientas colaborativas de autoedición y desarrollo de proyectos, que facilitan directamente la interactividad, la autoría y la toma de decisión colectiva.

c) Hemos comprobado que las herramientas digitales, lo que realmente se constituye como el elemento generador de las dinámicas socioculturales de la ciberanimación, es la doble confluencia de unos elementos identitarios compartidos con la existencia de una vivencia social que sea experimentada como problematizadora por parte de los diferentes miembros de las cibercomunidades en las que se desenvuelven esas dinámicas.

Estas identidades compartidas e interculturales, así como la experimentación de las situaciones problematizadoras, son fruto de las representaciones sociales compartidas que se generan en las dinámicas dialógicas de la comunicación comunitaria y que generan un análisis crítico de la realidad sociocultural y, en la medida que consolidan identidades y adhesiones, se concretan en acciones colaborativas de transformación de la realidad social.

d) Asimismo la utilización de unas herramientas digitales y una interfaz interactiva que posibiliten el debate social, la toma de decisión y la acción colaborativa, depende fundamentalmente del talante, la cultura democrática y la representación que del debate social y la acción social transformadora tenga la organización o los agentes que generan la acción en el espacio digital, ya que cualquier software de carácter interactivo puede ser totalmente desvirtuado por los criterios de usabilidad y accesibilidad que pongan en práctica los diferentes actores.

A partir de estas observaciones hemos podido constatar que, una vez generadas las dinámicas socioculturales de la ciberanimación, son una serie de características inherentes al ciberespacio las que condicionan y optimizan la acción sociocultural que se va generando:

- **El ciberespacio se encuentra en la confluencia** de la realidad vivenciada que condiciona el día a día de las relaciones sociales y las dinámicas comunitarias, y la realidad virtual que proyecta estas dinámicas, les da forma y las optimiza al tiempo que multiplica su impacto. En este sentido, las dinámicas de la ciberanimación las encontramos siempre en la combinación de acciones virtuales y acciones presenciales.

- **El ciberespacio asegura y multiplica** las posibilidades de conectividad, agiliza los flujos de información, diversifica y descentraliza las redes comunicativas facilitando la interactividad, desterritorializa los espacios comunitarios para crear nuevos espacios cibercomunitarios que combinan las identidades de la cultura global con las identidades de la cultura local.
- **El ciberespacio permite una ruptura** de la narrativa lineal y lingüística tradicional para transformarla en una narrativa hipertextual, descentralizada, multimedia que utiliza indistintamente lenguajes muy diversos. Una nueva narrativa que alcanza un alto grado de agilidad y versatilidad a través de la convergencia de medios y redes, así como a través de la multiplicación de terminales móviles.

Por último constatamos que la ciberanimación cuenta con una serie de dinámicas que, si bien no le pertenecen en exclusiva, ya que las comparte con otras prácticas sociales, se trata de dinámicas que se encuentran siempre presentes en todos los procesos de la ciberanimación. Las más significativas son:

a) Dinámicas de participación. Dinámicas que posibilitan la participación de los distintos agentes y usuarios en el debate social, en el análisis crítico de la realidad, en la toma de decisiones y en el posterior seguimiento de los acuerdos y acciones colectivas consensuadas. Son varias las herramientas digitales: foros, chats, multiconferencias, grupos de discusión, redes sociales que posibilitan la práctica de una participación directa, constituyéndose en una asamblea cibecomunitaria permanente.

b) Dinámicas interactivas que permiten un modelo descentralizado de comunicación, una comunicación multidireccional, la confluencia de redes de comunicación, pero sobre todo una comunicación no dogmática, no dirigista y no paternalista, que se fundamenta sobre intereses, inquietudes y representaciones sociales compartidas como contraposición a una comunicación bancaria basada en la existencia de verdades o ideas predeterminadas o preestablecidas.

c) Dinámicas expresivas que posibilitan la visibilidad y la expresión de todos y cada uno de los usuarios individuales o colectivos. Una expresión de las identidades y las representaciones de cada uno de los colectivos elaborada de forma multimedia: vídeos, música, imágenes y textos se combinan de manera multiforme a fin de superar visiones estereotipadas de la realidad permitiendo que cada uno de los colectivos sociales pueda decir su palabra y crear su propia imagen en el ciberespacio.

d) Por último, dinámicas colaborativas de autoría colectiva, autoría de textos, ideas, representaciones y proyectos de acción y transformación social que, si bien son generadas y facilitadas por factores identitarios y una comunicación interactiva, están posibilitadas y desarrolladas a través de softwares y herramientas digitales para la autoría y el trabajo colaborativo. Estas dinámicas van encaminadas finalmente a la creación de acciones solidarias de transformación social.

BIBLIOGRAFÍA

- Aparici, Roberto** (coordinador) (2003): *Comunicación educativa en la sociedad de la información*. UNED, Madrid.
- Aparici, R. Marí, V.** (coord.) (2003): *Cultura popular, industrias culturales y ciberespacio*. UNED, Madrid.
- Aparici, R. , Garcia Matilla, A. Fernandez Baena, G. y Osuna, S.** (2009): *La imagen. Análisis y representación de la realidad*. Gedisa, Barcelona.
- Aparici, Roberto** (coordinador) (2010): *Conectados en el ciberespacio*. Ed. UNED, Madrid.
- Aparici, Roberto** (coordinador) (2010): *Educomunicación: más allá del 2.0*. Ed. Gedisa, Barcelona.
- Aparici, Roberto** (coordinador) (2010): *La construcción de la realidad en los medios de comunicación*. Ed. UNED, Madrid.
- Augé, Marc** (2008): *Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Gedisa, Barcelona.
- Barbero, J. Manuel. Cortés Ferran.** (2005): *Trabajo comunitario, organización y desarrollo social*. Alianza, Barcelona.
- Besnard, Pierre** (1990): *El Animador Sociocultural*. Grup Dissabte, València.
- Boix, T. Viché, M.** (1990): *Animación y gestión cultural*. Grup Dissabte, València.
- Carbó, O. Catalá, R.** (1991): *Ecoterritorio y animación sociocultural*. Grup Dissabte, València.
- Carnoy, M.** (2001): *El trabajo flexible*. Alianza, Madrid.
- Carou, Heriberto Cairo** (de.) (2002): *Democracia Digital*. Trotta, Madrid.
- Castells, M.** (2001): *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Vol. 1: *La Sociedad Red*. Alianza, Madrid.
- Castells, M.** (2001): *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Vol. 2: *El poder de la identidad*. Alianza, Madrid.

- Castells, M.** (2006): *Observatorio global, crónicas de principios de siglo*. La Vanguardia, Barcelona.
- Castells, Manuel y Tubella, Imma**, directores (2007): *La transición a la Sociedad Red*. Ariel, UOC, Barcelona.
- Castells, Manuel** (2009): *Comunicación y Poder*. Alianza, Madrid.
- Catalá, Ricardo** (2003): *La animación sociocultural como sistema de formación: una perspectiva histórica (1976-2000)*. En Ruiz, C. (coord). *Educación social. Viejos usos y nuevos retos*, Universidad de Valencia, Valencia.
- Cremades, Javier** (2007): *Micropoder. La fuerza del ciudadano en la era digital*. Espasa, Madrid.
- Cloutier, J.** (1975): *L'ère d'Emerec: Ou, La communication audio-scripto-visuelle a l'heure des self-media*. Presses de l'Université de Montreal, Montreal.
- Cuadrado Esclapez, Toni** (2008): *La enseñanza que no se ve. Educación informal en el siglo XXI*. Narcea, Madrid.
- Del Fresno García, Miguel** (2011): *Netnografía*. Edita: UOC, Barcelona.
- Delanty, Gerard** (2005): *Comunita, Comunidad, educación ambiental y ciudadanía*. Graó, Barcelona.
- De Moraes, Dênis** (2005): *Por Otra Comunicación. Los medios, globalización cultural y poder*. Ed. Icaria/Intermón Oxfam, Barcelona.
- De Moraes, Dênis** (coord.) (2007): *Sociedad Mediatizada*. Gedisa, Barcelona.
- Debray, Régis** (2001): *Introducción a la mediología*. Paidós, Barcelona.
- Dorfman, A. y Mattelart, A.** (1972): *Para leer al pato Donald*. Ed. Siglo XXI, Buenos Aires.
- Dumazedier, Joffre** (1988): *Revolution culturelle du temps libre 1968-1988*. Meridiens, París.
- Furter, Pierre** (1983): *Les Espaces de la Formation*. Presses Polytechniques Romandes, Lausanne
- Furter, Pierre** (2005): *La utopía comunicacional o de la Era Informática*. Gêneve.

- García Canclini, Néstor** (1995): *Conflictos interculturales de la globalización*. Editorial Grijalbo.
- Giddens, A.** (2002): *La tercera vía: la renovación de la socialdemocracia*. Taurus, Madrid.
- Gimeno Sacristán, José** (2001): *El significado y la función de la educación en la sociedad y la cultura globalizadas*. En Revista de Educación, nº extraordinario (pp. 121-142).
- Gimeno Sacristán, José** (2002): *Educar y convivir en la cultura global*. Ed. Morata, Madrid.
- Goetz, J. P. y LeCompte, M. D.** (1988): *Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa*. Morata, Madrid.
- Guillet, Jean Claude** (2006): *La animación en la comunidad. Un modelo de animación socio-educativa*. Graó, Barcelona.
- Gutiérrez, Alfonso** (2003): *Alfabetización digital*. Gedisa, Barcelona.
- Hawking, Stephen; Mlodinow, Leonard** (2006): *Brevísima historia del tiempo*. Círculo de Lectores, Barcelona.
- Hine, Christine** (2000): *Virtual ethnography*. Sage, London.
- Hine, Christine** (2004): *Etnografía virtual*. Ed. UOC, Barcelona.
- Hessel, Stéphane** (2011): *¡Indignaos!* Destino, Barcelona.
- Innerarit, Daniel** (2011): *La democracia del conocimiento. Por una sociedad inteligente*. Paidós, Barcelona.
- Jenkins, Henry** (2008): *Convergence Culture: la cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Paidós, Barcelona.
- Jenkins, Henry** (2009): *Fans, bloggers y videojuegos*. Paidós, Barcelona.
- Kirkpatrick, David** (2011): *El efecto Facebook. La verdadera historia de la empresa que está conectando el mundo*. Gestión 2000, Barcelona.
- Kozinets, Robert V.** (1997): *On Netnography: Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture*. Advances in Consumer Research, vol. 25.
- Kozinets, Robert V.** (2010): *Netnography*. Sage Pubns, USA.
- Lanier, Jaron** (2011): *Contra el rebaño digital*, Debate, Barcelona.
- Leff, Enrique** (2002): *Saber Ambiental*. Siglo XXI, Buenos Aires.

- Lyotard, J. F.** (1992): *La condición postmoderna*. Planeta-Agostini, Barcelona.
- Lévy, Pierre** (1999): *¿Qué es lo virtual?* Paidós, Barcelona.
- Lévy, Pierre** (2007): *Cibercultura, La cultura de la sociedad digital*. Anthropos, Barcelona.
- Lévy, Pierre** (2004): *Ciberdemocracia*. UOC, Barcelona.
- Lessig, Lawrence** (2001): *El código y otras leyes del ciberespacio*. Taurus Digital, Madrid.
- Lessig, Lawrence** (2005): *Por una cultura libre*. Traficantes de sueños, Madrid.
- Lessig, Lawrence** (2009): *El código 2.0*. Traficantes de sueños, Madrid.
- Lucero, M. M.** *Entre el trabajo colaborativo y el aprendizaje colaborativo*. Revista Iberoamericana de Educación (ISSN: 1681-5653)
- Machado, Arlindo** (1997): *Pré-cinemas pós cinemas*. Papirus, Campinas.
- Maffesoli, M** (1990): *El tiempo de las tribus: el declive del individualismo en las sociedades de masas*. Icaria, Barcelona.
- Magallon, Raúl** (2006): *Entrevista con Alain Touraine*. En CIC, Cuadernos de Información y Comunicación, vol. 11. Editado en Internet ISSN 1135-7991
- Marc A. Smith y Kollock, Peter** (editores) (2003): *Comunidades en el ciberespacio*. UOC; Barcelona.
- Markham, A.** (2005): *The methods, politics, and Etics of representation in online athnography*. Denzin, Liccoln.
- Mattelart, Armand** (2005): *Diversidad cultural y mundialización*. Paidós, Barcelona.
- Merino Fernández, José Vicente** (2009): *Educación Intercultural. Análisis, Estrategias y Programas de Intervención*. Editorial Conocimiento, Santiago de Chile.
- Moreno Doña, Alberto** (2006): *Teoría del Caos y Educación Informal*. Hergué, Huelva.
- Morin, Edgar** (2000): *La mente bien ordenada*. Seix Barral, Barcelona.

- Mota, Arlindo** (2005): *Governo Local, participação e cidadania*. Veja, Lisboa.
- Nolla Cao, Nidia** (1997): *Etnografía: una alternativa más en la investigación pedagógica*. *Revista Cubana Educación Media Superior*, jul.-dic., vol.11, no.2, p.107-115. ISSN 0864-2141
- Nuñez, Antonio** (2011): *La estrategia del Pingüino*. Conecta, Barcelona.
- Orihuela, José Luis** (2011): *Mundo Twitter. Una guía para comprender y dominar la plataforma que cambió la Red*. Alienta, Barcelona.
- Ortín, Bernardo** (2007): *Relatos sobre el origen de la humanidad*. En la revista digital *Quaderns d'Animació i Educació Social*; <http://quadernsanimacio.net>, nº 5, enero 2007.
- Pérez Luño, Antonio E.** (2004): *Ciberciudadanía o ciudadanía.com*. Gedisa, Barcelona.
- Puig, Toni** (1998): *Animación sociocultural, cultura y territorio*. Popular, Madrid.
- Quintana Cabanas JM.** (1991): *Pedagogía comunitaria, perspectivas mundiales de educación de adultos*. Narcea, Madrid.
- Rheingold, Howard** (1996): *La comunidad virtual. Una sociedad sin fronteras*. Gedisa, Barcelona.
- Rheingold, Howard** (2004): *Multitudes inteligentes: la próxima revolución social (smart mobs)*. Gedisa, Barcelona.
- Resohazy, R.** (1988): *El Desarrollo Comunitario*. Narcea, Madrid.
- Richardson, John T. E.** (2005): *Imágenes mentales*. Machado Libros, Madrid.
- Ritzer, George** (2006): *La globalización de la Nada*; Popular; Madrid.
- Rossel, P.; Hainard, F.; Bassand, M.** (1990): *Cultures et réseaux en périphérie*. Réalités sociales, Lausanne.
- Rozzak, Theodore** (2005): *El culto a la información*. Gedisa, Barcelona.
- San Martín, Ángel** (1995): *La escuela de las tecnologías*. Universidad de Valencia, Valencia.

- Scolari, Carlos** (2008): *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa, Barcelona.
- Silva, Marco** (2005): *Educación interactiva*. Gedisa, Barcelona.
- Siraj-Blatchford, J.** (2005): *Nuevas tecnologías para la educación infantil y primaria*. Morata, Madrid.
- Soler Masó, Pere** (coord.) (2005): *Educació social avui: la intervenció socio-educativa a Catalunya*. Universitat de Girona, Girona.
- Stallman, Richard M.** (2004): *Software libre para una sociedad libre*. Traficantes de sueños, Madrid.
- Terceiro, José B.; Matías, Gustavo** (2001): *Digitalismo*. Taurus, Madrid.
- Tiana, Alejandro; Sanz, Florentino** (2003): *Génesis de la Educación Social en Europa*. UNED, Madrid.
- Tisseron, Serge** (1999): *Comment l'esprit vient aux objets*. Aubier, París.
- Touraine, Alain** (2005): *Un nuevo paradigma. Para comprender el mundo de hoy*. Paidós, Barcelona.
- Touraine, Alain** (2009): *La Mirada Social. Un marco de pensamiento distinto para el siglo XXI*. Paidós, Barcelona.
- Turner, V.** (1988): *El proceso ritual: estructura y antiestructura*. Taurus, Madrid.
- Turkle, Sherry** (1997): *La vida en las pantallas*. Paidós, Barcelona.
- Turkle, Sherry** (1984): *El segundo yo: las computadoras y el espíritu humano*. Galápagos, Buenos Aires.
- Úcar, Xavier** (2002): *Medio siglo de animación sociocultural en España: balance y perspectiva*. En OEI-Revista Iberoamericana de Educación (edición electrónica).
- Úcar, Xavier; Llena Berñe, Asun** (coords.) (2006): *Miradas y diálogos en torno a la acción comunitaria*. Graó, Barcelona.
- UNESCO** (2005): *Hacia las sociedades del Conocimiento*. UNESCO, París.
- Vázquez, A.** (2008): *Ciberantropología*. UOC, Barcelona.

- Velasco, Pilar** (2011): *No nos representan. El manifiesto de los indignados en 25 propuestas*. Planeta, Madrid.
- Viché, Mario** (1986): *Animación sociocultural y educación en el tiempo libre*. Ed. Víctor Orenga, Valencia.
- Viché, Mario** (1991): *Animación, sistema de comunicación*. Grup Dissabte, València.
- Viché, Mario** (1999): *Una pedagogía de la cultura, la animación sociocultural*. Certeza, Zaragoza.
- Viché, Mario** (2007): *La animación cibercultural*. Certeza, Zaragoza.
- Viché, Mario** (2010): *La Educación Sociocultural. Un indicador de desarrollo democrático*. Certeza, Zaragoza.
- Wellman, B.** (2001): *Physical Place and Cyberplace: The Rise of Networked Individualism*. International Journal of Urban and Regional Research.
- Wenger, Etienne** (2001): *Comunidades de práctica: Aprendizaje, significado e identidad*. Paidós, Barcelona.
- Wolton, Dominique** (2000): *Internet, ¿y después?* Gedisa, Barcelona.
- Wolton, Dominique** (2006): *Il faut sauver la communication*. Flammarion, París.
- Wolgar, Steva** (editor) (2005): *¿Sociedad virtual?*. UOC, Barcelona.
- Zallo, Ramón** (1992): *El mercado de la cultura*. Hirugarren, Donostia.
- Zallo, Ramon** (2000): *La construcció d'un nou espai de comunicació*. En: Idees 8-2000. UOC, Barcelona.

WEBGRAFÍA

- Castells M. (2002): *La dimensión cultural de Internet*. Edita en Internet: FUOC e ICUB.
http://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articulos/castells0502/castells0502_im_p.html (6/03/11)
- Cazau, Pablo (1995): *La teoría del caos*; en
http://galeon.com/pcazau/artfis_caos.htm (6/03/11)
- García Canclini, Néstor (1995): *Conflictos interculturales de la globalización*. Editorial Grijalbo. En
<http://es.scribd.com/doc/23787850/Garcia-Canclini-Nestor-Consumidores-y-ciudadanos> (21/07/11)
- Lévy, Pierre (2004): *Inteligencia colectiva*. Biblioteca virtual en salud.
<http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/channel.php?lang=es&channel=8> (6/03/11)
- Lévy, Pierre (2009): *Cyberespace et cyberculture*.
 En: http://www.uoc.es/web/esp/articulos/digitum_pierre_Lévy_fr.html
 (14/03/09)
- Lessig, Lawrence (1998): *Las leyes del ciberespacio*, en:
<http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/segundo/modulos/audiencias-y-nuevos-medios/ciberesp.htm> (6/03/11)
- Osuna, Sara (2009): *Comunicación Digital*, en:
<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/EL/.../883>
- Turkle, Sherry (1997): *Identidades en el ciberespacio*.
<http://biblioweb.sindominio.net/telematica/mud.html> (21/07/11)
- UOC: Áreas temáticas. La Sociedad de la Información.
http://www.uoc.edu/portal/castellano/arees/arees_tematiques/societat_informacio/index.html
- El Caparazón: social media, comunidades, e-learning, innovación, educación, tendencias web.
<http://www.dreig.eu/caparazon/sobre-mi-2/>
- Página personal de Luís Canales.

<http://luislucenacanales.wordpress.com/2011/02/25/la-mayoria-de-los-colectivos-sociales-no-utilizan-las-posibilidades-de-interaccion-participativa-que-ofrece-la-web-2-0/>

La ciberanimación sociocultural. Wikipedia.

http://es.ciberanimacion.wikia.com/wiki/Qu%C3%A9_es_la_Ciberanimaci%C3%B3n_Sociocultural

Educación mediática&Competencia digital. La cultura de la participación.

<http://www.educacionmediatica.es/>

Animared. Asociación cultural y ciudad virtual.

<http://www.animared.org/>

Mario Viché. Ciberanimación.

<http://marioviche.tumblr.com/>

Asamblea virtual del movimiento 15M.

<http://15m.virtualpol.com/>

INDICE

INTRODUCCIÓN

1. La animación sociocultural en el espacio digital.....5

1. CIBERANIMACIÓN: PRINCIPIOS Y PARADIGMAS.

1.1. La ciberanimación, una praxis pedagógica.....11

1.2. La ciberanimación, una realidad sociocultural.....14

1.3. La ciberanimación, heredera de la animación sociocultural.....16

1.4. La ciberanimación. Su campo teórico.....24

1.4.1. La netmodernidad y las narrativas socioculturales.....25

1.4.2 La teoría del caos y la complejidad social.....30

1.4.3. Las identidades individuales y colectivas.....33

1.4.4. La comunicación interactiva y la sociedad en red.....34

1.5. Cultura analógica y cultura digital.....36

1.6. La animación sociocultural, precedente
analógico de la ciberanimación.....39

1.6.1. De los paradigmas analógicos
de la animación sociocultural.....40

1.6.2. El paradigma digital de la ciberanimación.....41

1.7. De la animación cibercultural a la ciberanimación.....42

1.8. La ciberanimación como dinámica de la cultura digital.....52

1.8.1. Identidades colectivas en el ciberespacio.....54

1.8.2. La comunicación interactiva.....55

1.8.3. El trabajo colaborativo y las redes sociales.....57

2. LAS COORDENADAS DE LA CIBERANIMACIÓN

2.1. El ciberespacio, la participación
y las representaciones identitarias.....59

2.2. El ciberespacio ecosistema de referencia sociocultural.....60

2.2.1. El ciberespacio y los “no lugares”.....65

2.2.2. El ciberespacio, un espacio comunitario.....	68
2.2.3. Las leyes del ciberespacio.....	73
2.3. Las identidades en el ciberespacio.....	78
2.3.1. De las identidades locales a la interculturalidad.....	82
2.3.2. Las identidades netmodernas, identidades “glocales”.....	85
2.4. La participación en el ciberespacio.....	88
2.4.1. Ciberdemocracia.....	92
2.4.2. Conectivismo y autoorganización social.....	98
2.4.3. De las redes sociales a las comunidades inteligentes.....	103

3. LA PRAXIS DE LA CIBERANIMACIÓN.

3.1. La ciberanimación y las dinámicas comunitarias.....	111
3.2. Un precedente: El movimiento zapatista, su acción e impacto en el ciberespacio.....	113
3.3. Los contextos de la ciberanimación.....	116
3.3.1. Los entornos virtuales de la ciberanimación.....	123
3.4. Actores de la ciberanimación.....	128
3.4.1. Actores institucionales.....	133
3.4.2. Actores individuales.....	139
3.4.3. Actores económicos.....	143
3.5. Estrategias de la ciberanimación.....	146
3.5.1. La creación de identidades múltiples compartidas.....	147
3.5.2. La comunicación interactiva.....	148
3.5.3. La narrativa multimedia e hipertextual.....	148
3.5.4. La autoría colectiva.....	149
3.5.5. La convergencia de redes.....	149
3.5.6. La participación en red.....	150
3.5.7. Los proyectos colaborativos en red.....	151

4. A MODO DE CONCLUSIÓN

4.1. Acerca de la ciberanimación.....	153
4.2. #Spanishrevolution, un caso de acción social transformadora que utiliza las dinámicas de la ciberanimación.....	158
4.3. La ciberanimació Una acción sociocultural colaborativa transformadora de la realidad social.....	164
4.4. Observaciones finales.....	169
BIBLIOGRAFÍA.....	173
WEBGRAFÍA.....	180



<http://quadernsanimacio.net>